

**WARUNG HIK SEBAGAI RUANG PUBLIK**  
**(Studi Kasus Warung Hik sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta)**



**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2013**

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

### **Warung Hik sebagai Ruang Publik**

(Studi Kasus Warung Hik sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta)

Oleh:

Nama : Luky Fitriani

NIM : D1210042

Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 13 Desember 2012

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Drs. Pawito, Ph.D  
NIP. 19540805 198503 1 002

Drs. Alexius I. Muridjal, M. Si  
NIP. 19510717 198303 1 001

**PENGESAHAN**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Panitia Ujian Skripsi:

- |   |   |            |
|---|---|------------|
| 1. <u>Drs. Subagyo, S.U.</u>              | ( | )          |
| NIP. 19520917 198003 1 001                |   | Ketua      |
| 2. <u>Drs.H. Hamid Arifin, M.Si</u>       | ( | )          |
| NIP. 19600517 198803 1 002                |   | Sekretaris |
| 3. <u>Prof. Drs. Pawito, Ph.D</u>         | ( | )          |
| NIP. 19540805 198503 1 002                |   | Penguji I  |
| 4. <u>Drs. Alexius I. Muridjal, M. Si</u> | ( | )          |
| NIP. 19510717 198303 1 001                |   | Penguji II |

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Prof. Drs. Pawito, Ph.D

NIP. 19540805 198503 1 002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

### WARUNG HIK SEBAGAI RUANG PUBLIK

(Studi Kasus Warung Hik sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta)

Adalah karya asli saya dan bukan plagiat baik secara utuh atau sebagian serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lain. Saya bersedia menerima akibat dari dicabutnya gelar sarjana apabila ternyata di kemudian hari terdapat bukti-bukti yang kuat, bahwa karya saya tersebut ternyata bukan karya saya yang asli atau sebenarnya.

Surakarta, 12 Desember 2012

Luky Fitriani

## MOTTO

1. *Man Jadda Wa Jada.*

2. *“Cogito ergo sum.”*

*Aku berpikir maka aku ada.*

(Socrates)

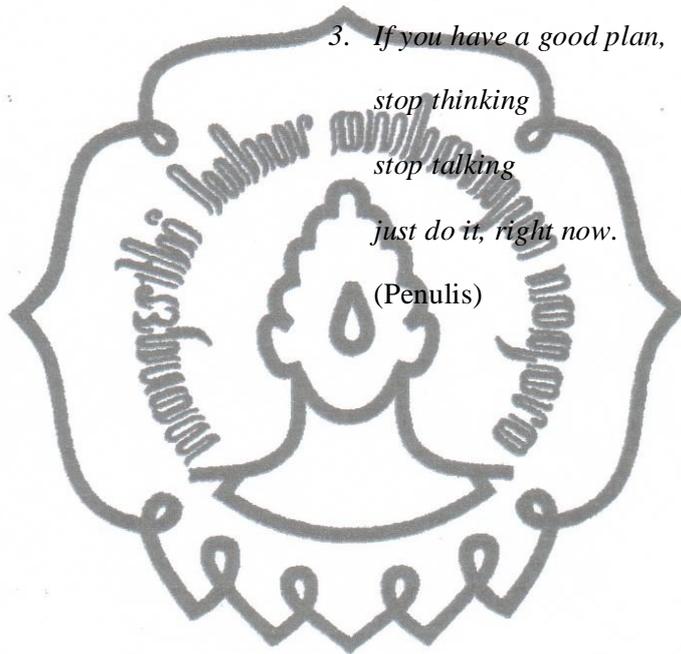
3. *If you have a good plan,*

*stop thinking*

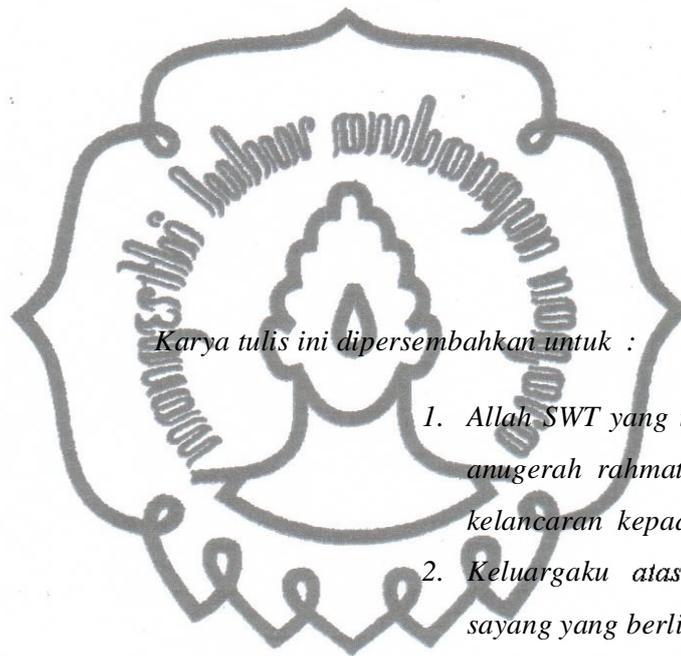
*stop talking*

*just do it, right now.*

(Penulis)



## PERSEMBAHAN



*Karya tulis ini dipersembahkan untuk :*

1. Allah SWT yang telah melimpahkan anugerah rahmat, kemudahan, dan kelancaran kepada hamba-Nya.
2. Keluargaku atas do'a dan kasih sayang yang berlimpah.
3. Untuk sahabat-sahabatku.
4. Almamaterku.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirrahim,*

Puji syukur kehadiran Alloh SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul WARUNG HIK SEBAGAI RUANG PUBLIK (Studi Kasus Warung *Hik* sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta) dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

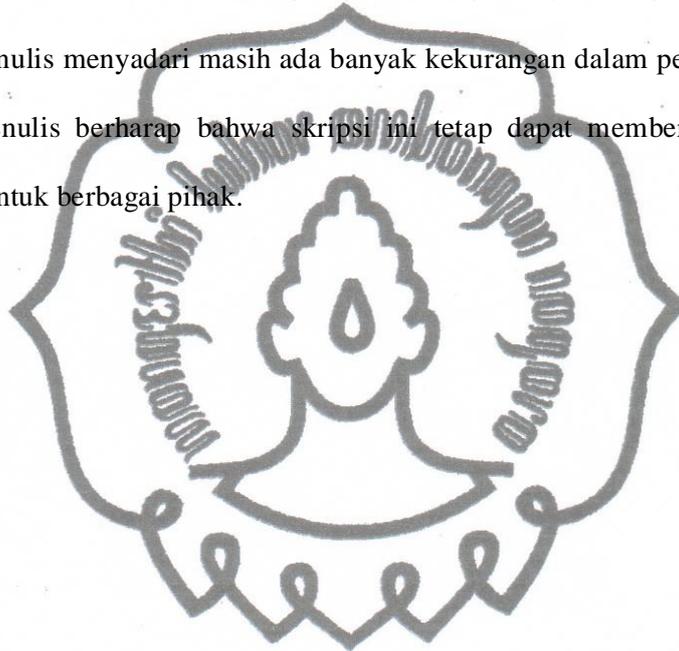
Penelitian ini bermula dari ketertarikan penulis terhadap pengunjung warung *hik* yang dapat berjam-jam berada di warung, membicarakan segala macam persoalan tanpa adanya batasan. Semua anggota masyarakat dapat dengan bebas berkunjung ke warung *hik* tanpa membeda-bedakan etnis, pekerjaan, dan status sosial. Padahal masyarakat Kota Surakarta terdiri dari berbagai macam etnis dan berasal dari sosio-kultural yang berbeda, namun mereka dapat berkumpul dan saling berkomunikasi di warung *hik*.

Selama proses pembuatan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah, keberkahan, dan kasih sayang dalam kehidupan ini.
2. Bapak Prof. Drs. H. Pawito, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan cara pandang tentang hidup yang berbeda yang sangat bermanfaat bagi penulis.

3. Ibu Dra. Prahastiwi Utari, M.Si. Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.
4. Bapak Drs. Alexius I. Muridjal, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Drs. H. Hamid Arifin, M.Si selaku pembimbing akademis saya di Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari masih ada banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, namun penulis berharap bahwa skripsi ini tetap dapat memberikan manfaat dan berguna untuk berbagai pihak.



Surakarta, 12 Desember 2012

Penulis

Luky Fitriani

**DAFTAR ISI**

JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv

**BAB I: PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Masalah .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Telaah Pustaka .....	8

a. Komunikasi Antarpribadi .....	9
b. Ruang Publik .....	11
c. Warung <i>Hik</i> sebagai ruang publik .....	16
d. Penelitian yang Relevan .....	20
F. Metodologi Penelitian .....	27
a. Pendekatan Penelitian .....	27
b. Metode Penelitian .....	29
c. Lokasi Penelitian .....	29
d. Sumber Data .....	30
e. Teknik Pengumpulan Data .....	30
<b>BAB II: DESKRIPSI LOKASI</b>	
A. Wilayah Kota Surakarta .....	36
B. Perkembangan Warung <i>Hik</i> di Kota Surakarta .....	37
C. Lokasi Penelitian Warung <i>Hik</i> .....	39
<b>BAB III: SAJIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Sajian Data .....	45
a. Hasil Observasi .....	46
b. Hasil Wawancara .....	51
B. Analisis Data .....	78
<b>BAB IV : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	95

LAMPIRAN ..... 98



**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1 : Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif..... 33



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Peta wilayah Kota Surakarta .....	37
Gambar 2	: Wedangan Lingkar Selatan.....	40
Gambar 3	: Warung <i>hik</i> Nolid, Ngoresan.....	41
Gambar 4	: Warung <i>hik</i> Pak Har, Cakraningratan.....	42
Gambar 5	: Warung <i>hik</i> Pak Yanto, Manahan.....	43
Gambar 6	: Gerobak kayu dan terpal sebagai atapnya.....	47
Gambar 7	: Meja panjang sebagai tambahan di warung <i>hik</i> .....	47
Gambar 8	: Aneka makanan yang dijual di warung <i>hik</i> .....	48
Gambar 9	: Pengunjung dapat mengambil sendiri makanan yang diinginkan	49
Gambar 10	: Suasana santai pengunjung di warung <i>hik</i> .....	50
Gambar 11	: Warung <i>hik</i> yang buka pada siang hari.....	51

**ABSTRAK**

**LUKY FITRIANI, D1210042, WARUNG HIK SEBAGAI RUANG PUBLIK (Studi Kasus Warung Hik Sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta), Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Desember 2012.**

Warung *hik* merupakan suatu tempat bagi setiap anggota masyarakat Kota Surakarta untuk menyantap hidangan murah dan sederhana. Warung *hik* tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tapi juga sebuah tempat yang menyediakan ruang imajiner yang disebut ruang publik. Warung *hik* diharapkan dapat memberikan ruang bagi setiap anggota masyarakat untuk dapat berkumpul, melepas segala atribut-sosial yang melekat, saling berkomunikasi satu sama lain, membicarakan tema-tema yang relevan secara bebas tanpa adanya institusi yang membatasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana warung *hik* berkembang sebagai ruang publik di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam kepada pengunjung warung *hik*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta berkembang dengan empat unsur, antara lain adalah siapa partisipan yang berkunjung, pesan yang saling dipertukarkan, bahasa yang digunakan, dan atmosfer atau suasana yang tercipta ketika berkomunikasi.

Kata kunci: warung *hik*, ruang publik.

**ABSTRACT**

**LUKY FITRIANI, D1210042, WARUNG HIK AS A PUBLIC SPHERE (The Case Study of Warung Hik as a Public Sphere in Surakarta), Thesis (S-1), Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Science, Sebelas Maret University, Surakarta, December, 2012.**

*Warung hik is a place for every single of Surakarta's citizen able to enjoy the cheap and simple dishes. Warung hik is not only have a function for place to eat, but also place that provides an imaginary space called public sphere. Warung hik expected to provide space for every member of Surakarta's citizen to gather, remove all attributes-social, communicate with each other, discuss relevant themes freely without any limits from formal institutions. The purpose of this study was to determine how warung hik developed as a public sphere in Surakarta. This study used qualitative methods, with data collection techniques are in-depth interviews and observation. Based on these results, it can be concluded that warung hik as a public sphere in Surakarta developed with four elements: who the participants, messages exchanged, the language used, and the atmosphere created when communicating in warung hik.*

*Keywords: warung hik, public sphere.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang

Jika berkunjung ke Kota Surakarta di malam hari, pasti akan ada pemandangan warung makan berupa gerobak dan lampu yang tidak terlalu terang yang berada di pinggir-pinggir jalan. Warung ini biasa disebut warung *hik* oleh warga Kota Surakarta, di Yogyakarta disebut dengan *angkringan* dan di Magelang dikenal dengan *kucingan*. Kata *angkringan* berasal dari Bahasa Jawa *angkring* atau *malangkring* yang dapat diartikan sebagai perilaku duduk santai dengan menaikkan salah satu kaki di atas kursi yang dipakai untuk duduk.<sup>1</sup> Sedangkan *kucingan* karena warung ini identik dengan dagangan makanannya yang berupa *sego kucing*, nasi hanya seukuran segenggam tangan, dengan lauk sambal teri atau sambal ikan bandeng, seperti makanan yang sering diberikan untuk makanan kucing.

Entah dari mana istilah *hik* berasal, ada yang menyebutkan karena dahulu penjual *hik* masih berjualan dengan cara berkeliling dan memanggul dagangannya menggunakan pikulan dan berteriak “hiiiiikkkk.... hiiiikkk”. Namun yang sangat umum dikenal oleh warga Kota Surakarta, *hik* merupakan kepanjangan dari *hidangan istimewa kampung*, hal ini juga belum diketahui sumbernya. Menurut MT Arifin seorang pengamat budaya, warung *hik* berasal dari Klaten menyebar ke berbagai kota sekitar seperti Kota Yogyakarta dan Surakarta. Awalnya *hik* dijajakan berkeliling kampung

---

<sup>1</sup> Adinda Putri (18 Maret 2010), “Asal Muasal Lahirnya Warung Angkringan”, diakses dari <http://www.mediaindonesia.com/mediatravelista/index.php/read/2010/03/18/469/2/Asal-Muasal-Lahirnya-Warung-Angkringan->, 7 Desember 2012, 09.36.

dengan dipanggil serta lampu teplok sebagai ciri khas, demikian pula suara pedagang yang menjajakan dagangannya dengan menyerukan kata “hiiiiik... hiiiiik.”<sup>2</sup>

Warung *hik* awalnya merupakan tempat membeli makanan, namun pada perkembangannya warung *hik* telah menjadi suatu tempat berkumpulnya orang-orang untuk saling berinteraksi, berdiskusi, dan tempat mengobrol bagi orang yang berasal dari berbagai kalangan, golongan, dan pekerjaan. Lebih dari sekadar makan, para pengunjung bisa berjam-jam menghabiskan waktu duduk berkumpul dengan orang lain membicarakan segala hal yang sedang menjadi isu. Hal-hal yang dibicarakan dapat berupa isu politik, sosial, ekonomi, seni, bahkan sampai dengan kemajuan teknologi, karena di warung tersebut semua orang merasa memiliki kebebasan untuk berpendapat, mengemukakan gagasan, dan tidak adanya aturan yang membatasi mereka.

Sama halnya ketika Habermas menganalisis sejarah masyarakat borjuis di Eropa pada abad ke-17 dan 18 yang merupakan model dari masyarakat kapitalis modern.<sup>3</sup> Menurut Jürgen Habermas, keadaan sosial di Eropa pada abad ke-17 khususnya di Prancis, menunjukkan bahwa kaum borjuis sudah mulai membicarakan kritik mengenai politik, seni, dan sastra di sebuah hotel. Hotel yang dulunya digunakan oleh bangsawan atau raja untuk menggelar pertunjukan dan perayaan kerajaan, kemudian oleh kaum borjuis dikuasai dan dijadikan *salon* sebagai tempat berkumpulnya kaum borjuis atau yang dikenal dengan istilah “*town*”. Dalam tulisan Habermas juga

---

<sup>2</sup>Ekopangkapi, “Warung HIK sebagai Ruang Publik”, diakses dari [http://kompasiana.com/Warung HIK sebagai Ruang Publik.htm](http://kompasiana.com/Warung_HIK_sebagai_Ruang_Publik.htm), 22 Februari 2012, 13.20.

<sup>3</sup>Alexander Seran, “Kritik Atas Ekonomi Pasar Bebas”, *Respons*, Vol. XV, No. 02, Desember 2010, hal. 323.

menguraikan periodisasi perkembangan dari hotel kemudian *salon* hingga menjadi *caféhouse*. Tempat-tempat tersebut dulunya hanya dikuasai atau digunakan oleh kaum borjuis sampai pada akhirnya melalui perkembangannya dapat digunakan untuk semua kalangan termasuk kalangan bawah yang disebut “*court*”.<sup>4</sup>

Meminjam istilah Habermas tentang ruang publik merupakan ruang demokratis yaitu tempat warga negara dapat mengemukakan pendapat secara pribadi, mempersoalkan segala tema yang relevan, kepentingan-kepentingan, dan kebutuhan mereka secara diskursif adalah gagasan pokok ruang publik politis (*Politische Öffentlichkeit*) dalam *Habilitationsschrift* maka sama halnya ketika kita mencermati warung *hik* sebagai ruang publik dalam prosedur komunikasi. Ruang publik yang dalam penelitian ini adalah berupa warung *hik* sangat memungkinkan masyarakat untuk dengan bebas menyatakan sikap, pendapat, dan pilihan mereka, karena dalam ruang publik dapat tercipta kondisi dan keadaan untuk dapat menggunakan kekuatan argumen dan sikap demokrasi mereka sebagai warga negara. Apa yang dikembangkan Habermas dalam konsepnya tersebut sangat berpengaruh terhadap ruang publik, serta memberi dampak besar dalam mendorong munculnya diskusi-diskusi yang sangat produktif terhadap perubahan-perubahan sosial dalam suatu lingkungan termasuk sebuah negara.

Dalam bukunya yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris menjadi *Institutions of the Public Sphere*, Habermas menggambarkan perkembangan masyarakat di Eropa pada abad ke-18 dan 19 sebagai sebuah model yang disebut “ruang publik borjuis”. Ruang publik masyarakat borjuis ini dinamai

---

<sup>4</sup> Jürgen Habermas dalam *Approaches to Media: A Reader*, Oliver Boyd-Barret et. Al (eds), *Institutions of Public Sphere* (New York: Oxford University Press Inc, 1995), hal. 235-244.

sebagai sebuah transformasi struktural karena perubahan tersebut telah mempengaruhi secara mendasar konsep tentang ruang publik yang sebelumnya terikat dengan sebuah rumah tangga, ketika para anggotanya berkumpul, membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kerja atau proses produksi.<sup>5</sup> Perubahan tersebut telah berhasil menggeser makna ruang publik yang dianggap sebagai ruang pribadi (ruang privat) yang lingkungannya hanya bisa digunakan berdiskusi oleh anggotanya saja, menjadi ruang publik yang dapat digunakan oleh seluruh masyarakat atau warga negara agar dapat berpartisipasi dalam menyampaikan pendapat, berargumen, atau sekadar berdiskusi.

Seperti yang ditulis oleh F. Budi Hardiman, konsep ruang publik yang dimaksud oleh Habermas adalah ruang publik yang merupakan ruang diskusi kritis dan terbuka bagi semua kalangan dan merupakan perlawanan terhadap ekonomi pasar yang cenderung mengikis-habis solidaritas warga.<sup>6</sup> Prinsip-prinsip ruang publik melibatkan suatu diskusi terbuka tentang semua isu yang menjadi keprihatinan umum, ketika argumentasi-argumentasi diskursif digunakan untuk menentukan kepentingan umum bersama. Ruang publik dengan demikian mengandaikan adanya kebebasan berbicara dan berkumpul, pers bebas, dan hak untuk secara bebas berpartisipasi dalam perdebatan politik dan pengambilan keputusan. Menurut Habermas hak-hak komunikatif para warga negara terlaksana terutama di dalam diskursus-diskursus informal yang dapat dilaksanakan secara inklusif dan dapat

---

<sup>5</sup> Alexander Seran, *Op. Cit.*, hal. 43-51.

<sup>6</sup> F. Budi Hardiman, "Komersialisasi Ruang Publik menurut Hannah Arendt dan Jürgen Habermas," dalam F. Budi Hardiman (ed), *Ruang Publik : Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), hal. 185-486.

mempersoalkan segala tema relevan yang mungkin,<sup>7</sup> seperti yang terjadi ketika anggota masyarakat atau warga negara bertemu di warung *hik* untuk saling berkumpul dan berbicara.

Indonesia telah memasuki lebih dari satu masa dekade sebagai negara demokratis sejak runtuhnya rezim otoriter orde baru pada tahun 1998. Sedangkan hal yang dianggap syarat terpenting dalam sebuah demokrasi adalah ruang publik yang utuh dan otonom dari imperatif-imperatif pasar dan negara. Demokrasi merupakan wadah untuk kebebasan dalam berpikir, berbicara, dan menyampaikan gagasan tanpa adanya diskriminasi, manipulasi dan represi. Habermas mencoba menghubungkan pendiriannya dengan keadaan empiris masyarakat kompleks dewasa ini. Struktur-struktur komunikasi yang terkandung di dalam konstitusi negara hukum demokratis dimengerti oleh Habermas sebagai sebuah proyek yang belum selesai namun dapat terwujud. Akan tetapi agar keadaan-keadaan empiris masyarakat kompleks itu dapat didekatkan pada tujuan proyek itu haruslah ada sebuah model yang secara sosiologis dapat menjelaskan dinamika komunikasi politis di dalam negara hukum demokratis yang ada. Penekanan pentingnya prosedur komunikasi untuk mencapai legitimasi hukum di dalam sebuah proses pertukaran yang dinamis antara sistem politik dan ruang publik yang dimobilisasi secara kultural sesuai dengan konsep proseduralitas tentang demokrasi deliberatif (*deliberative demokratie*).<sup>8</sup>

Demokrasi deliberatif yang dimaksudkan oleh Habermas adalah kontrol masyarakat terhadap negara demokratis melalui opini publik. Pada

---

<sup>7</sup> F. Budi Hardiman, *Demokrasi Deliberatif Menimbang Negara Hukum dan "Ruang Publik" dalam "Teori Diskursus" Jürgen Habermas*, (Yogyakarta, Kanisius, 2009) hal. 133.

<sup>8</sup> F. Budi Hardiman, *Op. Cit.*, hal. 185-200.

awalnya yang dipahami sebagai demokrasi adalah keikutsertaan dalam pemilihan umum presiden atau wakil rakyat, namun semakin berkembang demokrasi disadari bukan hanya sekadar ikut serta dalam pemilihan umum, tapi bagaimana suara dan aspirasi serta penilaian sebagai warga negara didengar dan dijadikan pertimbangan oleh negara. Sebagai warga negara tidak lantas secara langsung dapat bertemu dan menyampaikan aspirasi secara personal kepada pemimpin negara. Namun dibutuhkan sebuah ruang yang dapat menjadi tempat berkomunikasi dengan sesama warga negara, tempat inilah yang disebut sebagai ruang publik. Bagaimana sebuah ruang publik mampu menjadi tempat berdiskusi tanpa adanya prosedur yang rumit untuk mendaftar, menjadi anggota, dan sebagainya. Hal demikian untuk konteks Indonesia (terlebih khususnya di Kota Surakarta), salah satu bentuk yang mudah dijumpai adalah warung *hik*.

## B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari hal-hal yang sebagaimana baru saja dikemukakan di atas, maka menarik sekali meneliti perihal warung *hik* di Kota Surakarta, tentunya dari perspektif komunikasi. Bagaimana warung *hik* di Kota Surakarta berperan sebagai ruang publik bagi warga Kota Surakarta. Beberapa aspek yang menjadi titik berat terkait dalam hal tersebut adalah:

- a. Siapa yang biasa berkunjung ke warung *hik*?
- b. Apa yang diperbincangkan oleh pengunjung warung *hik*?
- c. Bahasa apa yang sering dipakai pengunjung ketika memperbincangkan permasalahan-permasalahan di warung *hik*?

d. Bagaimana atmosfer yang berkembang ketika pengunjung berbincang-bincang di warung *hik*?

Sehubungan dengan siapa yang berkunjung ke warung *hik*, maka yang dimaksudkan adalah pelanggan dan pembeli yang membeli makanan di warung *hik*. Kemudian mereka saling berinteraksi antar pengunjung dan tercipta proses komunikasi. Pengunjung warung *hik* yang notabene adalah partisipan komunikasi pada kenyataannya saling berbincang satu sama lain mengenai perihal atau konteks apa saja. Hal-hal yang diperbincangkan itulah yang merupakan pesan yang saling dipertukarkan oleh sesama pengunjung, yang dalam hal ini merupakan partisipan dalam komunikasi. Pesan yang dipertukarkan sangat bisa bervariasi. Maka dari itu penelitian ini memasukkan aspek pesan sebagai salah satu yang akan diteliti.

Dalam berkomunikasi setiap pengunjung memiliki cara masing-masing, mulai dari bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi, *gesture*, nada bicara, bahasa tubuh, dan lain-lain. Sedangkan atmosfer yang dimaksud adalah suasana yang berkembang ketika para pengunjung sedang berinteraksi satu sama lain. Suasana apa saja yang akan muncul dan berkembang ketika mereka sedang mengobrol, entah berbentuk tawa, senyum, canda, *seloroh*, atau bahkan emosi yang berapi-api.

### C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai sehubungan dengan permasalahan yang ingin diteliti adalah: **Untuk mengetahui bagaimana warung *hik* dapat berkembang di Kota Surakarta sebagai ruang publik dengan mempertimbangkan beberapa unsur sebagai berikut:**

- a. Mengetahui partisipan yang berkunjung ke warung *hik*.
- b. Mengetahui pesan-pesan yang diperbincangkan antara partisipan atau pengunjung satu dengan yang lain.
- c. Mengetahui cara partisipan atau pengunjung memperbincangkan suatu isu/ permasalahan di warung *hik*.
- d. Memahami atmosfer atau suasana yang terbentuk ketika pengunjung atau partisipan berbincang-bincang.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan ilmu komunikasi yaitu berupa temuan data empirik dan pandangan hipokritik mengenai jenis ruang publik (*public sphere*) yang berkembang di Indonesia khususnya Kota Surakarta, berupa warung *hik*.

#### **E. TELAAH PUSTAKA**

Ruang publik dalam konteks penelitian ini adalah warung *hik* yang berkembang di Kota Surakarta. Dalam perkembangannya sekarang, warung *hik* telah berperan sebagai ruang publik yang notabene merupakan wadah imajiner tempat para warga negara berkumpul dan berkomunikasi. Para pengunjung bertemu satu sama lain, berbincang mengenai perihal (persoalan atau isu) apa saja yang menarik perhatian mereka, dan semuanya dilakukan secara leluasa bahkan seringkali juga ada gurauan dan canda. Penting pula dikemukakan bahwa perbincangan yang dimaksud diatas pada dasarnya merupakan suatu bentuk komunikasi antar pribadi.

*commit to user*

**a. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal communication*)**

Secara kontekstual komunikasi terbagi dalam beberapa tingkatan, yaitu mulai dari tingkatan komunikasi yang paling dasar yaitu komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), kemudian komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi publik (*public communication*), dan komunikasi organisasi (*organizational communication*).

Seperti yang dikutip oleh Alo Liliweri (dalam buku Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi), menurut Ruesch dan Bateson dalam Little John (1978) mengatakan bahwa tingkatan yang paling penting dalam komunikasi manusia adalah komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yang diartikan sebagai relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Melalui proses ini individu menyesuaikan dirinya dengan orang lain lewat peran yang disebut *transmitting* dan *receiving*.<sup>9</sup> Individu-individu yang dimaksudkan saling mengirim dan menerima pesan dalam rangka mencapai tujuan berkomunikasi.

Berdasarkan hal tersebut komunikasi antarpribadi akan selalu ada dan menjadi bagian dari semua konteks atau tingkatan komunikasi, serta sebagai dasar setiap komunikasi sosial. Komunikasi antarpribadi juga menekankan pada tingkat dua atau tiga orang partisipan. Karena kalau lebih dari tiga orang maka komunikasi akan berubah menjadi komunikasi

---

<sup>9</sup> Pernyataan Ruesch dan Bateson dalam Little John (1978) seperti dikutip oleh Alo Liliweri dalam "Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi", (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994), hal. 3.

kelompok.<sup>10</sup> Begitu pula ketika kita menyinggung perihal ruang publik, di mana wadah imajiner ini merupakan tempat berlangsungnya proses komunikasi beberapa orang partisipan yang notabene adalah anggota masyarakat. Dalam ruang publik terjadi proses komunikasi yang konteksnya tergantung berapa orang partisipan yang terlibat dalam komunikasi. Jika partisipan terdiri dari dua hingga tiga orang, maka konteks komunikasi tersebut dapat digolongkan sebagai komunikasi antarpribadi, namun jika partisipan berjumlah lebih dari empat orang dan komunikasi tersebut ditujukan untuk mencapai keputusan maka bisa digolongkan sebagai komunikasi kelompok.

Komunikasi antarpribadi dapat berkembang menjadi komunikasi kelompok, karena didalam komunikasi kelompok terdapat unsur komunikasi antarpribadi. Komunikasi di antara pengunjung warung *hik* akan menjadi akar dari terbentuknya sebuah wadah imajiner yang disebut sebagai ruang publik. Karena ruang publik bukan sebuah wadah fisik, namun proses komunikasi itu sendiri yang dapat menciptakan apa yang disebut ruang publik.

Adapun teori yang digunakan dalam komunikasi antarpribadi pada penelitian ini adalah teori akomodasi komunikasi yang digagas oleh Howard Giles:

Teori ini mempertimbangkan motivasi dan konsekuensi yang mendasari dari apa yang terjadi ketika dua pembicara menyesuaikan gaya berkomunikasi mereka. Selama peristiwa komunikasi, orang akan berusaha untuk mengakomodasi atau menyesuaikan gaya berbicara mereka dengan orang lain.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid.* hal 4.

<sup>11</sup> Richard West dan Lynn H. Turner. Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi (Edisi 3), terj. Maria Natalia (Jakarta: Salemba Humanka, 2008) hlm. 218

Dalam komunikasi antarpribadi di dalam warung *hik* setiap individu yang berkunjung berasal dari berbagai latar belakang dan daerah yang berbeda. Sehingga ketika melakukan perbincangan atau komunikasi, pengunjung akan saling menyesuaikan bahasa yang digunakan supaya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Hal ini sejalan dengan teori akomodasi komunikasi dimana partisipan dalam komunikasi akan saling mengakomodasi dan menyesuaikan gaya bicara satu sama lain agar pesan yang menjadi tujuan dapat diterima dengan baik.

#### b. Ruang Publik

Ruang publik pada awalnya lahir dari tempat-tempat elit semacam *café*, *literary salon*, atau *pubs* yang menjamur di Inggris, Jerman, dan Prancis pada abad ke-18. Ruang publik bukanlah sekadar tempat fisik, namun komunikasi yang dilakukan warga itu sendiri yang menciptakan ruang di antara para warga tersebut.<sup>12</sup> Konsep ruang publik menurut Habermas memiliki kriteria sebagai berikut:

“Public sphere is a domain of our social life where such a thing as public opinion can be formed (where) citizen .. deal with matters of general interest without being subject to coercion...(to) express and publicize their views” (dalam McKee, 2005:4).

Ruang Publik adalah ruang kehidupan manusia di mana opini publik dapat diciptakan oleh warga negara, di mana mereka tertarik bukan karena paksaan, dan di mana mereka dapat mengekspresikan serta mempublikasikan pandangan mereka.<sup>13</sup>

*Strukturwandel der Öffentlichkeit* adalah judul salah satu karya Jürgen Habermas yang bila diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi “Perubahan Struktur Ruang Publik.” Karya ini merupakan

<sup>12</sup> F. Budi Hardiman, *Op. Cit.*, hal. 187.

<sup>13</sup> Alvin Sandy, “Menggugat Lembaga Penyiaran Komersil”, diakses dari

<sup>13</sup><http://politik.kompasiana.com/2012/06/04/menggugat-lembaga-penyiaran-komersil-468202.html>, 7 November 2012, 15.47.

penelitian sosiologi-historis mengenai kemunculan, transformasi, dan disintegrasi ruang publik borjuis. Penelitian yang dilakukan Habermas menggunakan metode-metode dari sosiologi, ekonomi, ilmu hukum, ilmu politik, sejarah sosial, dan juga kultur dalam satu kesatuan memahami prakondisi-prakondisi, struktur-struktur, fungsi-fungsi, dan berbagai tegangan dalam (*inner tension*) masyarakat modern. Ruang publik yang dianggap sebagai sebuah ruang di antara masyarakat sipil dan negara, di mana diskusi publik kritis mengenai persoalan-persoalan kepentingan umum dilindungi secara institusional.

Salah satu pendapat Habermas mengenai ruang publik yang dikutip oleh Susanto Kartubij merupakan "*portion of the public sphere comes into being in every conversation in which private individuals assemble to form a public body.*" Bagian dari ruang publik yang terbentuk dari setiap perbincangan individu-individu privat yang menciptakan sebuah tubuh publik.<sup>14</sup> Setiap pembicaraan yang terjadi di antara individu-individu itu sendiri yang menciptakan apa yang dimaksud sebagai ruang publik.

Dalam buku karya Habermas terdapat istilah *Öffentlichkeit* yang dapat diartikan dengan (sang) publik, ruang publik, atau publisitas. Namun istilah tersebut lebih cocok jika dimaknai sebagai ruang publik. Habermas membedakan tiga jenis *Öffentlichkeit*:

- a. *Politische Öffentlichkeit* artinya ruang publik politis/ politik.
- b. *Literarische Öffentlichkeit* artinya ruang publik sastra/ literer.

---

<sup>14</sup> Susanto Kartubij, *Op. Cit.*, hal. 150.

- c. *Repräsentative Öffentlichkeit* artinya perepresentasian/ perwakilan publik (pertunjukkan kekuatan spiritual inheren atau kehormatan di depan khlayak yang menonton).<sup>15</sup>

Konsep ruang publik pada awalnya bermula dari sebuah esai yang dibuat oleh Jürgen Habermas pada tahun 1989 yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris oleh Thomas Burger dengan judul *The Structural Transformation of The Public Sphere*. Dalam esai ini Habermas menjelaskan bagaimana perkembangan terciptanya ruang publik di Eropa mulai dari Prancis, Inggris, dan Jerman pada abad ke tujuh belas. Awalnya di Prancis kaum borjuis menguasai sebuah hotel milik kaum bangsawan yang sering digunakan untuk mengadakan perayaan istana, kemudian mengubahnya menjadi tempat yang disebut *salon*. *Salon* adalah tempat khusus yang digunakan oleh kaum borjuis untuk bertemu atau sekadar *nongkrong- nongkrong*, namun pada masa ini sudah tercipta diskusi-diskusi mengenai seni dan kesusastraan di antara para kaum borjuis. Hal ini menyebabkan *court* istilah yang digunakan untuk kaum *middle class* atau kelas menengah ke bawah di Perancis kehilangan tempat untuk berkumpul.

Pada perkembangannya karena dipengaruhi oleh seniman Inggris, *salon* berubah menjadi *coffeehouse* yang dapat digunakan untuk berkumpul semua orang dari berbagai kalangan tanpa memandang latar belakang dan sosio-kultural. Hal ini disebabkan *coffeehouse* yang ada di Inggris pun ternyata dimiliki dan dikelola oleh orang biasa yang bukan

---

<sup>15</sup> Catatan Thomas Burger, yang menerjemahkan buku *Strukturwandel der Öffentlichkeit* dari bahasa Jerman ke bahasa Inggris, hal. xi- xii.

dari golongan bangsawan kerajaan atau kaum borjuis. Di Inggris semua orang boleh berkunjung ke *coffeehouse* tanpa adanya diskriminasi mengenai strata ekonomi ataupun latar belakang sosial. Jadi sesuai perkembangannya ruang publik pada awalnya hanya dikuasai oleh kaum borjuis, sampai akhirnya dapat digunakan oleh semua orang. *Salon* dan *coffeehouse* inilah yang menjadi awal mula pemikiran Habermas mengenai ruang publik. Apa yang ditampilkan Habermas tentang ruang publik melihat kesetaraan sebagai manusia dalam berkomunikasi melalui dialog atau diskusi. Dalam diskusi ini mereka yang berada di ruang publik melepas semua atribut sosial dan budaya serta kepentingan ekonomi tertentu. Sejalan dengan apa yang disampaikan F. Budi Hardiman mengenai pendapat Habermas bahwa hak-hak bicara warga negara terjadi pada tatanan ruang informal dan dapat membicarakan segala macam masalah dan isu.

Menurut Habermas hak-hak komunikatif para warga negara terlaksana di dalam diskursus-diskursus informal yang dapat dilaksanakan secara inklusif dan dapat mempersoalkan segala tema relevan yang mungkin.<sup>16</sup>

Ruang publik liberal terbentuk di dalam kondisi-kondisi historis spesifik berupa ekonomi pasar yang sedang berkembang. Hal ini berbenturan dengan praktik-praktik rahasia dan birokratis negara absolut, kemunculan borjuasi perlahan-lahan menggantikan sebuah ruang publik di mana kekuatan penguasa hanya direpresentasikan di hadapan

---

<sup>16</sup> F. Budi Hardiman, *Op. Cit.*, hal. 133.

masyarakat oleh sebuah ruang yang di dalamnya otoritas negara diawasi secara publik lewat diskursus informatif dan kritis oleh masyarakat.<sup>17</sup>

Seperti juga dikutip oleh Sastrapratedja (dalam Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratis dari Polis sampai *Cyberspace*, 2010) mengenai apa itu ruang publik atau *public sphere* dan unsur-unsur terkait menurut Habermas adalah sebagai berikut:

Dengan 'ruang publik' kami maksudkan pertama-tama suatu wilayah kehidupan sosial kita di mana apa yang disebut opini publik terbentuk. Akses kepada ruang publik terbuka bagi semua warga negara. Sebagian dari ruang publik terbentuk dalam setiap pembicaraan di mana pribadi-pribadi berkumpul untuk membentuk suatu 'publik'. Bila publik menjadi besar, komunikasi ini menuntut suatu sarana untuk diseminasi dan pengaruh; zaman sekarang surat kabar dan majalah, radio dan televisi menjadi media ruang publik.<sup>18</sup>

Menurut Sastrapratedja dalam pengertian apa itu ruang publik yang diungkapkan oleh Habermas, terdapat tiga unsur yaitu media, pembicaraan, dan opini publik yang secara erat terhubung. Ruang publik bukan merupakan suatu ruang fisik, tetapi suatu ruang sosial dan imajiner yang diproduksi oleh tindakan komunikatif oleh warga negara. Ruang publik juga bukan suatu institusi pengambilan keputusan, bukan pula suatu pertemuan publik yang mengagendakan hal tertentu, namun suatu ruang atau arena tempat dilakukannya pembicaraan yang "tidak terikat secara institusional atau terlembaga".<sup>19</sup>

Organisasi-organisasi yang mewakili dalam ruang publik mempunyai berbagai konstituen yang melakukan negosiasi dan kompromi di antara mereka sendiri dengan pejabat pemerintah, sementara

<sup>17</sup> Thomas McCarthy, kata pengantar dalam buku karya Habermas "Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis" terj. Yudi Santoso, (Bantul: Kreasi Wacana, 2007), hal. vii.

<sup>18</sup> M. Sastrapratedja, "The Public Sphere" dalam *Demokrasi Deliberatif Menimbang Negara Hukum dan "Ruang Publik"* dalam "Teori Diskursus" Jürgen Habermas, (Ed) F. Budi Hardiman (Yogyakarta, Kanisius, 2009), hal. 270.

<sup>19</sup> *Ibid.*

menghilangkan gerak langkah masyarakat atau publik itu sendiri. Sehingga pendapat publik mulai mengemuka dalam bentuk diskusi publik yang mengalami penekanan atau pengekangan dan tidak bebas seperti seharusnya. Media massa kemudian tidak berfungsi sebagai penyampai informasi atau arena ajang perdebatan publik, namun sebagai teknologi untuk mengelola konsensus dan mempromosikan budaya konsumen. Selain itu media massa juga telah banyak dimonopoli oleh kepentingan politik pemilik media massa tersebut. Struktur-struktur historis ruang publik liberal mencerminkan konstelasi khusus kepentingan-kepentingan yang melahirkannya, maka gagasan yang diklaim mewujudkan dan merasionalkan otoritas publik di bawah pengaruh diskusi yang informatif dan kesepakatan rasional yang terlembaga masih tetap penting bagi negara yang menganut sistem demokrasi.<sup>20</sup>

Ruang publik ditandai dengan dapat digunakan oleh masyarakat umum dari berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya serta aksesibilitas bagi berbagai kondisi fisik masyarakat. Di Kota Surakarta sendiri terdapat model tempat yang dapat mengakomodasi kebutuhan setiap anggota masyarakat terhadap kebutuhan komunikasi dalam ruang publik, ruang itu adalah warung *hik*.

### c. Warung *hik* sebagai ruang publik

Warung *hik* atau dikenal juga dengan angkringan oleh masyarakat Yogyakarta memiliki beberapa versi sejarah menurut para budayawan. Seperti yang diungkapkan oleh seniman ketoprak yang berasal dari Yogyakarta, Bondan Nusantara.

---

<sup>20</sup>*Ibid.* hal. vii-x.

“Warung angkringan berawal dari tradisi merayakan malam *lailatul qodar* yang biasanya jatuh pada 21 Ramadhan pada zaman Pakubuwono IX. Lalu tradisi ini berkembang dengan hadirnya warung-warung baru dan menjadi cikal bakal angkringan sampai hari ini”. (Fathiyah, 2010).<sup>21</sup>

Lebih jauh menurut Bondan, angkringan berasal dari Kecamatan Bayat, Klaten, Jawa Tengah. Angkringan ini awalnya terbentuk dari spiritualitas Jawa kemudian dijadikan sebagai tempat *lek-lekan* dalam bahasa Jawa yang berarti bergadang semalaman dengan beberapa orang. Sebelum muncul di Yogyakarta, angkringan telah lebih berkembang dahulu di Kota Surakarta dengan nama warung *hik*. Konon kata *hik* berasal dari kata “hek” yang dikonotasikan negatif yaitu kotoran, maka diganti menjadi *hik* sebagai tempat yang dekat dengan jembatan, tempat untuk *nongkrong*. Kemudian *hik* di Yogyakarta berubah menjadi “angkringan” yang dapat diartikan *nongkrong*.<sup>22</sup> Selain yang diungkapkan Bondan Nusantara terdapat versi lain dari sejarah warung *hik* atau warung “angkringan”.

Angkringan berdiri sekitar tahun 1950-an dari sesosok Mbah Pawiro/Pairo yang berasal dari Cawas, Klaten. Beliau yang merantau dari desanya menuju kota menggelar dagangan di sekitar emperan Stasiun Tugu Yogyakarta. Pada saat itu Mbah Pawiro/Pairo berdagang masih menggunakan pikulan (angkring). Saat itu pedagang seperti Mbah Pawiro/Pairo dikenal dengan pedagang *ting-ting* atau HIK. Hal ini dikarenakan biasanya mereka berdagang berkeliling kampung dengan meneriakkan kata “hhiikk... hiiyyeeekkk” serta menghiaskan dagangannya dengan hiasan lentera (lampu ting). Bapak Siswo Raharjo (Lek/Lik Man) putra Mbah Pawiro/Pairo mewarisi dagangan ini sekitar tahun 1969. Saat itu ia sering berpindah-pindah tempat berdagang, tetapi masih disekitar stasiun tugu. Baru ditahun 1970-an Lek Man memindahkan dagangannya di Utara Stasiun Tugu, warung

<sup>21</sup> Teta Fathiyah (12 Desember 2010), “Bondan Nusantara: [“Angkringan jangan tercerabut dari akarnya”]”, diakses dari <http://indonesiabuku.com/?p=7866>, 2 Mei 2010, 09.07

<sup>22</sup> *Ibid.*

angkringan ini sangat terkenal sampai sekarang dengan nama Angkringan Lek Man.<sup>23</sup>

Jika di Yogyakarta dikenal dengan *angkringan*, maka di Kota Surakarta *angkringan* lebih dikenal dengan sebutan warung *hik*. Nama *hik* konon bermula dari tradisi *malam selikuran* Keraton Surakarta. *Hik* dianggap sebagai kependekan dari *hidangan istimewa kampung*, namun hal ini belum dapat dipastikan kebenarannya. *Angkringan* berasal dari kata *angkring* atau *nangkring* dalam Bahasa Jawa yang berarti duduk santai atau menaikkan salah satu kaki ke atas tempat yang sedang diduduki.<sup>24</sup> Warung *hik* merupakan sebutan lain dari *angkringan* bagi warung-warung di Kota Surakarta yang menjajakan makanan tradisional, berupa nasi kucing (*sego kucing*) dan berbagai lauk-pauk seperti tempe, tahu, sate telur puyuh, sate usus, *ceker* ayam, dan lain-lain. Makanan tersebut disajikan di atas gerobak yang ditutupi dengan terpal atau tenda plastik di bagian atasnya. Warung ini bisa ditemui di sepanjang jalan-jalan di Kota Surakarta pada sore atau malam hari.

Perkembangan sektor informal di kota-kota besar meningkat tajam sejak krisis moneter 1998 yang melanda Indonesia. Kondisi perekonomian yang merosot tajam berimbas pada pengurangan pasokan tenaga kerja pada lapangan pekerjaan sektor formal. Sehingga banyak terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada para karyawan di sektor formal. Angka pengangguran meningkat tajam dari tahun ke tahun. Selain itu masih banyak masyarakat yang hanya menempuh pendidikan sampai lulus Sekolah Dasar (SD) atau Sekolah Menengah Pertama

<sup>23</sup>Wiki Cahandong, "Angkringan Tugu", diakses dari [http://wiki.cahandong.org/Angkringan\\_Tugu](http://wiki.cahandong.org/Angkringan_Tugu), 3 Mei 2012, 12.42.

<sup>24</sup>Adinda Putri, *Loc. Cit.*

(SMP). Padahal dengan jumlah pengangguran yang tinggi mengakibatkan persaingan semakin ketat dalam penyaringan tenaga kerja. Hal ini lah yang mendorong para pengangguran atau lulusan sekolah yang termarjinalkan untuk mengambil kesempatan menempuh usaha di sektor informal dengan berwirausaha.

Salah satu sektor informal yang berkembang pesat di Kota Surakarta sejak tahun 1998 adalah pedagang kaki lima (PKL). PKL telah menjadi tumpuan hidup masyarakat Kota Surakarta terutama kalangan ekonomi bawah untuk pemenuhan kebutuhan mereka. Pedagang kaki lima (PKL) yang paling banyak tumbuh di Kota Surakarta adalah penjual makanan dan minuman, kendati tidak ada data akurat jumlahnya. Tahun 2003 PKL makanan dan minuman tercatat 1.442 warung, dan tahun 2010 sudah 2.416 warung. Dari jumlah itu, 51% (1.238) berupa warung *hik*. Sisanya warung makan bakso dan mi ayam (11%), bakmi, susu segar, dan sebagainya.<sup>25</sup> Dari data tersebut hampir setengah lebih PKL didominasi dengan usaha warung *hik*, ini membuktikan selain menjadi pilar penting penopang perekonomian, warung *hik* terbukti dapat menjadi mata pencaharian sebagian besar masyarakat kelas bawah dimasa krisis ekonomi.

Warung *hik* yang dahulunya sebagai tempat beristirahat rakyat kecil yang umumnya berprofesi sebagai supir, tukang becak dan delman, seiring dengan perkembangan waktu dan keterbukaan dalam pemahamannya warung *hik* justru digemari oleh beragam lapisan

---

<sup>25</sup> Syamsuri, "Perlunya Kearifan Pajak Warung Hik", Gagasan Hukum Wordpress.com, diakses dari <http://gagasanhukum.wordpress.com/2011/05/30/perlunya-kearifan-pajak-warung-hik/> (Surabaya: Slamet Haryanto & rekan, 2011), 21 Maret 2012, 22.45.

masyarakat, mulai dari mahasiswa, seniman, pegawai kantor, hingga pejabat. Hal ini lah yang membuat warung *hik* dapat berperan sebagai ruang publik.<sup>26</sup>

Warung *hik* telah membudaya di dalam keseharian masyarakat Kota Surakarta. Budaya *jagongan* (mengobrol) dan warung *hik* adalah dua hal yang sulit untuk dipisahkan. Hal yang menarik dari warung *hik* selain harga makanannya yang murah adalah suasana *jagongan* yang disertai diskusi ringan mengenai berbagai hal atau isu yang sedang populer. Mulai dari masalah keseharian, pekerjaan, tugas kuliah yang menumpuk, pemilukada, masalah sosial, pacar, *cewek gebetan*, dosen pembimbing yang *killer*, hingga *guyonan* dapat ditemukan di warung *hik*.

Warung *hik* menjadi sebuah kebutuhan yang tidak secara sengaja tersedia dan dapat memenuhi kebutuhan akan sebuah tempat atau ruang yang dapat digunakan untuk bertemu teman-teman, berbincang-bincang *ngalor-ngidol* sebagai sebuah pelaksanaan hak-hak demokrasi sebagai warga negara dalam kebebasan berkomunikasi. Ruang inilah yang nantinya akan tumbuh menjadi sebuah ruang publik yang dapat melahirkan berbagai opini publik mengenai berbagai macam permasalahan atau isu.

#### d. Penelitian yang Relevan

Penelitian mengenai ruang publik (*public sphere*) telah banyak dilakukan. Berbagai titik berat dan juga metode dipilih untuk mencapai maksud atau tujuan penelitian. Brundidge (2010) misalnya, meneliti *public sphere* dalam konteks dampak penggunaan internet khususnya

---

<sup>26</sup>Adinda Putri, *Loc. Cit.*

mengenai aksesibilitas dan traversabilitas dalam ruang publik kontemporer.<sup>27</sup> Dalam penelitian tersebut Brundidge menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi dan didukung dengan beberapa teori. Dari artikel tersebut Brundidge menemukan beberapa hasil diantaranya adalah terdapat sebuah perbedaan yang fundamental diantara ruang psikologikal dan struktural yang mempengaruhi aksesibilitas ruang publik. Namun demikian, penelitian mengenai warung *hik* sebagai suatu bentuk ruang publik nampaknya belum banyak dilakukan. Oleh sebab itu penelitian ini diharapkan akan dapat membantu menyediakan kekurangan literatur berkenaan dengan hal tersebut.

Dari beberapa penelitian mengenai ruang publik, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Susanto Kartubij. Penelitian yang berjudul “Internet sebagai Ruang Publik: Studi Kasus LISI@yahoo.com” (2006), mengkaji bagaimana proses yang terjadi pada pembentukan ruang publik di dalam Internet dan dimensi apa saja yang dipersyaratkan supaya bentuk diskusi dapat dikualifikasikan sebagai ruang publik. Dalam penelitian ini diterapkan strategi studi kasus tunggal terpancang (*embedded case study research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Strategi tersebut dipilih karena penelitian ini hanya mengarah pada satu sasaran yaitu *mailing-list* atau *milist* LISI. Supaya dapat menjelaskan secara memuaskan mengenai dimensi, konsep, dan variabel-variabel yang terlibat dalam obyek ini maka penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan

---

<sup>27</sup> Jennifer Brundidge (2010), “Toward a Theory of Citizen Interface with Political Discussion and News in the Contemporary Public Sphere”, diakses dari <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/200/134>, 1 November 2012, 13.58.

agar dapat memprediksi variabel-variabel yang terlibat dalam obyek penelitian.<sup>28</sup>

Sumber data yang digunakan adalah berasal dari berbagai buku, jurnal, laporan penelitian yang mendiskusikan mengenai ruang publik di internet, dokumen arsip server *mailing-list*, dan informan yang terdiri dari pengguna, penggagas, pengelola *mailing-list* serta pakar teknologi informasi yang memiliki perhatian di bidang *computer-mediated communication*. Sedangkan alat pengumpul data yang digunakan antara lain wawancara mendalam, analisis dokumen, dan pengamatan lapangan. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposeful sampling*. Tipe yang paling lazim digunakan dalam penelitian naturalistik, dan digunakan untuk menggali kasus-kasus yang kaya akan informasi yang dapat diteliti secara mendalam.<sup>29</sup>

Pada penelitian tersebut telah dilakukan analisis yang menunjukkan bahwa internet *memang* bisa melakukan fasilitasi bagi proses terbentuknya ruang publik yang baru. Internet memiliki kemampuan yang potensial untuk dimanfaatkan sebagai ajang lalu lintas informasi, perdebatan, serta partisipasi warga negara untuk menunjang demokrasi.<sup>30</sup>

Bersamaan dengan hal itu, sesuai kajian yang telah dilakukan dalam penelitian tersebut maka diskusi yang terjadi di dalam *mailing-list* LISI menunjukkan bahwa adanya aspek yang dipersyaratkan oleh

---

<sup>28</sup> Sutopo seperti dikutip Susanto Kartubij, "Internet sebagai Ruang Publik: Studi Kasus LISI@yahoogroups.com" (Surakarta: Thesis Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret, 2006). hal. 45-46.

<sup>29</sup> Patton seperti dikutip Susanto Kartubij, "Internet sebagai Ruang Publik: Studi Kasus LISI@yahoogroups.com" (Surakarta: Thesis Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret, 2006). hal. 47.

<sup>30</sup> *Ibid.* hal. 149.

Habermas dalam pembentukan ruang publik. Namun tidak selamanya semua proses menunjukkan performa yang *par excellence* dari dimensi yang ideal tersebut.<sup>31</sup> Perdebatan dalam diskusi yang seharusnya rasional-kritis sesuai yang dimaksudkan Habermas, justru masih diwarnai dengan sikap yang emosional, bahasa yang sarkasme, dan apriori dengan pendapat yang lain pada batasan tertentu. Selain persoalan pemenuhan aspek potensial ruang publik internet, internet belum mampu melepaskan kelemahan yang telah diungkapkan Thornton (1996), yaitu mengenai dampak optimisme yang berlebihan terhadap teknologi dalam menciptakan ruang publik, dan masalah aksesibilitas atau keterjangkauan masyarakat terhadap teknologi khususnya oleh kaum marjinal, dalam hal ini adalah warga negara dengan tingkat pendapatan ekonomi yang rendah, dan kaum perempuan tertentu.<sup>32</sup>

Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa aspek potensial internet pada kenyataannya belum mampu diaktualisasikan untuk kepentingan revitalisasi secara maksimal yang disebabkan oleh masalah-masalah keterjangkauan oleh warga negara dengan pendapatan ekonomi rendah dan kaum perempuan.<sup>33</sup> Oleh sebab itulah kajian mengenai ruang publik sangat menarik untuk lebih digali dari aspek yang berbeda-beda, khususnya di Kota Surakarta yang merupakan kota dengan basis budaya yang sangat kental dan mampu menumbuhkan bentuk ruang publik lain berupa warung *hik* yang akan diteliti lebih lanjut.

---

<sup>31</sup> *Ibid.* hal. 192

<sup>32</sup> *Ibid.* hal. 193

<sup>33</sup> *Ibid.*

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yearry Panji dengan judul “(Kegagalan) Media Massa Mewujudkan Public Sphere”. Dalam penelitiannya Yearry mengungkapkan bahwa sesuai konsep Habermas, bahwa ruang publik telah mengalami degradasi yang salah satunya disebabkan oleh media massa. Jika dahulu Habermas mencontohkan praktek konkret ruang publik dapat dilihat di *coffeeshouse*, maka media massa muncul menggantikan fungsi *coffeeshouse* sebagai ruang publik. Persoalan yang kemudian timbul adalah bagaimana menumbuhkan media massa sebagai ruang publik ideal? Sementara dominasi kapitalis selalu ada di ruang-ruang media massa. Media massa diidamkan untuk menjadi ruang bagi publik untuk menyampaikan segala macam gagasan, pemikiran, secara bebas untuk kemudian tercipta opini publik.<sup>34</sup>

Yearry mengungkapkan bahwa sangat mustahil untuk mengharapkan kemunculan ruang publik di dalam media massa. Mulai dari masalah aksesibilitas media massa sampai dengan seleksi. Tidak semua media massa memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota masyarakat untuk mengakses informasi dalam media itu sendiri. Media massa cenderung melakukan seleksi terhadap siapa-siapa yang berhak atau boleh memiliki akses terhadap media. Selain itu ruang yang terbatas di dalam media massa juga seringkali dijadikan alasan bagi media massa untuk tidak menyediakan ruang publik. Mayoritas ruang-ruang dalam media massa telah dikaveling oleh program-program media itu sendiri, bahkan seringkali ruangan tersebut telah dipesan oleh

---

<sup>34</sup> Yearry Panji, “(Kegagalan) Media Massa Mewujudkan Public Sphere (2012)”, diakses dari <http://emjaiz.wordpress.com/2008/08/26/kegagalan-media-massa-mewujudkan-public-sphere/>, 25 November 2012, 20.30.

pengiklan. Sehingga tidak tersisa lagi ruangan bagi ruang publik. Ruang-ruang media massa selalu terisi penuh oleh program-program yang berisi kepentingan pemilik media, pemodal, pengiklan, sampai dengan politisi. Ini menunjukkan bahwa siapa saja yang memiliki kapital, maka dia memiliki akses yang lebih luas terhadap media massa dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memiliki kapital.<sup>35</sup> Hal serupa juga diungkapkan oleh Alvin Sandy, seorang pemerhati dan akademisi kebijakan komunikasi dalam tulisannya “Menggugat Lembaga Penyiaran Komersil”. Dalam tulisannya tersebut Alvin menegaskan bahwa media sebagai ruang publik seharusnya tidak membiarkan adanya intervensi pemilik modal dalam menguasai ruang dalam media. Monopoli media masih sangat kentara di dalam media massa Indonesia.

Kepemilikan beberapa media massa oleh para politisi secara terang-terangan membombardir iklan partainya kepada khalayak secara tersurat maupun tersirat. Hal semacam ini dapat diartikan sebagai bentuk propaganda oleh politisi demi kepentingan partainya.

“Permasalahan lain kemudian muncul ketika ternyata media massa dimiliki oleh konglomerasi yang juga sebagai aktor dalam duni politik, setidaknya yang paling mencolok adalah kepemilikan Metro Group dengan surya paloh di belakangnya dan Visi Media Group dengan Aburizal Bakrie, yang dengan nyata mamapu mem-framingkan berita berdasarkan kepentingannya, hal ini tentu bisa dijadikan alat untuk memunculkan rekam jejak pada salah satu kepentingan partai atau aktor politik, dan ini tentu membatasi akses pada penggunaan media massa, yang menghasilkan informasi yang tidak berimbang.”<sup>36</sup>

Padahal jika menilik pada ruang publik politis menurut Jurgen Habermas di mana semua warga negara bisa menjalankan praktek

---

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> Alvin Sandy (4 Juni 2012), “Menggugat Lembaga Penyiaran Komersil”, diakses dari <http://politik.kompasiana.com/2012/06/04/menggugat-lembaga-penyiaran-komersil-468202.html>, 7 November 2012, 15.47.

komunikasi yang bebas tanpa tekanan penguasa, untuk membentuk opini dan kehendak bersama secara diskursif, pembentukan opini bersama haruslah merupakan hasil dari perdebatan yang bersih tanpa intervensi diluarnya, singkatnya ruang publik harus inklusif, egaliter dan bebas tekanan.

Penelitian selanjutnya adalah “Internet and Public Sphere: A glimpse of Youtube” yang disusun oleh Kasun Ubayasiri dari Central Queensland University. Penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan peran ruang publik dalam dunia *cyber*, beberapa akademisi memfokuskan pada web yang berbasis komunikasi paling mutakhir, serta peralatan jaringan, termasuk forum *video sharing*-YouTube, yang telah menunjukkan signifikansinya selama kurang lebih dua tahun ini. Mempertimbangkan fokus dari debat yang rasional dalam ruang publik, yang dalam hal ini adalah YouTube, tulisan ini berusaha untuk lepas dari bentuk pelaksanaan penerimaan penghargaan dari para ahli. Tulisan ini juga dimaksudkan untuk memasukkan sebuah forum debat rasional yang lebih luas yang diterbitkan dalam beberapa sumber online, diluar batas-batas akademik yang mana secara tradisional menguasai artikel-artikel jurnal.

Pada pemilihan presiden Amerika, YouTube telah digunakan sebagai kampanye. Barack Husein Obama dan Hillary Clinton dalam situs pribadinya juga menggunakan link YouTube untuk mengunggah video, sehingga ada banyak orang yang melihat dan mengakses YouTube untuk sekedar menonton video Obama dan Clinton. Jumlah orang-orang yang menonton dan berlangganan YouTube dapat dihitung secara otomatis

dalam YouTube. Walaupun demikian, yang perlu menjadi catatan adalah dalam konteks politik Amerika, perhatian ruang publik YouTube tidak terbatas pada Obama atau Clinton dan saluran-saluran seperti *Politictv* yang dibentuk pada 28 Maret 2006 saja. YouTube menawarkan sebuah ruang diskusi yang kondusif, sehingga sebuah forum ruang publik dapat dimanfaatkan untuk beberapa kepentingan publik. Kebutuhan mereka akan sebuah konstruksi industri budaya dan hegemoni dari media yang dominan memengaruhi kelanjutan YouTube. Paling tidak untuk beberapa kepentingan atau kasus perkembangan ruang publik *cyber*.<sup>37</sup>

## F. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi dalam penelitian ini dipahami sebagai keseluruhan cara, pendekatan, proses, dan pola pikir yang digunakan dalam menelaah dan menemukan jawaban atas semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam sebuah penelitian. Dengan kata lain metodologi dapat dimengerti sebagai prinsip-prinsip yang meliputi cara pandang dan pola berpikir yang terperinci mengenai tahap-tahap penelitian yang meliputi semua gejala yang diteliti, pendekatan yang digunakan, prosedur ilmiah (metode) yang ditempuh, termasuk dalam mengumpulkan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan.<sup>38</sup>

### a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang merujuk

<sup>37</sup> Kasun Ubayasiri, "Internet and the public Sphere: A glimpse of YouTube", Volume 6, No. 2, diakses dari [http://ejournalist.com.au/ejournalist\\_v6n2.php](http://ejournalist.com.au/ejournalist_v6n2.php) (Queensland: Central Queensland University, 2006), hal. 2-12, 25 November 2012, 20.50.

<sup>38</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS, 2007), hal. 83.

pada kualitas dan segi alamiah. Sesuai yang didefinisikan oleh Kirk dan Miller (1986:9) yang ditulis oleh Lexy J. Moleong dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* bahwa penelitian ini merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya<sup>39</sup>. Penelitian ini lebih merupakan wujud dari kata-kata dan bukan berupa angka, dan lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gagasan atau pemahaman mengenai bagaimana suatu gejala sosial atau realitas komunikasi yang menjadi obyek penelitian ini terjadi.<sup>40</sup>

Berdasarkan apa yang dikemukakan oleh Mathew B. Miles dan M. Huberman dalam *Analisis Data Kualitatif*, penelitian kualitatif akan menghasilkan data kualitatif yang merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif, penelitian ini dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab-akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat, dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Data kualitatif cenderung akan membawa penelitian untuk dapat menggali penemuan-penemuan yang baru dan tidak terduga oleh para peneliti sehingga dapat melangkah lebih jauh dari kerangka kerja awal.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hal. 2.

<sup>40</sup> Pawito. *Op. Cit.* hal. 36.

<sup>41</sup> Matthew B. Miles dan Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI- Press, 1992), hal. 19.

## b. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan di mana multi sumber bukti dimanfaatkan.<sup>42</sup> Secara umum studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* (bagaimana) atau *why* (mengapa), bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.<sup>43</sup>

## c. Lokasi Penelitian

Warung *hik* hampir selalu bisa dijumpai di pinggir jalan-jalan Kota Surakarta pada sore atau malam hari. Banyaknya warung *hik* di Kota Surakarta juga menimbulkan keberagaman atau variasi pada pengunjungnya, oleh karena itu pada penelitian ini dipilih empat situs warung *hik* yang dirasa mampu mewakili informasi yang ingin didapat yaitu:

1. Warung *hik* Lingkar Selatan, Pasar Kembang.
2. Warung *hik* Nolid, Kampung Gulon, Ngrosan.
3. Warung *hik* Pak Har, Jalan Haryo Pinular, Cakraningratan.
4. Warung *hik* Pak Yanto, sebelah Dishubkominformo Kota Surakarta, Manahan.

<sup>42</sup> Robert K. Yin, *Studi Kasus (Desain dan Metode)*, terj. M. Djauzi Mudzakir. Ed. 1., Cetakan ke-2, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997), hal. 18.

<sup>43</sup> *Ibid*, hal. 1.

#### d. Sumber Data

Sumber data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber yaitu:

##### 1. Data Primer

Data dalam penelitian ini berbentuk informasi yang diperoleh langsung dari orang per orang yang dinilai pantas menjadi informan.

Informan dalam penelitian ini adalah :

- a) Pemilik atau penjaja warung *hik*.
- b) Pengunjung warung *hik*.

##### 2. Data Sekunder

Merupakan data penunjang yang diperoleh dari penelitian-penelitian, studi kepustakaan, dan referensi-referensi yang menunjang studi seperti buku- buku yang relevan dengan tema, jurnal ilmiah, penelitian ilmiah, dan dokumen- dokumen lainnya.

#### e. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat atau lokasi, dan benda, serta rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada observasi langsung dapat dilakukan dengan mengambil peran atau tak berperan.<sup>44</sup>

Dalam riset dikenal dua jenis metode observasi berdasarkan tingkat keterlibatan peneliti dalam-atau terhadap-aktivitas serta proses-proses yang ada pada masyarakat yang diteliti. Dua jenis

---

<sup>44</sup> *Ibid*, hal. 64-65.

observasi tersebut yaitu, (1) observasi tidak terlibat (*non-partisipan observation*) dan (2) observasi dengan ikut terlibat dalam kegiatan komunitas yang diteliti (*participant observation*). Metode observasi partisipan dibedakan lagi menjadi dua jenis dengan berdasarkan tingkat keterlibatannya, yakni berpartisipasi secara aktif dan penuh (*total participant observation*) serta berpartisipasi aktif (*active participant observation*).<sup>45</sup> Mempertimbangkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi yang peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan sumber yang diteliti atau *non-participant observation*.

## 2. Wawancara

Sumber data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif adalah berupa manusia yang dalam posisi ini sebagai narasumber atau informan. Untuk mengumpulkan informasi dari sumber data ini, diperlukan teknik wawancara, yang dalam penelitian kualitatif khususnya dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam. Secara umum ada dua jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang disebut wawancara mendalam (*in-dept interview*).

Wawancara terstruktur merupakan jenis wawancara yang sering juga disebut sebagai wawancara terfokus. Wawancara terstruktur biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif. Dalam wawancara ini, masalah ditentukan oleh peneliti sebelum wawancara dilakukan. Pertanyaannya telah diformulasikan oleh peneliti secara

---

<sup>45</sup> Pawito, *Op.Cit*, hal.114.

pasti, dan sumber diharapkan menjawab dalam bentuk informasi yang sesuai dengan kerangka kerja pewawancara dan definisi permasalahannya.

Sedangkan dalam wawancara tak terstruktur pertanyaan dan jawaban diserahkan atau berada pada orang yang diwawancarai. Dalam penelitian kualitatif pada umumnya menggunakan teknik wawancara tak berstruktur atau dikenal dengan wawancara mendalam (*in-dept interview*), karena peneliti merasa tidak mengetahui apa yang belum diketahuinya. Dengan demikian wawancara dilakukan dengan pertanyaan yang bersifat “*open-ended*”, dan mengarah pada kedalaman informasi, serta dilakukan dengan cara yang tidak formal terstruktur guna menggali pandangan subjek yang diteliti tentang banyak hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi dasar bagi penggalian informasinya secara lebih jauh dan mendalam.<sup>46</sup>

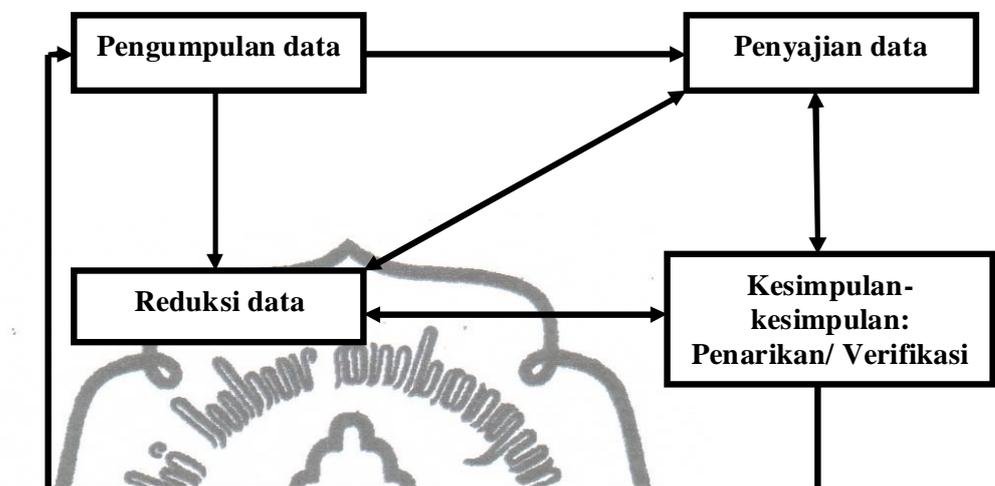
### 3. Teknik Analisis Data

Analisis dapat dipahami dengan tiga hal utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi sebagai sesuatu yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar, untuk membangun wawasan umum. Tiga hal utama tersebut dapat dilihat pada bagan 1 di bawah ini:

---

<sup>46</sup> Sutopo, *Op. Cit*, hal. 58.

## Bagan 1

Komponen-komponen Analisis Data: Model Interaktif<sup>47</sup>

Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Selama pengumpulan data dalam penelitian ini harus bergerak di antara empat “sumbu” kumparan yang dimaksud selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik di antara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi selama sisa waktu penelitian.<sup>48</sup>

Guna menganalisis data yang terkumpul, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis interaktif (*interactive model of analysis*). Menurut Miles dan Haberman dalam bukunya yang diterjemahkan menjadi *Analisis Data Kualitatif*, tahap-tahap dalam teknik analisis data interaktif dapat diuraikan sebagai berikut:

<sup>47</sup> Matthew B. Miles dan Michael Huberman, *Op. Cit* *commit to user*

<sup>48</sup> *Ibid*, hal. 19- 20.

a) Pengumpulan data

Pengumpulan data dengan berbagai macam metode yang cocok, namun metode yang dianggap paling utama dalam analisis data interaktif adalah observasi (partisipasi atau non-partisipasi), wawancara secara mendalam (*indepth interview*), serta metode-metode pendukung seperti angket, dokumentasi, dan sebagainya.

b) Reduksi data

Data dipilah-pilah dan disederhanakan kemudian data yang tidak diperlukan disortir supaya mudah dalam menampilkan, menyajikan, dan menarik kesimpulan sementara.

c) Penyajian data

Data yang telah dipilah diklasifikasikan menurut kelompok/kategori data, kemudian disusun sesuai dengan kategori yang sejenis untuk ditampilkan selaras dengan permasalahan yang dihadapi, dan menampilkan kesimpulan sementara yang telah diambil pada saat tahap reduksi data.

d) Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dari kategori-kategori data yang telah direduksi dan disajikan, untuk menuju pada kesimpulan akhir yang mampu menjawab permasalahan dalam penelitian.

Sedangkan menurut HB Sutopo, aktivitas dari keempat komponen tersebut berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Peneliti bergerak diantara ketiga komponen (reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan) dengan komponen pengumpulan data, selama proses

pengumpulan data berlangsung, sesudah pengumpulan data, kemudian bergerak diantara proses reduksi data dan kesimpulan.<sup>49</sup>



---

<sup>49</sup> Sutopo, *Loc. Cit.*

## BAB II

### DESKRIPSI LOKASI

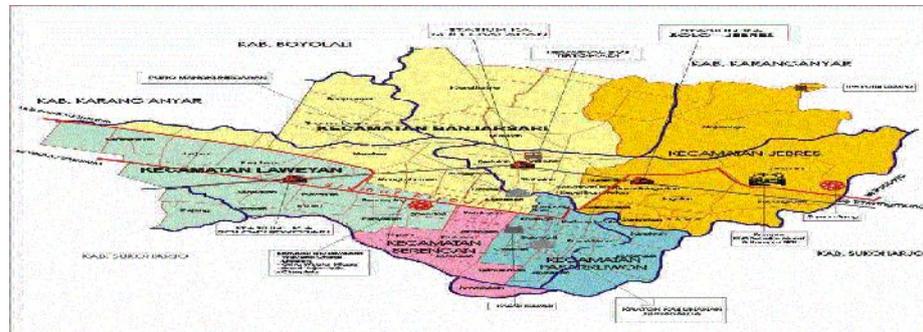
#### A. Wilayah Kota Surakarta

Secara geografis Kota Surakarta terletak di antara  $110^{\circ} 45' 15''$  Bujur Timur dan  $110^{\circ} 45' 35''$  dan  $7^{\circ} 36'$  dan  $7^{\circ} 56'$  Lintang Selatan. Kota Surakarta merupakan kota terpadat penduduknya di Provinsi Jawa Tengah dan kota terpadat ke-8 di Indonesia. Luas wilayah Kota Surakarta mencapai  $44,06 \text{ Km}^2$  yang terbagi dalam 5 kecamatan yaitu: Kecamatan Laweyan, Serengan, Pasar Kliwon, Jebres dan Banjarsari. Sebagian besar wilayah dipakai sebagai tempat pemukiman sebesar 60 % lebih. Sedangkan untuk kegiatan ekonomi juga memakan tempat yang cukup besar juga yaitu berkisar antara 20% dari luas lahan yang ada. Wilayah Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan "**Kota Sala**" merupakan dataran rendah dengan ketinggian  $\pm 92$  meter dari permukaan laut, Kota Surakarta berbatasan di sebelah Utara dengan Kabupaten Boyolali, sebelah Timur dengan Kabupaten Karanganyar, sebelah Selatan dengan Kabupaten Sukoharjo dan di sebelah Barat dengan Kabupaten Sukoharjo.<sup>1</sup>

---

*commit to user*  
<sup>1</sup>[http://surakartakota.bps.go.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30&Itemid=32](http://surakartakota.bps.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=32), 7 November 2012, 15.47.

Gambar 1  
Peta Wilayah Kota Surakarta<sup>2</sup>



Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2010 mencapai 503.421 jiwa, terdiri dari 270.721 laki-laki dan 281.821 wanita, yang tersebar di lima kecamatan yang meliputi 51 kelurahan dengan daerah seluas 44,1 km<sup>2</sup>.<sup>3</sup>

Warung *hik* di Kota Surakarta merupakan salah satu sektor informal yang termasuk dalam Pedagang Kaki Lima (PKL). PKL yang paling banyak tumbuh di Kota Surakarta adalah penjual makanan dan minuman, kendati tidak ada data akurat, pada tahun 2003 PKL makanan dan minuman tercatat ada 1.442 warung, dan pada tahun 2010 berjumlah 2.416 warung. Sekitar 51% (1.238) berupa warung *hik* dan sisanya merupakan warung makan bakso dan mi ayam (11%), bakmi, susu segar, dan sebagainya.<sup>4</sup> Data tersebut menunjukkan bahwa hampir lebih dari setengah jumlah PKL merupakan usaha warung *hik*. Ini membuktikan bahwa warung *hik* telah berkembang pesat di Kota Surakarta.

## B. Perkembangan Warung *Hik* di Kota Surakarta

Warung *hik* berasal dari Klaten menyebar ke berbagai kota sekitar seperti Kota Yogyakarta dan Surakarta. Awalnya *hik* dijajakan berkeliling

<sup>2</sup> Gambar diakses dari <http://surakartakota.bps.go.id>, 7 November 2012, 15.47.

<sup>3</sup> Diakses dari <http://www.jawapos.co.id/radar/index.php?act=detail&rid=161851>, 7 November 2012, 15.47.

<sup>4</sup> Syamsuri, *Loc. Cit.*

kampung dengan dipanggul serta lampu teplok sebagai ciri khas, demikian pula suara pedagang yang menjajakan dagangannya dengan menyerukan kata “hiiiiik... hiiiiik” sebagai tanda untuk memanggil pembeli.<sup>5</sup> Dahulu warung *hik* hanya dikenal dengan kata *hik* saja tanpa kata warung, hal ini dikarenakan pada awalnya *hik* dijajakan dengan angkring yang dipanggul dan dijual dengan berkeliling dari kampung ke kampung, bukan sebuah warung yang menetap seperti *hik* dewasa ini.

Kota Surakarta sebagai kota yang berbasis kebudayaan memiliki perkembangan yang signifikan mengenai perubahan dari *hik*. *Hik* biasanya dikenal dan digunakan oleh warga Kota Surakarta, namun di kota lain seperti Kota Yogyakarta lebih menggunakan kata angkringan untuk menyebut warung *hik*. Pada perkembangannya *hik* di Kota Surakarta telah mengalami transformasi mulai dari dijual dengan cara berkeliling hanya dengan penerangan lampu teplok, sampai pada akhirnya mulai menetap pada satu tempat dan dengan penerangan yang maksimal dari lampu yang dialiri listrik. Kalau dahulu *hik* identik dengan jajanan makanan *sego kucing*, kemudian sate usus, dan jahe anget. Sekarang sajian jajanan di warung *hik* lebih banyak jenisnya, selain menjual *sego kucing*, warung *hik* di Kota Surakarta juga menjual berbagai macam lauk pauk dan makanan kecil seperti tahu isi, bakwan, pisang goreng, nangka goreng, dan lain-lain. Selain itu, sesuai dengan berbagai perkembangan kebutuhan pengunjung warung *hik* di Kota Surakarta, pedagang warung *hik* kini juga menyediakan mi *instant*, susu, *es teh*, dan rokok. Hal ini dimaksudkan untuk semakin menarik minat

---

<sup>5</sup>Ekopangkapi, “Warung *Hik* sebagai Ruang Publik”, diakses dari [http://kompasiana.com/Warung\\_HIK\\_sebagai\\_Ruang\\_Publik.htm](http://kompasiana.com/Warung_HIK_sebagai_Ruang_Publik.htm), 22 Februari 2012, 13.20.

pengunjung dan memberi kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan pengunjung.

Dari perkembangan *hik* di Kota Surakarta terdapat beberapa hal yang tidak berubah dan masih tetap sama dari dahulu hingga sekarang. Warung *hik* masih menjamin keterjangkauan harga bagi pembeli makanan di warung *hik*. Selain itu warung *hik* di Kota Surakarta saat ini selalu menyediakan *lesehan*, tempat duduk pengunjung yang beralaskan tikar atau terpal yang ada di sekitar warung *hik*.

### C. Lokasi Penelitian Warung *Hik* sebagai Ruang Publik

Terdapat banyak sekali jumlah penjual atau pedagang warung *hik* di Kota Surakarta. Dalam penelitian ini dipilih situs warung *hik* dengan melakukan observasi atau pengamatan terlebih dahulu sebelum memutuskan warung *hik* mana yang akan diteliti, namun tetap mempertimbangkan beberapa hal seperti keterwakilan informasi yang akan didapat dari siapa saja yang biasa berkunjung ke situs warung *hik*. Warung *hik* yang dipilih dirasa mampu menggali informasi secara mendalam dan mewakili informasi dari varian sumber yang diperlukan. Oleh karena itu untuk melakukan wawancara dan observasi, dalam penelitian ini dipilih empat warung *hik* dari situs yang berbeda di Kota Surakarta. Warung *hik* yang dipilih dianggap dapat mewakili fenomena perkembangan warung *hik* pada saat ini, antara lain adalah sebagai berikut:

#### 1. Wedangan Lingkar Selatan, Jalan Doktor Rajiman, Serengan.

Wedangan Lingkar Selatan atau yang lebih dikenal dengan *hik* Lingsel berlokasi di Jalan Doktor Rajiman, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta. Konsep warung *hik* atau wedangan Lingkar Selatan lebih

modern dilihat dari beberapa aspek. Pertama, warung *hik* ini tidak menggunakan lampu penerangan ala kadarnya seperti *hik* yang hanya menggunakan lampu teplok. Kedua, dari segi penyajian makanan warung *hik* Lingkar Selatan tidak hanya menyajikan nasi kucing (nasi bandeng), nasi oseng, nasi goreng, namun juga nasi terancam (sayur mayur mentah yang dibumbui dengan sambal kelapa) dalam piring dengan porsi yang lumayan besar. Selain itu wedangan Lingsel juga menyediakan banyak *lesehan* untuk pengunjung yang datang.

Wedangan Lingsel termasuk kategori warung *hik* yang sudah modern, selain karena memiliki banyak pelayan, warung *hik* ini juga dikunjungi oleh pengunjung mulai dari usia remaja sampai lanjut usia, dan dari berbagai etnis mulai dari Jawa, Tionghoa, dan Arab. Warung *hik* ini juga sangat populer dikalangan anak muda Kota Surakarta terlebih anak-anak SMA, mahasiswa, dan pekerja yang masih di umur 20-30an tahun. Suasana di wedangan Lingkar Selatan cenderung sangat ramai, tidak santai, karena banyaknya jumlah pengunjung atau pembeli yang keluar masuk dan mengantri tempat untuk menyantap makananan. Wedangan Lingsel buka pada sore hari hingga tengah malam.

Gambar 2

Foto tampak depan wedangan Lingkar Selatan



2. Warung *hik* Nolid, Jalan Awan Kampung Gulon, Ngoreasan.

Warung *hik* Nolid berlokasi di Jalan Awan, Kampung Gulon, Ngoreasan. Warung *hik* Nolid berada di sekitaran kampus UNS, yang notabene menjadi tempat tinggal para mahasiswa. Sehingga kebanyakan pengunjung yang datang adalah mahasiswa. Warung *hik* Nolid lebih sederhana jika dibandingkan dengan wedangan Lingsel. Wedangan Lingsel menggunakan satu gerobak utama seperti warung *hik* pada umumnya dan ditambah meja besar dan panjang untuk *mendisplay* makanan lainnya. Sedangkan untuk warung *hik* nolid hanya menggunakan sebuah gerobak untuk menyajikan, *mendisplay* makanan, serta sebuah tungku untuk membakar dan menghangatkan air. Sama seperti wedangan Lingsel, warung *hik* Nolid juga menyediakan tikar untuk *lesehan* para pengunjung. Dari segi makanan warung *hik* Nolid juga menyediakan sego kucing dan aneka lauk pauk dan jajanan, kemudian juga menyediakan mi instant, susu hangat, wedang jahe, dan sebagainya. Warung *hik* Nolid buka mulai pukul 17.00 sampai dengan tengah malam.

Gambar 3

Warung *hik* Nolid, Ngoreasan.



*commit to user*

3. Warung *hik* Pak Har, Jalan Haryo Panular, Cakraningratan.

Warung *hik* ini berlokasi di Jalan Haryo Panular, Cakraningratan Kecamatan Serengan. Warung *hik* Pak Har berada di tengah-tengah kampung. Pengunjung yang datang kebanyakan adalah para warga yang tinggal di daerah Cakraningratan. Sama dengan warung *hik* yang lain, warung *hik* Pak Har menggunakan satu gerobak utama untuk mendisplay makanan yang dijual, terdapat juga tungku untuk membakar dan menghangatkan air. Namun ada satu lagi tambahan yang ada di warung *hik* Pak Har, yaitu sebuah meja panjang untuk mendisplay makanan yang lainnya dan bangku yang disediakan untuk pengunjung. Selain itu warung *hik* Pak Har juga menyediakan lesehan berupa tikar untuk para pengunjung yang ingin duduk lebih santai. Untuk sajian makanan, selain menyediakan menu berupa sego kucing dan makanan kecil pada umumnya, warung *hik* Pak Har juga menyediakan makanan yang berbahan daging babi namun jumlahnya lebih sedikit, dan diletakkan di tempat yang berbeda dengan makanan yang lain. Warung *hik* Pak Har buka dari sore menjelang maghrib hingga dini hari sekitar pukul 02.00.

Gambar 4

Warung *hik* Pak Har, Cakraningratan.



4. Warung *hik* Pak Yanto, Jalan Menteri Soepeno, Manahan.

Warung *hik* yang berlokasi di Jalan Menteri Soepeno dan tepat berada di samping Depkominfo Kota Surakarta ini belum terlalu lama berdiri, namun karena letaknya yang strategis dan jam bukanya yang relatif siang membuat warung *hik* ini selalu ada pengunjungnya. Kebanyakan para pengunjung merupakan pekerja yang bekerja di daerah Manahan dan sekitarnya. Namun ada juga pengunjung yang kebetulan lewat dan mampir untuk makan dan minum di warung *hik* Pak Yanto. Warung *hik* Pak Yanto sangat sederhana, hanya menggunakan satu gerobak utama, dan lengkap dengan dua *ceret* tempat air yang sangat mirip dengan angkringan yang ada di Kota Yogyakarta, dimana angkringan selalu menggunakan dua *ceret* di atas perapian yang ada di gerobak.

Gambar 5

Warung *hik* Pak Yanto, Manahan



Warung *hik* Pak Yanto buka pada siang hari hingga malam hari, hal ini adalah sesuatu yang baru mengingat bahwa sejatinya *hik* dahulu hanya diujakan pada malam hari. Fenomena baru ini sedikit banyak

mempengaruhi perkembangan *hik* menjadi warung *hik*. *Hik* pada awalnya hanya diajakan pada malam hari dengan berjalan memikul angkringan dari kampung ke kampung, namun sekarang *hik* telah menetap di suatu tempat sehingga disebut warung *hik*, dan bahkan ada warung *hik* yang berjualan pada siang hari.



### BAB III

## SAJIAN DAN ANALISIS DATA

### A. Sajian Data

Seperti yang telah diuraikan di bagian awal bahwa penelitian ini dilakukan untuk mencermati keberadaan warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta. Tujuan penelitian ini lebih dikhususkan untuk mengetahui atribut sosial atau siapa saja partisipan yang berkunjung ke warung *hik*, perihal (isu atau persoalan) apa saja yang diperbincangkan, bagaimana bahasa yang digunakan, dan suasana yang ditimbulkan antara para pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan alat pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam.

Ruang publik yang merupakan sebuah wadah imajiner di dalam suatu masyarakat, merupakan hal yang sangat menarik untuk diteliti. Apalagi di Kota Surakarta keberadaan warung *hik* sudah menjadi kebudayaan tersendiri. Masyarakat sudah tidak lagi pergi ke warung *hik* hanya sekadar untuk makan, namun lebih sebagai kebiasaan yang telah menjadi bagian dari pola kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Surakarta. Ketika berada di warung *hik* masyarakat dapat secara leluasa berinteraksi atau berkomunikasi dengan sesama pengunjung. Istilah yang digunakan oleh masyarakat Kota Surakarta adalah “jagongan” yang dalam Bahasa Jawa semacam kegiatan mengobrol. Dalam hal ini ada sebuah proses penyampaian pesan secara langsung oleh pengunjung yang menjadi komunikator kepada pengunjung yang lain sebagai komunikan. Proses inilah yang disebut sebagai komunikasi antar pengunjung di ruang publik, yang dalam hal ini adalah warung *hik* sebagai media atau

wadahnya. Ketika pengunjung melakukan pertukaran pesan antar sesama pengunjung maka terjadilah proses komunikasi antarpribadi.

Dari penelitian yang telah dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara didapatkan hasil sebagai berikut:

a. **Hasil Observasi**

Observasi atau pengamatan dilaksanakan sebelum melaksanakan wawancara, dalam pengumpulan data pada penelitian warung *hik*. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di beberapa warung *hik* yang berbeda, didapatkan hasil bahwa ada bermacam-macam tipe warung *hik* dalam berjualan. Warung *hik* di Kota Surakarta telah melalui berbagai transformasi, *hik* yang pada awalnya didagangkan secara berkeliling, setelah mengalami berbagai perubahan dan perkembangan zaman mulai menetap di suatu tempat tertentu, sehingga disebut warung *hik*. Menetapnya warung *hik* di suatu tempat inilah yang membuat warung *hik* memiliki fungsi sebagai ruang publik bagi masyarakat Kota Suirakarta. Fungsi warung *hik* sebagai ruang publik tercipta ketika *hik* mulai menetap di suatu tempat dan pengunjung yang mendatangi, saling bertemu, berkumpul, dan berkomunikasi.

Warung *hik* di Kota Surakarta sekarang ini umumnya menjajakan makanan dengan menggunakan satu gerobak utama sebagai ciri khas. Gerobak yang digunakan berbahan kayu sekitar dua meter panjangnya dan ditutupi terpal atau tenda sebagai atapnya, kalau dahulu *hik* menggunakan lampu teplok sebagai penerangan, maka warung *hik* dewasa ini menggunakan lampu yang telah dialiri listrik.

Gambar 6

Gerobak kayu dan terpal sebagai atapnya.



Gerobak kayu ini juga berfungsi sebagai meja dan dilengkapi bangku kayu yang panjang untuk duduk. Adapula beberapa warung *hik* yang menyediakan tambahan meja panjang untuk menyajikan berbagai makanan yang lain.

Gambar 7

Meja panjang sebagai tambahan di warung *hik*.



Warung *hik* di Kota Surakarta ada yang berukuran kecil, yaitu hanya menggunakan satu gerobak saja untuk berjualan, namun ada juga warung

*hik* yang ukurannya agak besar, dengan menggunakan satu gerobak kayu ditambah meja panjang atau besar untuk menyajikan makanan. Serta dilengkapi kursi plastik untuk para pengunjung.

Gambar 8

Aneka makanan yang dijual di warung *hik*.



Warung *hik* seperti di gambar, menunjukkan penggunaan meja yang besar untuk mendisplay makanannya, sehingga pembeli bisa mengambil sendiri makanan yang diinginkan. Kalau dahulu *hik* masih dijajakan berkeliling dan dengan makanan yang jumlahnya terbatas, warung *hik* saat ini justru lebih menyajikan *banyak* jenis makanan. Terlihat seperti di gambar, berbagai makanan kecil, lauk pauk berupa makanan yang digoreng tersaji untuk dijual kepada pembeli. Ada perbedaan jumlah makanan yang dijual dari *hik* zaman dahulu dengan warung *hik* sekarang ini, namun yang tidak berubah adalah dagangan khas *hik* yang berupa *sego kucing*, dan harganya yang murah meriah dan terjangkau oleh masyarakat.

Gambar 9

Pengunjung dapat mengambil sendiri makanan yang diinginkan.



Seiring perkembangan dan perubahan zaman, warung *hik* juga mengalami transformasi. Bahkan pedagang warung *hik* sudah mampu memberikan inovasi-inovasi baru untuk mendukung usaha warung *hik*. Agar menarik minat dan memudahkan, pengunjung dapat mengambil sendiri makanan yang ingin disantap tanpa bantuan dari penjual maupun pelayan dari warung *hik*.

Warung *hik* memberikan kebebasan dan keleluasaan untuk pengunjung mengambil sendiri makanan apa yang ingin disantap. Selain itu, warung *hik* juga memberi kenyamanan kepada pengunjung untuk duduk santai, mengobrol satu sama lain, bercanda, dan melakukan aktivitas yang dikehendaki. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini, salah satu pengunjung di warung *hik* bisa duduk dengan santai memainkan telpon genggamnya sambil merokok.

Gambar 10

Suasana santai pengunjung di warung *hik*.



Warung *hik* di Kota Surakarta bisaanya buka pada sore hingga malam hari, namun ada juga warung *hik* yang buka pada siang hari sampai malam hari. Warung *hik* ini berlokasi di Jalan Menteri Soepeno, Manahan dan terletak di samping Dishubkominfo Kota Surakarta. Sama seperti warung *hik* yang berjualan pada malam hari, warung *hik* ini juga menggunakan gerobak kayu, dan terpal sebagai atapnya. Menu utamanya sudah pasti adalah *sego kucing* .

Gambar 11

Warung *hik* yang buka pada siang hari



Warung *hik* ini memang memiliki perbedaan mendasar pada waktu berjualannya, namun untuk hal seperti gerobak, makanan yang dijual, sama seperti warung *hik* yang berjualan pada malam hari.

## b. Hasil Wawancara

### a) Partisipan

Perkembangan warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta telah berkembang pesat, warung *hik* yang digolongkan sebagai Pedagang Kaki Lima atau PKL. PKL merupakan salah satu sektor informal yang mampu menjadi tumpuan hidup masyarakat Kota Surakarta terutama kalangan ekonomi bawah. Sektor informal di bidang perdagangan ini mampu meningkatkan pendapatan masyarakat Kota Surakarta. Sebagian besar sektor perdagangan informal merupakan usaha penjualan makanan dan minuman, contohnya warung *hik* atau yang sering juga disebut *wedangan* oleh masyarakat pada umumnya. Pedagang Kaki Lima (PKL) yang paling banyak tumbuh di Kota Surakarta adalah penjual makanan

dan minuman, kendati tidak ada data akurat, pada tahun 2003 PKL makanan dan minuman tercatat ada 1.442 warung, dan pada tahun 2010 berjumlah 2.416 warung. Sekitar 51% (1.238) berupa warung *hik* dan sisanya merupakan warung makan bakso dan mi ayam (11%), bakmi, susu segar, dan sebagainya.<sup>1</sup> Data tersebut menunjukkan bahwa hampir lebih dari setengah jumlah PKL merupakan usaha warung *hik*. Ini membuktikan bahwa warung *hik* telah berkembang pesat di Kota Surakarta.

Warung *hik* di Kota Surakarta merupakan salah satu bentuk ruang publik, hal ini dikarenakan warung *hik* mampu menjadi tempat berkumpulnya bagi setiap anggota masyarakat atau partisipan dari berbagai kalangan. Pada kenyataannya berbagai macam pekerjaan mulai dari pedagang sampai profesional juga berkunjung ke warung *hik* di pinggiran jalan Kota Surakarta. Berdasarkan wawancara mendalam dengan para pengunjung warung *hik* di berbagai situs di Kota Surakarta, diperoleh kesan bahwa para pengunjung yang datang ke warung *hik* memiliki pekerjaan yang bervariasi. Pekerjaan mereka sangat beragam, mulai dari wirausaha, asisten manajer, sampai dengan sales serabutan. Sedangkan ada beberapa pengunjung yang merupakan mahasiswa di kota Surakarta. Beberapa orang sumber yang merupakan pekerja memiliki rentang umur yang beragam, mulai dari 20 tahun yang paling muda dan 49 tahun yang paling tua. Ini menunjukkan bahwa pengunjung atau partisipan dalam warung *hik* tersebut tergolong usia produktif dan dewasa. Kebanyakan dari sumber adalah orang yang tinggal di daerah

---

<sup>1</sup> Syamsuri, *Ibid.*

Surakarta dan sekitarnya, meskipun ada beberapa yang merupakan perantau atau bukan penduduk asli Kota Surakarta. Para partisipan ini memiliki sedikitnya dua warung *hik* yang bisa mereka kunjungi. Ini artinya mereka merupakan pengunjung yang tidak menetap hanya pada satu situs warung *hik* saja namun memiliki pola dan kebiasaan berkunjung ke beberapa warung *hik* meskipun tidak teratur.

Evi (21 tahun, perempuan), adalah seorang mahasiswi di FISIP UNS jurusan Ilmu Komunikasi, ia berkunjung ke warung *hik* di daerah Kampung Gulon Ngoresan. Evi (21 tahun, perempuan), berkunjung ke warung *hik* Ngoresan karena lokasinya dekat dengan *kost*. Pelayanan dari pemilik yang ramah dan cepat dalam menyajikan makanan (khususnya jenis makanan yang dibakar atau dihangatkan) menjadi alasan Evi (21 tahun, perempuan), sering datang ke warung *hik* tersebut. Evi (21 tahun, perempuan), bisa berkunjung ke warung *hik* tempat dia berlangganan bersama satu orang temannya yang juga pengunjung.

“.....Ya lumayan, cepet juga mbak kalo mau bakar-bakar langsung dibakar sama bapaknya.” Demikian kata Evi (21 tahun, perempuan) ketika menjawab pertanyaan.

Sedangkan Ocha (22 tahun, perempuan), seorang mahasiswi Fakultas Pertanian UNS ini lebih sering berkunjung di situs warung *hik* Lingkar Selatan di daerah Pasar Kembang. Mahasiswi yang berasal dari Jakarta dan mengambil studi jurusan Agribisnis memilih situs warung *hik* Lingkar Selatan karena tempatnya yang strategis di tengah kota. Hal ini disebabkan karena mudah dijangkau teman-teman kuliahnya yang notabene adalah penduduk asli daerah Surakarta dan sekitarnya.

“Karena banyak makanannya dan variatif, tempatnya juga gak jauh-jauh dari *kost*. Kalo misal yang dari arah timur atau barat juga gak terlalu jauh. Gak semua temen sih dari Solo, ada yang dari Bojonegoro sama Madiun.” Ungkap Ocha (22 tahun, perempuan) ketika ditanya perihal alasannya mengunjungi warung *hik* Lingsel.

Cholis (21, laki-laki), seorang mahasiswa jurusan pendidikan bahasa Indonesia yang berasal dari Boyolali ini mengaku sering mengunjungi warung *hik* karena harga makanannya yang terjangkau hemat, dan pengunjung tidak dibatasi waktu sehingga bisa mengobrol dengan suasana yang nyaman serta santai. Cholis (21, laki-laki), sering nongkrong di warung *hik* terlebih ketika ia dan teman-temannya selesai bermain olahraga *futsal* atau ketika sedang ada rapat di dalam organisasi yang ia ikuti di sekitar kampus.

“*Hik* itu terjamin murah, makanannya bergizi dari segi kantong, tempatnya luas, tidak dibatasi waktu, kita kan seringnya ngobrol-*ngobrol* panjang....Banyak mbak, kadang kala kalo di kampus kita kan ikut organisasi, kita rapatnya gak di sekre aja tapi di *hik* juga, kebetulan saya ikut hima saya proksi namanya sama ukm silat. Anak-anak silat tu gak suka rapat di sekre tapi diluar, di *hik*. Trus kalo anak-anak habis *futsal* kan pada laper pada capek, seringnya pada ke *hik* meskipun minum-minum tok bisa sampe jam 12 mbak.” Demikian alasan Cholis (21, laki-laki), ketika ditanya mengenai alasan berkunjung ke warung *hik*.

Doddy (22, laki-laki), seorang mahasiswa yang mengambil kuliah di jurusan Ekonomi Pembangunan ini mengaku sering ke warung *hik* bersama teman-temannya. Ketika diwawancarai Doddy (22, laki-laki), sedang berada di warung *hik* Lingkar Selatan bersama teman-teman SMAnya dahulu. Semacam reuni kecil-kecilan begitu ia menyebutnya. Namun dia juga mengaku bahwa ia bisaa menggelar rapat karang taruna kampungnya di warung *hik* seperti beberapa hari yang lalu. Kebetulan Doddy (22, laki-laki), merupakan ketua panitia perayaan HUT RI tanggal

17 Agustus ini. Doddy (22, laki-laki) melaksanakan rapat di warung *hik* karena suasananya lebih nyaman dan ketersediaan makanan yang dijual di warung *hik*.

Berbeda lagi dengan pengunjung di warung *hik* daerah Cakraningratan, Adi (32, laki-laki), seniman di bidang musik keroncong sekaligus pekerja sosial di sebuah lembaga pemeliharaan anak-anak di bawah umur ini memilih warung *hik* Cakraningratan sebagai *basecamp* atau markas untuk berkumpul dengan teman-temannya. Salah satu hal yang menurut Adi (32, laki-laki) menjadi daya pikat dari warung *hik* adalah suasana, suasana yang santai menimbulkan kenyamanan bagi pengunjung warung *hik*. Harga yang terjangkau atau ekonomis dan segala macam makanan yang bisa dibakar juga menjadi daya pikat warung *hik*. Seperti yang diutarakan oleh Adi (32, laki-laki) berikut ini:

“Suasana, itu kita bisa nyantai banyak menu pilihan, ekonomis juga trus di samping itu kalo di tempat *hik* itu bisa untuk kumpulan temen-temen, ya untuk apalah kita bicara tentang apa, nanti temen-temen, organisasi apa kita ke *hik*, nongkrong bareng justru suasanannya lebih harmonis kalo di rumah makan atau di anu batasan waktunya juga ada trus apa itu kalo di *hik* senengnya segala sesuatunya ada yang dibakar jadi ya itu menarik,” kata Adi (32, laki-laki), ketika menjawab pertanyaan alasan apa yang membuat ia sering berkunjung ke warung *hik*.

Selain mahasiswa dan seniman, di warung *hik* Lingkar Selatan pengunjung juga ada yang bekerja sebagai wirausaha. Victor (26, laki-laki) lahir di Ambon, merupakan seorang wirausahawan di bidang agen gas. Ia mengaku frekuensi ke warung *hik* lebih banyak dahulu daripada sekarang, pada saat diwawancarai Victor (26, laki-laki), mengaku sedang bersama salah satu temannya di warung *hik* sembari menunggu

pacarnya yang masih belum selesai bekerja, karena pada saat itu kebetulan adalah malam Minggu. Sama halnya dengan Victor (26, laki-laki), Heri (23, laki-laki) yang berkunjung ke warung *hik* Lingkar Selatan juga seorang wirausahawan di bidang usaha sablon. Heri (23, laki-laki), mengaku sebenarnya lebih sering ke warung *hik* di daerah Sriwedari. Mungkin karena kebetulan pada saat itu temannya mengajak ke warung *hik* Lingkar Selatan. Mereka berdua tinggal di daerah yang berbeda yaitu Karanganyar dan Sumber. Namun bisa saling berinteraksi ketika mereka berkunjung ke warung *hik* Lingkar Selatan di daerah Pasar Kembang.

Selain mahasiswa, seniman, dan wirausaha, ada juga pengunjung yang bekerja sebagai pramusaji di sebuah restoran Padang, yaitu Jon (23, laki-laki) dan Sri (20, perempuan). Jon (23, laki-laki), bekerja sebagai pramusaji di sebuah warung makan Padang, ia bekerja di bagian dapur atau memasak. Jon (23, laki-laki), yang tempat tinggal asalnya adalah Karanganyar, menempati sebuah mess yang merupakan fasilitas tempatnya bekerja di tengah Kota Surakarta. Sedangkan temannya Sri (20, perempuan), bekerja sebagai seorang *barista*. Sri (20, perempuan), tinggal di rumahnya di daerah Gonilan, selain karena mess yang disediakan oleh rumah makan tersebut adalah khusus untuk pekerja laki-laki namun juga karena rumahnya lebih dekat dan bisa ditempuh dengan kendaraan.

Tidak hanya pramusaji, di situs warung *hik* Lingkar Selatan, atau yang sering disingkat menjadi *Lingsel* ada juga seorang pengunjung yang bekerja sebagai seorang profesional muda. Malis (29, laki-laki), bekerja

sebagai asisten manajer di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan yang berasal dari Yogyakarta. Ia juga tinggal di mess yang disediakan oleh perusahaan tempat dia bekerja. Malis (29, laki-laki), bekerja di Kota Surakarta sendiri, terpisah dari istri dan keluarganya yang berdomisili di Yogyakarta.

Berbeda dengan sebelumnya, Sur (49, laki-laki), merupakan pekerja sales serabutan. Ia mengaku bisa makan atau sekadar jajan di warung *hik* karena “*klangenan*”, yang dalam bahasa Jawa berarti kesukaan. Sedari masih muda Sur (49, laki-laki), sudah sering makan di warung *hik*.

“Klangenan, disamping murah geh karena mung klangenan. Karena sejak enom nggeh kulo sejak dulu naming *hik*. Kulo kan kelairan Solo, Kampung Semanggi. Nom-nomane kulo mpun seneng *hik*.” Demikian yang diungkapkan oleh Sur (49, laki-laki) ketika menjawab pertanyaan mengenai alasan mengapa makan di warung *hik*.

Selain Sur (49, laki-laki), sumber yang terakhir ialah Widodo (59, laki-laki) yang bekerja sebagai sopir dan Nico (32, laki-laki) yang bekerja sebagai wiraswasta. Mereka mengaku berkunjung ke warung *hik* Cakraningratan sebagai bentuk *refreshing* dari penatnya bekerja selama sehari. Menurut mereka, dengan berada di warung *hik* mereka dapat bertemu dengan kawan dan bisa *jagongan* atau mengobrol dengan santai sebagai bentuk *refreshing* dari penatnya seharian bekerja.

#### **b) Pesan yang saling dipertukarkan**

Pesan yang saling dipertukarkan menandai isu, topik, atau persoalan yang saling diperbincangkan diantara sesama pengunjung warung *hik*. Berkunjung ke warung *hik* selalu akan membuka peluang untuk saling berbincang diantara pengunjung. Perbincangan ini nantinya akan menjadi awal terbentuknya sebuah wadah imajiner untuk saling mengemukakan

pendapat mengenai suatu isu. Oleh karena itu, warung *hik* dapat dinilai sebagai sebuah ruang publik. Pada perkembangannya warung *hik* bukan sekadar sebuah warung, namun telah menjadi suatu tempat berkumpulnya orang-orang untuk berinteraksi, berdiskusi, dan tempat mengobrol bagi orang yang berasal dari berbagai latar belakang sosial yang berbeda untuk lebih dari sekadar makan. Mereka bisa berjam-jam menghabiskan waktu duduk berkumpul dengan orang lain membicarakan segala hal yang sedang menjadi isu atau permasalahan. Hal-hal yang saling dibicarakan dalam pesan yang saling dipertukarkan dapat berupa isu-isu terkini seputar kehidupan sehari-hari, sosial, politik, ekonomi, seni, olahraga, *gossip* bahkan sampai dengan kemajuan teknologi. Hal ini dikarenakan di warung tersebut semua orang merasa memiliki kebebasan untuk berpendapat, mengemukakan gagasan, dan tidak adanya aturan yang membatasi mereka. Seperti halnya ketika Habermas menganalisis sejarah masyarakat borjuis di Eropa pada abad ke-17 dan 18 yang merupakan model dari masyarakat kapitalis modern.<sup>2</sup>

Data yang berhasil dikumpulkan memberikan kesan bahwa terdapat berbagai macam masalah atau isu yang dibicarakan oleh pengunjung ketika di warung *hik*, mulai dari masalah kehidupan sehari-hari, keluarga, pacar, teman, *gossip*, politik, ekonomi, sampai masalah pekerjaan. Topik-topik bahasan tersebut juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, dengan siapa pengunjung berbicara, dan kondisi ketika berada di warung *hik*. Sebagian besar para partisipan dalam hal ini membicarakan masalah seputar keseharian mereka tergantung profesi dan pekerjaan apa yang

---

<sup>2</sup> Alexander Seran, *Loc. Cit.*

mereka geluti. Misalnya beberapa mahasiswa membicarakan hal yang serupa yaitu perkuliahan, beberapa isu seputar berita, masalah hubungan dengan teman, olahraga, dan *gossip*. Misalnya ketika itu masyarakat sedang gempar menolak pemberian grasi oleh Presiden SBY kepada tahanan asal Australia yang terjerat masalah kepemilikan sejumlah obat-obat terlarang. Untuk pengunjung laki-laki dan sudah bekerja, masalah yang dibicarakan dapat berupa masalah pribadi atau percintaan, kemudian masalah pekerjaan, olahraga, hobi, dan lain-lain. Beberapa pengunjung juga membicarakan hal-hal yang baru saja mereka lakukan dari pagi hingga sebelum mengunjungi warung *hik*.

Seperti yang diakui oleh Ocha (22 tahun, perempuan), pengunjung yang sering menghabiskan waktu di warung *hik* ini mengaku sering sekali membicarakan masalah kuliah terutama perkembangan skripsi bersama teman-temannya. Tidak hanya membicarakan masalah kuliah Ocha (22 tahun, perempuan), bahkan sering mengobrolkan tentang *gossip* artis-artis Indonesia, seperti ketika itu masih sangat hangat diperbincangkan adalah mengenai artis Nadzar KDI yang akan menggelar pesta resepsi pernikahannya hingga menghabiskan dana milyaran rupiah. Hal itu yang membuat Ocha (22 tahun, perempuan) tertarik untuk membicarakannya bersama dengan teman-teman di warung *hik*. Selain itu Ocha (22 tahun, perempuan), juga membicarakan masalah pekerjaan sampingannya sebagai *sales* atau SPG di sebuah pusat perbelanjaan besar di kota Surakarta. Bahkan karena nyamannya berada di warung *hik* tersebut Ocha (22 tahun, perempuan), mengaku sampai bisa menggelar permainan *uno* (sebuah permainan kartu yang dimainkan

dengan kartu dicetak khusus, permainan ini dikembangkan pada 1971 oleh Merle Robbins)<sup>3</sup> bersama teman-temannya.

Tidak jauh berbeda dengan Ocha (22 tahun, perempuan), Evi (21, perempuan), seorang mahasiswi di jurusan ilmu komunikasi ini juga sering membicarakan masalah perkuliahan ketika berkunjung ke warung *hik*, tak hanya masalah kuliah, tetapi juga masalah keseharian seperti pacar, tugas-tugas, *gossip*, sampai dengan membicarakan isu-isu publik seperti kasus yang pada saat sumber diwawancarai sempat melambung, yaitu masalah pemberian grasi oleh Presiden SBY kepada tahanan yang berasal dari Australia bernama Corby. Ia menceritakan bagaimana pemberitaan grasi tersebut menyebar dan berkembang sedemikian rupa hingga memunculkan kontra dari beberapa pihak. Evi (21, perempuan) juga menjelaskan bahwa pemerintah Indonesia menginginkan pertukaran tahanan terhadap pemerintah Australia.

“... Oh itu low kemaren yang katanya tahanan yang dari Autrali yang narkoba di Bali itu, dapet grasi dari presiden lima tahun trus gosip-gosinya sih mau dituker sama tahanan Indonesia yg ada di Autrali yang nelayan ma anak-anak bawah umur itu low. ” Demikian yang disampaikan Evi (21, perempuan) ketika ditanya mengenai persolan apa yang sedang ia bahas bersama temannya di warung *hik*.

Berbeda dengan Evi (21, perempuan), Cholis (21, laki-laki) menuturkan bahwa bahasan atau topik yang dibicarakan ketika berada di warung *hik* sangat beragam. Kebetulan pada saat diwawancarai Cholis (21, laki-laki) sedang berkumpul dengan teman-teman sekelasnya ketika duduk di bangku SMA. Sehingga hal-hal yang dibicarakan seputar masa lalu ketika mereka masih duduk di bangku SMA. Kadang pula diselingi dengan topik lain seperti klub sepak bola yang mereka jagokan masing-

---

<sup>3</sup> Diakses dari <http://rumahuno.wordpress.com/2011/11/30/pengertian-uno/>, 18 Juli 2012, 11.52.

masing, sambil diselingi perdebatan kecil seputar klub unggulan mereka. Selain itu Cholis (21, laki-laki) dan teman-temannya juga membicarakan tentang beberapa pengamen jalanan yang mengganggu. Makanan belum datang tapi pengamen sudah datang berkali-kali. Bahkan Cholis (21, laki-laki) dan teman-temannya juga bergossip seperti membicarakan teman mereka ketika bermain *futsal* bersama. Bagaimana permainannya sangat kasar sehingga membuat mereka sedikit jengkel dan marah. Menurut Cholis (21, laki-laki) warung *hik* merupakan forum, di mana mampu memberikan sarana dengan suasana yang kondusif untuk berkegiatan seperti rapat namun sedikit tidak formal. Seperti penuturan Cholis (21, laki-laki) berikut ini:

“.....menurutku *hik* itu menurutku forum, karena bisa jadi sarana kalo suasanannya yang kondusif buat rapat yang gak formal tapi semi formal. Alasannya disini tuh kita juga diskusi yang merupakan suatu pembicaraan yang merupakan timbal balik informasi jadi ada informasi yang kita terima. Begitu mbak kurang lebihnya. Karena ada pembahasan suatu hal. Contohnya mbak, besok angkatan 2009 mau ke Tawangmangu. Nah itu dibahas di *hik* itu lebih nyante lebih mengena dari pada rapate di kelas rapat bareng-bareng gak ketemu tolak ukure kalo di *hik* ada makanan ada minuman bisa sante.”

Lain lagi dengan mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan Doddy (22, laki-laki), dia mengaku bahwa apa saja yang diobrolkan ketika di warung *hik* itu tergantung dengan siapa kita ke warung tersebut. Namun Doddy (22, laki-laki) berkata bahwa karena pendidikan yang ia tempuh adalah di bidang ekonomi, sehingga sedikit banyak mempengaruhi apa yang diobrolkan. Misalnya pada saat itu sedang marak pemberitaan mengenai harga kedelai yang meroket tajam akibat datangnya bulan ramadhan. Ia menjelaskan bahwa itu sebenarnya hanya permainan *katel*.

“Kalo kita sih tergantung ma siapa kita ke *hik*. Kalo ma pacar ya ngobrol yang kita suka, kalo ma temen kampus ya ngobrolin tentang dosen, gimna ngasih nilainya, terus ngobrolin temen kampus juga. Jadi ngobrolin apa yang terjadi pada saat itu....”

“Ya bisaanya kalo anak ekonomi ya saya ngobrolin soal ekonomi, misalnya kayak kemaren kita ngobrolin masalah tahu ma tempe kenapa kok kedelai harganya naik. Kita sharinglah kenapa harganya naik, Kalo menurut saya itu karena permainan harga katel. Katel itu semacam penguasa atau pengusaha kedelai tapi yang besar, jadi mereka berkomunikasi untuk gimana ya menaikkan harga, kan mereka yang pegang perananan untuk mengambil kedelai dari luar kan mereka jadi mereka punya apa ya kendali. Jadi mereka berkomunikasi gimana caranya menaikkan harga kedelai, jadi semacam konspirasi skenario untuk menaikkan harga kedelai. Apalagi ini kan mau masuk bulan ramadhan bisaanya kan konsumsi kedelai yang jadi tahu ma tempe jadi yang di *push* itu kedelai gitu.” Ungkap Doddy (22, laki-laki) ketika menjelaskan hal apa saja yang dibicarakan saat berada di warung *hik*.

Sedangkan Adi (32, laki-laki) seorang pekerja seni musik keroncong di Kota Surakarta, mengaku lebih menyukai pembicaraan seputar keseharian, isu-isu sosial, dan apa yang tadi dialami sepanjang hari, yang kemudian *dishare* kepada teman-temannya. Adi (32, laki-laki) mengaku bahwa warung *hik* bukan hanya sekadar warung makan, tapi seperti markas atau *basecamp* tempat berkumpul bersama teman-teman sedari kuliah maupun sepermainan. Bahkan perbincangan seru di warung *hik* dapat terjadi karena ada salah satu teman Adi (32, laki-laki) yang mungkin menemukan satu isu bahasan ketika akan berkumpul di warung *hik* tersebut. Seperti yang dituturkan Adi (32, laki-laki), ketika ada temannya sedang di jalan kemudian melihat terjadinya kecelakaan di suatu wilayah, teman tersebut akan langsung menginformasikan ke sesama teman yang terhimpun di dalam *grup bbm* (salah satu aplikasi dalam ponsel *blackberry* untuk membuat kelompok obrolan), yang nantinya kan dibahas saat mereka sudah berkumpul di *basecamp* atau

warung *hik* yang bisaa didatangi. Selain itu suasana yang santai dan nyaman, mampu membuat Adi (32, laki-laki) berlama-lama di warung *hik*. Bahkan sampai suatu kali ketika pemilik warung sudah selesai mengemasi tenda lapak jualan warung *hiknya* karena dagangan sudah habis dan waktu sudah menunjukkan dini hari, Adi (32, laki-laki) dan teman-temannya masih belum selesai mengobrol di warung tersebut. Suasana santai dan tidak formal inilah yang membuat Adi (32, laki-laki) hampir setiap hari *nongkrong* di warung *hik* Cakraningratan.

Kalau Adi (32, laki-laki) merupakan pengunjung yang menjadi pekerja seni dan sosial, Victor (24, laki-laki) dan Heri (26, laki-laki) adalah dua orang pengunjung laki-laki yang bekerja sebagai wirausaha yang bergerak dalam bidang perdagangan, maka hal yang diperbincangkan tidak jauh dari masalah pekerjaan dan usaha mereka. Seperti yang dituturkan oleh Victor (24, laki-laki) bahwa ketika berkunjung di warung *hik* Lingkar Selatan dia sedang mendiskusikan mengenai perkembangan usahanya dengan Heri (26, laki-laki) yang juga wirausaha di bidang sablon. Bagaimana perkembangan usaha mereka masing-masing, apa strategi berikutnya yang akan dilakukan untuk mengembagkan usaha, membicarakan masa depan, dan *sharing*. Victor (26, laki-laki) mengaku dia bisaa ke warung *hik* bersama pacar atau temannya, namun dia tidak sering sekali berkunjung ke warung *hik* paling hanya sebulan sekali begitu katanya. Kebetulan pada saat itu ia berkunjung ke warung *hik* Lingkar Selatan dan ketika itu ia sedang membicarakan mengenai di mana tempat yang bagus untuk membeli topi yang akan diberikan untuk pacarnya. Selain membicarakan masalah

pekerjaan, mereka juga membicarakan isu-isu yang sedang terjadi pada saat itu misalnya tentang Piala Eropa (EURO) yang sedang berjalan di Ukraina dan Polandia. Masing-masing memiliki jagoan yang diunggulkan, misalnya Victor (26, laki-laki) menjagokan Jerman yang nantinya akan bertahan sampai babak final, kebetulan pada saat itu Jerman memang sedang unggul. Berbeda dengan Victor (26, laki-laki) yang menjagokan Jerman, Heri (26, laki-laki) lebih menjagokan Italia.

Heri (26, laki-laki) mengaku lebih sering berkunjung ke warung *hik* daripada temannya Victor (26, laki-laki). Namun warung *hik* yang paling sering dikunjungi adalah di daerah Sriwedari, kebetulan saja pada saat diwawancara dia sedang berada di warung *hik* Lingkar Selatan. Selain masalah pekerjaan dan Piala Eropa, Victor (26, laki-laki) dan Heri (26, laki-laki) juga membicarakan masalah kehidupan sehari-hari, misalnya seperti masalah pacar karena kebetulan Heri (26, laki-laki) baru berpisah dengan pacarnya kemarin. Heri (26, laki-laki) menuturkan bahwa mereka sering sekali membandingkan pacar atau mantan pacar mereka.

“.....Trus paling ngobrolin cewek, kemaren baru putus soalnya yooo ga nyaman wae..terus paling ni mantan kayak gini, terkadang ya kita banding-bandingin ma mantan kita. Kalo aku tipe ceweknya yang seiman, solehah, terima saya apa adanya, bisa atau mau diajak susah, looo sopo ngerti rekosone wong lanang kuwi ditanggung wong wedok barang. Yo ra mas? Setidake wong wedok kan pengertian karo wong lanang, yowes kuwi mau lah. Terimo opo enekke wong lanang kuwi. Cantik itu gak penting, yang sederhana bisaa aja. Saya sukanya yang chubby.” Kata Heri (26, laki-laki) ketika ditanya mengenai topik apa yang sedang ia bicarakan di *wraung hik*.

Berbeda dengan Heri (26, laki-laki), Victor (26, laki-laki) masih memiliki pacar pada saat itu, dia juga menuturkan bagaimana tipe pacar yang diidamkan. Victor (26, laki-laki) lebih menyukai tipe perempuan

*commit to user*

yang bisa diajak untuk hidup sulit, pekerja keras, pengertian, dan mau berusaha di bidang perdagangan.

“Cewek kan sekarang beda-beda kan, sekarang kita berfikir kita nilai mereka beda-beda. Mungkin cewek yang ini sukanya dicuekin, atau mungkin ceweknya suka kita yang aktif, kita kan sering bacanya gitu. Kita sering nebak ini tipenya gimana, ini tipenya gimana gitu. Sering nebak-nebak gitu aja. Bukan kita nilai negatif cewek, tapi ya ini kek gini, itu kek gitu. Kalo tipe cewek ki ya sek iso dijak seneng. Marai cewek sek tak senengi emoh dijak susah low. Itungane tipeku ya yang pengertian, yang jelas yang mau dagang yo to? Mau usaha, pekerja keras, ya udah yang penting itu ja to mau.” Ungkap Victor (26, laki-laki) ketika membicarakan pacarnya.

Victor (26, laki-laki) dan Heri (26, laki-laki) lebih membicarakan masalah pribadi, pacar, pekerjaan dan keseharian, Heri (26, laki-laki) mengaku tidak menyukai masalah politik, katanya politik membuat ia pusing. Sehingga obrolan seputar isu-isu politik jarang dibahas ketika berkunjung ke warung *hik*. Hampir senada dengan Victor (26, laki-laki) dan Heri (26, laki-laki), di warung *hik* Lingkar Selatan juga ada pengunjung lain yang terdiri dari tiga orang, yaitu Malis (29, laki-laki), Jon (23, laki-laki) dan Sri (20, perempuan). Pada saat itu Malis (29, laki-laki) dan Jon (24, laki-laki) sedang mengobrolkan masalah pribadi Malis (29, laki-laki) yang telah berumah tangga, namun harus tinggal terpisah dari keluarganya yang tinggal di Yogyakarta sedangkan Malis (29, laki-laki) harus tinggal di Solo karena pekerjaannya. Mereka juga membicarakan mengenai Piala Eropa, namun tidak sesering Victor (26, laki-laki) dan Heri (26, laki-laki). Malis (29, laki-laki) menuturkan bahwa ia lebih sering membicarakan masalah keseharian atau *curhat* (semacam *sharing*) dan masalah masa depan pekerjaannya. Dia berkeinginan membuat usaha sendiri di bidang perdagangan makanan

seperti restoran. Kebetulan dia satu perusahaan dengan Jon (23, laki-laki) dan Sri (20, perempuan). Dia juga sering memanfaatkan warung *hik* sebagai tempat untuk membicarakan evaluasi terhadap pekerjaan pegawai-pegawai yang berada di bawah pengawasannya sebagai asisten manajer. Selain itu dia juga membicarakan masalah pembagian *jobdesk* ketika ada pesanan makanan dalam partai besar, seperti yang saat itu sedang mereka alami, yaitu ada pesanan sekitar 35.000 makanan yang dipesan untuk harlah salah satu gerakan pemuda milik NU (Nahdatul Ulama). Bagaimana cara membagi pekerjaan diantara pekerjanya agar target makanan tersebut dapat selesai tepat pada waktunya.

Berbeda dengan Malis (29, laki-laki) yang terlihat lebih formal, Jon (23, laki-laki) justru mengatakan kalau dia lebih sering *berantem* dalam konteks bercanda dengan Malis (29, laki-laki) ketika di warung *hik*. Dia lebih sering bercanda, membicarakan pekerjaannya sebagai tukang masak di tempat kerjanya. Sedangkan Sri (20, perempuan) adalah seorang perempuan yang lebih sering mendengarkan atau pasif, dia jarang mengobrol paling hanya mendengarkan apa yang dibicarakan oleh kedua temannya itu.

Sur (49, laki-laki), mengaku makan di warung *hik* merupakan kebiasaan yang sangat ia sukai sejak masih muda. Di warung *hik* bisaanya Sur (49, laki-laki) membicarakan tentang masalah pekerjaan dengan temannya. Sur (49, laki-laki) bekerja sebagai sales serabutan, pekerjaan yang sering ia dapat adalah di bidang percetakan. Bisaanya pemilukada atau pemilihan kepala daerah menjadi sasaran utama untuk mendapatkan pekerjaan atau orderan.

“Latar belakang kulo nggih wong rekoso nggih pernah ngernet pernah nganu. Saiki mung order order iklan ngoten niko tok, nek ra enek pencalonan niki rekoso tenan kok. Bupati ngoten nggih ngecapke kaos geh nopo nopo gelem. Nggeh lagi golek, niki lak kadang-kadang tak golekke nopo kon ngakseske internet sek pencalonan pundi? Misal Jawa Timur. Order teng Solo kan murah, ndamel stiker nopo nopo kan paling murah Solo. Madiun mawon nek percetakan kulo ceritakke kulakke kerepe teng Solo. Dadi maka linenya nek arep ndamel nopo-nopo niku nggeh line percetakane Solo nopo Jogja.” Demikian ungkap Sur (49, laki-laki) ketika menceritakan kehidupan pekerjaannya.

Bagi Widodo (59, laki-laki) dan Nico (32, laki-laki) yang diperbincangkan di warung *hik* adalah apa yang telah mereka alami pada hari itu. Misalnya apa yang mereka tonton, itu yang dibicarakan. Namun mereka enggan sekali membicarakan mengenai masalah politik, karena Nico (32, laki-laki) merasa media massa terutama televisi berita mengenai politiknya sudah tidak dapat dipercaya lagi. Sehingga ia merasa walaupun berpendapat, pendapatnya tidak mungkin didengar ataupun mengubah apapun.

“Ya tergantung kita bisaanya nonton apa, kalo berita ya kita ngobrol masalah itu aja. Sebenarnya kalau kita sih jarang ngobrol-ngobrol begitu, malah seringnya bercanda. Kan kita juga seharian dah capek kerja, dah kenceng kan pikirannya. Jatuhnya kan pikirannya udah penat, jadi santainya di *hik*. Jadi nyantunya di *hik*. Jarang sih ngobrol-ngobrol gitu.”

“Kalau saya secara pribadi saya gak tertarik. Masa bodoh. Karena hasilnya juga sama aja bohong.” Ungkap Nico (32, laki-laki) ketika ditanya mengenai apa yang diperbincangkan.

Demikian yang disampaikan Nico (32, laki-laki) ketika mengungkapkan pendapatnya mengenai isu-isu politik yang sedang hangat diberitakan di media massa Indonesia.

### c) Bahasa yang digunakan

Bahasa merupakan susunan lambang (berupa kata-kata) yang notabene berfungsi mengangkut makna dari pesan yang saling  
*commit to user*

dipertukarkan diantara partisipan komunikasi termasuk diantara para pengunjung warung *hik*. Warung *hik* di kota Surakarta termasuk kategori PKL (Pedagang Kaki Lima), karena kebanyakan warung ini merupakan tempat remanen atau tidak tetap. Berkunjung ke warung *hik* berbeda dengan berkunjung ke rumah makan berkelas seperti restoran atau *cafe*, sehingga kebanyakan pengunjung yang datang juga tidak formal, atau selayaknya makan di warung pinggir. Hal ini juga mempengaruhi bagaimana pengunjung berkomunikasi baik dengan penjual maupun dengan sesama pengunjung. Di warung *hik* tidak memerlukan *table manner* untuk menyantap hidangan, disinilah daya tarik warung *hik* di mana tidak ada aturan sehingga membuat pengunjung merasa lebih leluasa dan bebas. Suasana yang santai dan bebas membuat para pengunjung leluasa untuk membicarakan apa saja yang menjadi hal atau isu yang relevan. Mereka bisa menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, bahasa daerah asal bahkan bahasa gaul yang mereka ciptakan sendiri.

Bahasa yang digunakan ketika pengunjung berkomunikasi di warung *hik* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang paling mempengaruhi adalah daerah asal pengunjung, pengunjung yang merupakan orang Jawa asli akan cenderung menggunakan Bahasa Jawa, namun bagi pengunjung yang berasal dari luar kota seperti Jakarta akan menggunakan Bahasa Indonesia. Selain itu faktor yang juga mempengaruhi adalah dengan siapa pengunjung berkunjung ke warung *hik*. Apabila diantara pengunjung ada yang berbeda daerah asal maka mereka akan menyesuaikan secara otomatis bahasa yang digunakan agar masing-

masing pengunjung partisipan dalam komunikasi tersebut memahami pesan yang disampaikan.

Ada beberapa kata atau istilah baru yang mereka ciptakan sendiri. Sehingga orang lain mungkin tidak mengerti apa arti dari kata yang mereka katakana. Cholis (21, laki-laki) bahkan mengaku menggunakan prokem-prokem yang memiliki arti sedikit negatif, namun prokem tersebut bukan dimaksudkan untuk mengutuk seseorang. Prokem tersebut diakui hanya untuk mewakili sebuah ekspresi yang mereka tunjukkan terhadap sesuatu.

Evi (21, perempuan) lebih sering menggunakan Bahasa Jawa dan Indonesia ketika mengobrol dengan temannya di warung *hik*, ia menggunakan Bahasa Jawa karena tempat tinggal asalnya adalah daerah Boyolali yang berarti dia adalah orang Jawa, Evi (21, perempuan) menuturkan bisa menggunakan bahasa campuran ketika mengobrol, supaya suasana tidak terlalu kaku. Pada saat sumber diwawancarai, dia bersama dengan temannya namun penggunaan bahasa Jawa tersebut berbeda jika digunakan berbicara dengan pemilik warung saat memesan makanan. Evi (21, perempuan) akan menggunakan bahasa Jawa tetapi yang lebih halus dan digunakan untuk menghormati orang yang lebih tua. Ketika Evi (21, perempuan) mengobrol dengan temannya mengenai masalah pemberian grasi oleh presiden kepada tahanan asal Australia, dia bercerita dengan santai dan tidak terlalu menggebu-gebu, namun ketika pembicaraan berganti menjadi masalah keseharian seperti *gossip* dan tugas kuliah Evi (21, perempuan) menceritakannya dengan bersemangat

sambil sedikit bercanda atau berseloroh. Mungkin karena lawan bicaranya juga seorang teman dekat yang juga adalah mahasiswi.

“....paling kuliah, terus opo ya? paling masalah temen-temen....”  
Cerita Evi (21, perempuan) yang menjawab dengan bahasa campuran Jawa dan Indonesia.

Sedangkan Ocha (22, perempuan) mahasiswi dari Fakultas Pertanian UNS yang berasal dari Jakarta menggunakan bahasa Indonesia dan sedikit bahasa gaul dalam kesehariannya, terlebih ketika sedang bersama teman-temannya di warung *hik* Lingkar Selatan. Ocha (22, perempuan) bisa memahami apa yang dikatakan temannya dengan bahasa Jawa, namun ia tidak bisa membalasnya dengan bahasa Jawa, sehingga ia tetap menggunakan bahasa Indonesia dalam mengobrol dengan temannya. Ocha (22, perempuan) termasuk orang yang paling bersemangat ketika berbicara mengenai suatu hal, contohnya ketika membicarakan masalah mengenai kehidupan kampusnya. Ketika ia menceritakan bagaimana susahya bertemu dengan dosen pembimbing skripsinya, kemudian merasa temannya lebih mudah dan cepat mengerjakan skripsi karena mendapat dosen pembimbing yang baik, Ocha (22, perempuan) bercerita dengan menggebu-gebu dan bersemangat, tipe orang yang suka bercanda dan berseloroh. Apalagi ketika Ocha (22, perempuan) membicarakan *gossip* artis, yang pada saat itu sedang heboh-hebohnya yaitu pernikahan Nadzar KDI dan Mudzalifah janda kaya raya yang dinikahinya. Ocha (22, perempuan) dengan antusias mengemukakan pendapatnya, mengapa pria muda

Nadzar memilih menikah dengan janda yang telah memiliki anak dan umurnya jauh lebih tua, apalagi dengan kehebohan akan menggelar resepsi yang menghabiskan dana sekian milyar.

“Ya paling masalah ngobrolin gossip seputar artis Indonesia, kayak kemaren yang lagi hot-hotnya nih masalah artis dangdut Nazar yang mau bikin resepsi pernikahan yang katanya mengeluarkan biaya sampai berapa milyar tuh ma istrinya yang janda kaya raya itu. Jadinya kan aji mumpung banget neh dapet janda kaya, untuk kita nih kan orang awam gak kenal Nazar siapa, istrinya siapa jadi kita ngomong macem-macem yang gak-gak tuh, ya maaf-maaf aja nih kalo kita suudzon he he....” Kata Ocha (22, perempuan) ketika menjawab pertanyaan dengan menggunakan bahasa Indonesia namun lebih ke bahasa pergaulan.

Sumber mahasiswa selanjutnya sedikit lebih terbuka dalam berbahasa, ketika sedang berkunjung ke warung *hik*. Cholis (21, laki-laki) mengaku menggunakan bahasa campuran yaitu bahasa Jawa dengan beberapa prokem yang berkonotasi agak negatif dalam bahasa Jawa. Selain itu diantara teman-teman Cholis (21, laki-laki) juga menggunakan nama panggilan yang mereka buat atau dengan secara kebetulan tercipta karena suatu hal.

“Campuran bahasa mbak, bahasa ibu bahasa jawa, kadang prokem-prokem kita sek rodo olo. Misalnya panggilan ya mbak. Kita kalo manggil Dany bukan Dany tapi mbelur. Ga tau tuh kenapa pas SMA bawaan gitu. Kalo Dody ini analog, karena dulu kebetulan salah sebut yaa terbisaa jadi kek gitu. Ya paling misuh-misuh wi mbak. Aku karena temen-temen aku yo mengalir ngono...”

“Apa yo mbak... kadang kalo ngelokke trus kita dikatain padepokan karena kita duduknya berempat, geser juga berempat gitu jadi sering dikatain gawe padepokan gitu. Prokem itu ya anak sma itu ya pisuhan gitu, meskipun kita ngomongnya kasar kek mbelur yg artinya susah diatur tapi kita ya seneng-sengng aja guya guyu dikatain. Sebenare kita juga gak mudeng artinya pa.” Demikian ungkap Cholis (21, laki-laki) dalam bahasa Indonesia dan bahasa Jawa.

Hampir serupa dengan Cholis (21, laki-laki), Doddy (22, laki-laki) juga mengatakan bahwa bahasa yang ia gunakan ketika mengobrol di

warung *hik* adalah bahasa campuran antara Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia. Hal ini menyesuaikan dengan siapa ia berkunjung ke warung *hik*. Kalau dengan teman-teman kampus yang notabene berasal dari daerah Jakarta secara otomatis bahasa yang digunakan dalam komunikasi menyesuaikan dengan bahasa yang paling mudah dimengerti, yaitu bahasa Indonesia.

“Bahasa Jawa, tapi kalo temene anak-anak Jakarta ya otomatis kita pake pedotan atau sambungan, kan mereka gak tau apa itu ngalor apa itu ngidul, apa itu ngulon, jadi dikasih selingi Bahasa Indonesia gitu. Jadi disesuaikan kalo ma temen-temen Jawa ya pake bahasa Jawa tapi kalo pas ma temen-temen Jakarta ya pake bahasa campuran.” Ungkap Doddy (22, laki-laki) ketika ditanya mengenai bahasa yang digunakan dalam mengobrol di warung *hik*.

Seniman sekaligus pekerja sosial seperti Adi (32, laki-laki) pada saat diwawancarai juga menggunakan Bahasa Indonesia, namun Adi (32, laki-laki) pada kesehariannya ketika berkumpul dengan teman-temannya di warung *hik* akan menggunakan bahasa Jawa, karena Adi (32, laki-laki) dan teman-temannya adalah orang asli Solo. Adi (32, laki-laki) termasuk orang yang lebih tenang dan santai dalam bertutur kata, ia menceritakan apa yang bisaa dia lakukan bersama teman-temannya dengan bahasa yang halus tidak mengebu-gebu tapi tetap menunjukkan antusiasme. Ini mungkin diakibatkan karena Adi (32, laki-laki) sendiri tergolong orang yang sudah matang atau dewasa dari segi umur.

Sumber yang keempat dan kelima adalah dua orang wirausahawan, Victor (26, laki-laki) adalah orang asli Ambon dan Heri (24, laki-laki) adalah orang asli Karanganyar namun besar di Surabaya, Jawa Timur. Ketika mengobrol Victor (26, laki-laki) menggunakan bahasa Indonesia

karena dia tidak bisa berbahasa Jawa, sedikit memahami karena sudah lama tinggal di Solo namun untuk berbicara dia memilih menggunakan bahasa Indonesia. Victor (26, laki-laki) seperti kebanyakan orang Ambon lainnya berbicara dengan nada yang sedikit agak aneh di telinga orang Jawa, logat atau aksennya berbeda, mimik muka ketika berbicara juga berbeda. Namun berbeda dengan Heri (24, laki-laki) yang lahir di Solo dan besar di Surabaya, Heri (24, laki-laki) bisa menggunakan bahasa Jawa namun ketika berbicara dengan temannya Victor (26, laki-laki) dia akan menggunakan bahasa Indonesia karena menyesuaikan dengan temannya tersebut. Heri (24, laki-laki) termasuk orang yang suka bercanda, dia menceritakan apa yang sering dibicarakannya dengan candaan dan *blak-blakan*, serta beberapa istilah yang ia ciptakan sendiri seperti “*ndlemek*” yang artinya sendiri tidak ada. Kata tersebut hanya digunakan untuk mengekspresikan sesuatu. Sedangkan Victor (26, laki-laki) cenderung serius dan kaku.

“Karena saya orang Ambon, jadi gak lancar ngomong bahasa Jawa, tapi saya ngerti. Jadi ya ngobrolnya kadang Bahasa Indonesia, kadang Bahasa Jawa ya campur-campur. Santai sih ...” Jawab Victor (26, laki-laki) menggunakan bahasa Indonesia.

“...saya sih bisa Bahasa Jawa sini tapi gak bisa Bahasa Jawa Surabaya. Kalo saya ngobrol ma temen yang baru ya pake Bahasa Indonesia tapi kalo udah temen deket ya Bahasa Jawa. Kalau kita sih manggil temen pake coy... gitu, asolole hehe. Kan kalo dia namanya Victor kalo kita panggil Coy dia udah tau. Ada sih kita sering ngomong “*ndlemek*” selain kita gak ada yang tau itu. Artinya pa ya? Ya gak ada wong itu cuma plesetan aja kayak “Wah *ndlemek* ik” gitu. Paling kita juga suka niru Sule yang sleketep sama prikitiuw. Santai lah...” Ungkap Heri (24, laki-laki).

Sumber selanjutnya yang diwawancarai adalah Malis (29, laki-laki), Jon (23, laki-laki), dan Sri (20, perempuan). Mereka datang bersama-

*commit to user*

sama ke warung *hik* Lingkar Selatan. Ketika diwawancara, hanya Jon (23, laki-laki) dan Malis (29, laki-laki) yang aktif menjawab, sedangkan Sri (20, perempuan) cenderung pasif, pemalu, dan tidak banyak bicara, bahkan sedikit sekali bicaranya. Malis (29, laki-laki) mengaku menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa ketika mengobrol dengan temannya, dan Jon (23, laki-laki) mengaku menggunakan bahasa Jawa halus. Sedikit agak membingungkan ketika dibayangkan Jon (23, laki-laki) dan Malis (29, laki-laki) mengobrol dengan bahasa Indonesia-Jawa dan dibalas dengan bahasa Jawa halus.

Sedangkan Sur (49, laki-laki) adalah pengunjung paruh baya. Ketika berbicara dia cenderung menggunakan Bahasa Jawa. Cara bicaranya sangat *blak-blakan*, seperti ketika dia menceritakan mengenai kehidupannya ketika masih muda yang bergonta-ganti pekerjaan mulai dari kernet samapai nekat menjadi sopir.

“Kulo ndisik sopir nggih ngernet angkuta, bis nggih nate. Kulo pertama kerjo ngernet angkutan ting Klewer. Trus dadi control apolo teng Semarang, control aksidental niku low control penumpang, apolo pernah. Nek pertama ngernet angkuta nggih pernah, trus mbandel nyopir nggih pernah. Angkutan jurusan nol satu. Mancen kehidupane dititahke ko ngeten.” Demikian kata Sur (49, laki-laki) yang menggunakan bahasa Jawa ketika berada di warung *hik*.

Senada dengan Sur (49, laki-laki), Widodo (59, laki-laki) dan Nico (32, laki-laki) juga menggunakan Bahasa Jawa Ngoko, namun juga menyesuaikan dengan sapa mereka berbicara.

#### **d) Atmosfer ketika mengobrol**

Atmosfer dapat dikatakan sebagai suasana atau keadaan yang melingkupi. Dalam konteks penelitian kata atmosfer digunakan untuk

*commit to user*

menunjukkan suasana dan situasi yang ada di warung *hik*. Dengan kata lain atmosfer dimaknai sebagai suasana yang berkembang dan dirasakan di dalam warung *hik*. Atmosfer ketika di warung *hik* dengan atmosfer di sebuah *café* atau restoran pasti memiliki perbedaan, walaupun sebenarnya perbedaan itu relatif tergantung pada pengunjung atau penikmatnya. Pada subbab ini akan dibahas mengenai atmosfer yang timbul ketika para pengunjung sedang mengobrol satu sama lain di warung *hik*. Atmosfer yang ditimbulkan ketika para pengunjung berada di warung *hik* cenderung santai. Kenyamanan dalam berkomunikasi mampu memberikan rasa santai yang membuat pengunjung merasa bebas mengekspresikan apa yang ingin dibicarakan tanpa adanya batasan.

Atmosfer inilah yang mungkin menjadi daya tarik pengunjung untuk berlama-lama berada di warung *hik* bersama teman-teman atau mungkin kolega untuk sekadar melepas penat atau mengeluarkan segala permasalahan dalam diri mereka. Ada beberapa pengunjung yang sampai membawa alat permainan untuk dimainkan ketika berkunjung di warung *hik*. Karena seperti yang kita ketahui bahwa warung *hik* bisaanya buka dari sore hingga menjelang pagi. Tidak adanya aturan semacam *table manner* yang mungkin membuat para pengunjung bisa santai dalam menyantap makanan dan sambil *jagongan* kesana-kemari, seperti yang diungkapkan salah satu pengunjung warung *hik* Sur (49, laki-laki). Ia bisa bercerita *ngalor ngidul* ketika berada di warung *hik*.

Evi (21, perempuan) berkunjung ke warung *hik* bersama teman dekatnya yang juga sama-sama berasal dari Boyolali. Sehingga atmosfer ketika mengobrol tergolong santai, yang sangat *excited* dalam bercerita

justru teman Evi (21, perempuan), sedangkan Evi (21, perempuan) hanya sesekali menambahkan atau menimpali. Senada dengan Evi (21, perempuan), Adi (32, laki-laki) juga mengungkapkan bahwa suasana santailah yang membuatnya nyaman untuk berlama-lama di warung *hik* bersamam teman-temannya, tetapi kadang karena kebetulan Adi (32, laki-laki) sering berkunjung ke warung *hik* Cakraningratan yang pemilik warungnya menyediakan televisi, Adi (32, laki-laki) dan kawan-kawannya malah *asyik* menonton film yang ditayangkan di televisi tersebut.

Berbeda lagi dengan Ocha (22, perempuan), ia dan teman-temannya justru sampai membawa alat permainan ke warung *hik* Lingkar Selatan saking nyamannya berada di tempat tersebut. Tidak hanya ngobrol, tapi mereka juga bercanda dan melakukan permainan *uno* di warung *hik* sehingga menimbulkan suasana yang ramai dan penuh dengan kelakar tawa.

“Ya paling kita ngobrol-ngobrol aja, kalau enggak ya mainan uno. Kemaren juga kita sempet maen uno disini.” Ocha (22, perempuan).

Sama dengan Ocha (22, perempuan), Cholis (21, laki-laki) dan Doddy (22, laki-laki) juga mengatakan bahwa suasana ketika mereka berkunjung ke warung *hik* itu santai, ramai dengan canda, dan cenderung tidak serius. Selain karena mereka memiliki nama panggilan yang mengundang tawa, pembahasan yang ringan juga member atmosfer yang santai dan nyaman.

“Rame gayeng karena punya panggilan sendiri-sendiri, pembahasan yang ringan-ringan tapi kalo pembahasane soal tadi abis futsal ada yang kasar banget mainnya trus dibawa ke *hik* yawes ngrasani isine neng *hik* kuwi. Tergantung kondisinya kalo kayak gini tadi kan ringan,

tapi kalo suasana habis futsal bisa ngobrol gimana tadi pas kita main, jadi tergantung pembahasannya.” Cholis (21, laki-laki).

Sama halnya dengan Victor (26, laki-laki) dan Heri (24, laki-laki), mereka juga berbicara dengan suasana yang penuh dengan canda, Heri (24, laki-laki) juga mengaku mereka sering bercanda dan mengimitasi beberapa kosa kata dari sebuah sitkom yang ditayangkan di sebuah stasiun televisi swasta. Bahkan mereka sampai menciptakan kata-kata sendiri dalam obrolan mereka hanya untuk menunjukkan ekspresi mereka terhadap suatu hal, misalnya kata yang sering mereka ungkapkan adalah “*ndlemek*”, kalau ditanya artinya mereka juga tidak bisa mengartikannya secara jelas, karena mereka hanya menganggap kata tersebut seperti spontanitas ketika mengekspresikan suatu hal yang agak sulit diungkapkan dengan kata-kata atau bahasa sehari-hari.

“Ya sambil bercanda gitu, lebih asik sih, saya sih bisa bahasa Jawa sini tapi gak bisa bahasa Jawa Surabaya. Kalo saya ngobrol ma temen yang baru ya pake bahasa Indonesia tapi kalo udah temen deket ya bahasa Jawa. Kalau kita sih manggil temen pake coy... gitu, asolele hehe. Kan kalo dia namanya Victor kalo kita panggil Coy dia udah tau. Ada sih kita sering ngomong “*ndlemek*” selain kita gak ada yang tau itu. Artinya pa ya? Ya gak ada wong itu cuma plesetan aja kayak “Wah *ndlemek* ik” gt. Paling kita juga suka niru Sule yang sleketep sama prikitiuw. Santai lah. Kadang-kadang kita mengomentari orang yang kita benci, tapi gak sampai ngatain sih paling ya... “Wah uwong kae kok ra penak kayane dijak I kekancan”.” Heri (24, laki-laki).

Sumber yang berikutnya Malis (29, laki-laki), Jon (23, laki-laki), dan Sri (20, perempuan) justru mengaku lebih sering *berantem* atau berkelahi ketika ngobrol di warung *hik*. Konteks berkelahi dalam hal ini bukan secara fisik, namun lebih ke *guyonan*, seperti saling mengejek dan mencemooh, namun masih dalam suasana bercanda.

Sur (49, laki-laki) mengaku atmosfer yang ditimbulkan ketika mengobrol di warung *hik* bisa membuat ia bercerita mengenai segala permasalahan. Ia menyebutnya “*cerito ngalor ngidul*” yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia seperti bercerita tentang semua hal dari utara hingga selatan. Bahkan pada saat diwawancara ia bisa dengan terbuka menceritakan tentang masa lalu dan keluarganya kepada orang yang baru pertama ditemui.

Berbeda dengan yang lainnya, Adi (32, laki-laki) justru mengaku suasana lah yang membuat iya nyaman dan betah berlama-lama di warung *hik*. Tak jarang pula Ia bisa setiap hari nongkrong di warung *hik*, kenyamanan suasana inilah yang membuat Adi (32, laki-laki) pernah suatu kali bersama teman-temannya *jagongan* di warung *hik* sampai pedagang warung *hik* tersebut sudah selesai berdagang dan mengemasi lapaknya. Pada intinya kebanyakan para sumber mengatakan suasana yang tercipta di warung *hik* tidaklah serius namun penuh dengan canda dan gurauan. Memang ada kalanya pembicaraan menjadikan suasana serius, namun itu hanya terjadi ketika sumber memang mengagendakan hal tertentu untuk dibicarakan di warung *hik* bersama teman-temannya.

## B. Analisa Data

Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta dengan didasarkan pada hasil temuan yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Ada beberapa pokok persoalan yang akan dicermati dalam bagian ini, antara lain adalah siapa saja pengunjung warung *hik* yang menjadi partisipan. Kedua, isu atau masalah apa saja yang

diperbincangkan di warung *hik*, ketiga bagaimana cara partisipan berkomunikasi dengan sesama pengunjung, dan terakhir bagaimana suasana yang ditimbulkan ketika para partisipan berkomunikasi di warung *hik*.

Indonesia merupakan sebuah negara yang menganut sistem demokrasi, ruang publik merupakan salah satu ruang yang terbentuk karena proses dari sistem demokrasi. Ruang publik berfungsi mewadahi kebebasan berkomunikasi sebagai warga negaradi dalam negara demokratis. Menurut Habermas komunikasi selalu merupakan ciri dasar kehidupan bersama manusia dan warung *hik* dinilai mampu membentuk ruang di mana setiap warga negara dapat berkumpul dan membicarakan berbagai macam hal secara bebas dan tidak terbatas, karena negara telah menjamin kebebasan berpendapat. Perbincangan inilah yang nantinya akan menuju sebuah opini publik.

a. Warung *hik* sebagai ruang publik

Seperti yang diungkapkan oleh Habermas yang dikutip oleh Susanto Kartubij bahwa ruang publik merupakan “*portion of the publik sphere comes into being in every conversation in which private individuals assemble to form a publik body.*” Bagian dari ruang publik yang terbentuk dari setiap perbincangan individu-individu privat yang menciptakan sebuah tubuh publik.<sup>4</sup> Setiap pembicaraan yang terjadi di antara individu-individu itu sendiri yang menciptakan apa yang dimaksud sebagai ruang publik. Ruang publik yang dimaksud merupakan sebuah wadah imajiner yang dapat digunakan oleh setiap individu untuk saling bertemu, berbincang, dan saling berpendapat secara bebas tanpa adanya batasan.

---

<sup>4</sup> Susanto Kartubij, *Op. Cit.*, hal. 150.

Hal yang dimaksud sejalan dengan konsep ruang publik Habermas yang memiliki kriteria sebagai berikut:

“Publik sphere is a domain of our social life where such a thing as publik opinion can be formed (where) citizen .. deal with matters of general interest without being subject to coercion...(to) express and publikize their views” (dalam McKee, 2005:4).

Ruang publik adalah ruang kehidupan manusia di mana opini publik dapat diciptakan oleh warga negara, di mana mereka tertarik bukan karena paksaan, dan di mana mereka dapat mengekspresikan serta mempublikasikan pandangan mereka.<sup>5</sup>

Seperti juga dikutip oleh Sastrapratedja (dalam Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratis dari Polis sampai *Cyberspace*, 2010) mengenai apa itu ruang publik atau *publik sphere* dan unsur-unsur terkait menurut Habermas adalah sebagai berikut:

Dengan ‘ruang publik’ kami maksudkan pertama-tama suatu wilayah kehidupan sosial kita di mana apa yang disebut opini publik terbentuk. Akses kepada ruang publik terbuka bagi semua warga negara. Sebagian dari ruang publik terbentuk dalam setiap pembicaraan di mana pribadi-pribadi berkumpul untuk membentuk suatu ‘publik’. Bila publik menjadi besar, komunikasi ini menuntut suatu sarana untuk diseminasi dan pengaruh; zaman sekarang surat kabar dan majalah, radio dan televisi menjadi media ruang publik.<sup>6</sup>

Dalam buku karya Habermas yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dengan judul *The Structural Transformation of Publik Sphere* (1962, terj. 1989) atau dalam Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai perubahan struktural ruang publik memperlihatkan kemunculan dan disintegrasi “*publik sphere*”. Ada gejala baru yang timbul di Paris dan London pada akhir abad ke-17 dan awal abad ke-18 mengenai debat dan diskusi yang terjadi di salon-salon dan kafetaria. Di salon dan kafetaria

<sup>5</sup> Alvin Sandy, “Menggugat Lembaga Penyiaran Komersil”, diakses dari

<sup>7</sup><http://politik.kompasiana.com/2012/06/04/menggugat-lembaga-penyiaran-komersil-468202.html>, 7 November 2012, 15.47.

<sup>6</sup> M. Sastrapratedja, *Loc. Cit.*

orang-orang berkumpul dan berdiskusi mengenai isu publik. Dalam diskusi ini difasilitasi oleh penerbitan lembaran-lembaran berita dan surat kabar, yang merupakan forum bagi debat politik di mana orang (laki-laki dan golongan menengah) dapat melontarkan kritik kepada pemerintah.

Politik dalam hal ini tidak hanya mencakup arena kekuasaan negara dan pemerintahan, namun lebih luas masuk ke area “ruang publik”. Ruang publik ini merupakan sebuah mediasi antara masyarakat luas dan negara, yang memungkinkan terjadinya kontrol sosial dan politik. Walaupun Habermas juga menjelaskan bahwa masyarakat dalam abad ini hanya mewakili kaum borjuis, ruang publik tersebut mampu mewujudkan gagasan mengenai komunitas warganegara, dengan berkumpul bersama sebagai orang yang sederajat dalam suatu forum masyarakat sipil yang berbeda dari otoritas negara dan ruang privat keluarga. Dalam forum yang disebut sebagai “ruang publik” inilah yang mampu membentuk opini publik melalui debat sosial.<sup>7</sup>

Jika Habermas menilai bahwa forum di dalam salon-salon dan kafetaria mampu membentuk “ruang publik”, maka di Kota Surakarta sendiri memiliki warung *hik* sebagai ruang publik yang mampu menciptakan sebuah ruang yang menjadi tempat bagi seluruh masyarakat sekitar Kota Surakarta untuk membicarakan isu-isu yang sedang berkembang. Warung *hik* mampu memberikan ruang yang bebas bagi masyarakat untuk memenuhi hak berpendapat warga negara sebagai rakyat di dalam negara yang menganut sistem demokrasi seperti Indonesia. Warung *hik* juga memiliki kemampuan untuk mengakomodir

---

<sup>7</sup> *Ibid.* hal. 270-271.

kebutuhan berpendapat para warga tanpa ada institusional yang membatasi. Oleh sebab itu para masyarakat atau pengunjung warung *hik* dapat dengan bebas dan leluasa untuk berbicara dan bahkan berdiskusi dengan siapa saja tanpa adanya batasan atau larangan dari negara.

b. Partisipan dalam warung *hik*

Pokok persoalan pertama dalam warung *hik* sebagai ruang publik bertujuan untuk mengetahui siapa saja partisipan yang berkunjung ke warung *hik*. Profesi atau pekerjaan apa yang digeluti, berasal dari sosio-kultural seperti apa partisipan tersebut, dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk membedakan pengunjung warung *hik* berdasarkan pekerjaan atau profesinya. Karena profesi seseorang akan menentukan topik atau isu yang dibicarakan ketika berada di warung *hik*. Pekerjaan atau profesi partisipan akan menentukan topik-topik komunikasi yang diperbincangkan oleh sesama pengunjung. Misalnya partisipan yang seorang mahasiswa akan datang berkunjung dengan temannya yang mahasiswa dan mengobrolkan perihal topik-topik mengenai kuliah. Hal tersebut tidak mutlak terjadi pada setiap proses komunikasi, justru beberapa pengunjung yang berbeda pekerjaannya juga bisa saling berkomunikasi mengenai sebuah hal atau isu. Pada penelitian ini sumber memiliki pekerjaan yang bervariasi, mulai dari mahasiswa, pramusaji, pekerja sosial (seniman), wirausaha, pegawai wiraswasta, sales serabutan, sopir, dan asisten manajer. Hal ini membuktikan bahwa di warung *hik* setiap orang bisa berkunjung, bertemu, dan mengobrol dengan bebas. Apapun jenis pekerjaannya tidak menjadi penghalang, karena sesuai dengan konsep ruang publik bahwa semua warga negara memiliki

kesetaraan dalam mengeluarkan pendapat dan berkomunikasi dengan mengekspresikan dan mempublikasikan opini di warung *hik*.

Perbincangan tersebut terlihat ketika sumber yang diwawancarai di warung *hik* Cakraningratan yaitu Adi (32, laki-laki) bersama dengan partisipan atau pengunjung lainnya yaitu Nico (32, laki-laki) dan Widodo (53, laki-laki). Adi merupakan pekerja sosial dan seniman di bidang musik keroncong, Nico merupakan pegawai swasta, dan Widodo adalah seorang sopir, namun mereka bisa *jagongan* atau mengobrol dengan *asik*, santai, dan bahkan bercanda. Hal ini membuktikan bahwa ruang publik merupakan wadah bagi setiap anggota masyarakat untuk dapat saling berkumpul dan berkomunikasi tanpa memandang status sosial maupun latar belakang pekerjaannya.

Seperti apa yang ditampilkan Habermas tentang ruang publik yang melihat kesetaraan sebagai manusia dalam berkomunikasi melalui dialog atau diskusi. Dalam diskusi ini setiap anggota masyarakat yang berada di ruang publik melepas semua atribut sosial dan budaya serta kepentingan ekonomi tertentu.

c. Isu yang dibicarakan

Pokok bahasan yang kedua ialah untuk mengetahui isu atau masalah apa saja yang diperbincangkan pengunjung ketika berada di warung *hik*. Dalam beberapa hal pekerjaan memang mempengaruhi topik atau isu yang dibicarakan oleh partisipan. Misalnya untuk mahasiswa, isu atau masalah yang dibicarakan cenderung mengenai kehidupan di sekitar kampus. Untuk partisipan yang sudah bekerja dan memiliki keluarga bisaanya lebih beragam hal atau isu yang dibicarakan. Setiap partisipan

bebas berbicara mengenai hal atau isu apapun pada saat berada di warung *hik*, karena warung *hik* sebagai ruang publik bukanlah lembaga intitusional yang memberikan batasan-batasan kepada penggunanya. Justru warung *hik* mampu memberikan ruang bagi semua anggota masyarakat untuk menggunakan hak bicara dan hak untuk mengeluarkan pendapat. Sejalan dengan F. Budi Hardiman mengenai pendapat Habermas bahwa hak-hak bicara warga negara terjadi pada tatanan ruang informal dan dapat membicarakan segala macam masalah atau isu.

Menurut Habermas hak-hak komunikatif para warganegara terlaksana terutama di dalam diskursus-diskursus informal yang dapat dilaksanakan secara inklusif dan dapat mempersoalkan segala tema relevan yang mungkin.<sup>8</sup>

Dari pernyataan tersebut, terbukti bahwa ruang publik sebagai salah satu bentuk dari proses demokrasi mampu berkembang dan terlaksana dalam wadah yang tidak formal atau resmi. Dalam hal ini yang dimaksud adalah warung *hik* misalnya, mampu memberikan wadah kepada warganegara untuk dengan leluasa membicarakan segala macam isu atau masalah yang relevan. Seperti yang diungkapkan oleh Nico (32, laki-laki) mengenai pemberitaan politik di media massa:

“Masa bodoh dengan politik, toh hasilnya juga bohong. Ya, apatis pada pemberitaan tersebut, namun kalo ada pemilu, saya tetep nyoblos. Jadi semi apatis lah.” Demikian ungkap Nico (32, laki-laki) ketika ditanya mengenai hal-hal politik di televisi.

Hampir senada dengan Nico (32, laki-laki), Heri (24, laki-laki) juga tidak menyukai politik, alasannya sangat sederhana karena politik itu memusingkan.

“Ya masalah hidup, kalo politik wah jangan, kita no politik. Gak suka aja, pusing. Mending ngobrolin yang asik-asik aja kayak cewek, masa

---

<sup>8</sup> F. Budi Hardiman. *Op. Cit.* hal. 133.

depan, olahraga, kegiatan, bola. “Demikian pendapat Heri (24, laki-laki) mengenai politik.

Mungkin jika Indonesia masih berada pada masa orde baru tidak ada yang berani mengungkapkan pendapat seperti Nico (32, laki-laki) dan Heri (24, laki-laki). Namun karena saat ini Indonesia telah menganut sistem demokrasi sehingga setiap anggota masyarakat berhak untuk mengeluarkan pendapat dengan bebas. Melihat dari pendapat Nico (32, laki-laki) tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Ia sudah tidak peduli dengan segala macam pemberitaan politik di media massa. Ia merasa bahwa berita politik tersebut hanya rekayasa atau bohong belaka. Melihat hal ini khususnya dalam kasus tersebut dapat diartikan bahwa media massa telah gagal menjadi ruang publik. Hal ini sesuai dengan tulisan Alvin Sandy seorang pemerhati dan akademisi kebijakan komunikasi dengan judul “Menggugat Lembaga Penyiaran Komersil”. Dalam tulisannya Ia mengatakan bahwa media sebagai ruang publik seharusnya tidak membiarkan adanya intervensi pemilik modal dalam menguasai ruang dalam media, yang masih sangat kentara di media massa Indonesia. Contohnya saja kepemilikan beberapa media massa televisi oleh politisi yang secara terang-terangan membombardirkan iklan partainya kepada khalayak secara tersirat maupun tersurat.

“Permasalahan lain kemudian muncul ketika ternyata media massa dimiliki oleh konglomerasi yang juga sebagai aktor dalam duni politik, setidaknya yang paling mencolok adalah kepemilikan Metro Group dengan surnya paloh di belakangnya dan Visi Media Group dengan Aburizal Bakrie, yang dengan nyata mampu mem-framingkan berita berdasarkan kepentingannya, hal ini tentu bisa dijadikan alat untuk memunculkan rekam jejak pada salah satu kepentingan partai atau aktor politik, dan ini tentu membatasi akses pada penggunaan media massa, yang menghasilkan informasi yang tidak berimbang.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Alvin Sandy, *Loc. Cit.*

Padahal jika menilik pada ruang publik politis menurut Jürgen Habermas di mana semua warga negara bisa menjalankan praktek komunikasi yang bebas tanpa tekanan penguasa, untuk membentuk opini dan kehendak bersama secara diskursif, pembentukan opini bersama haruslah merupakan hasil dari perdebatan yang bersih tanpa intervensi diluarnya, singkatnya ruang publik harus inklusif, egaliter dan bebas tekanan. Pada kenyataannya media massa tersebut belum mampu menjalankan fungsi sebagai ruang publik, sehingga masyarakat cenderung kehilangan kepercayaan terhadap media massa.<sup>10</sup>

d. Bahasa yang digunakan di warung *hik*

Pengunjung di warung *hik* berasal dari daerah yang berbeda, walaupun sebagian besar masih berasal dari Kota Surakarta dan sekitarnya. Namun untuk beberapa partisipan atau pengunjung banyak yang mengajak teman atau saudara yang mungkin daerah asalnya bukan dari Kota Surakarta melainkan berasal dari daerah lain. Seperti pengunjung yang bernama Ocha (22, perempuan) yang mengaku berasal dari Jakarta. Ketika ia sedang mengobrol dengan teman-temannya di warung *hik* yang mayoritas adalah orang Jawa, ia tetap menggunakan bahasa Indonesia. Walaupun terkadang disisipi beberapa kata-kata dalam Bahasa Jawa. Teman-temannya juga secara otomatis akan menyesuaikan gaya bahasa Ocha agar pesan yang menjadi tujuan dalam proses komunikasi tersebut tersampaikan dengan baik. Karena tidak mungkin pesan akan tersampaikan apabila ada dua orang berbicara dengan bahasa yang berbeda, yang tidak dimengerti oleh salah satu partisipan.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

“Kalo misalnya aku diajakin ngomong pake bahasa Jawa, aku ngerti tapi aku gak bisa jawab bahasa Jawanya. Jadi saya pake bahasa Indonesia, pakenya bahasa Indonesia campur-campur pake bahasa Jawa.” Demikian kata Ocha (22, perempuan) yang menggunakan bahasa Indonesia ketika berada di warung *hik*.

“...saya sih bisa bahasa Jawa sini tapi gak bisa bahasa Jawa Surabaya. Kalo saya ngobrol ma temen yang baru ya pake bahasa Indonesia tapi kalo udah temen deket ya bahasa Jawa.” Ungkap Heri (24, laki-lak) ketika menjawab pertanyaan mengenai penggunaan bahasa ketika ngobrol di warung *hik*.

Apa yang disampaikan Ocha (22, perempuan) dan Heri (24, laki-laki) di atas sejalan dengan teori akomodasi komunikasi yang dikembangkan oleh Howard Giles. Teori akomodasi komunikasi mempertimbangkan tujuan dan dampak yang timbul ketika ada dua pembicara yang saling menyesuaikan gaya berkomunikasi. Ketika orang sedang berkomunikasi satu sama lain, mereka akan mengakomodasi dan menyesuaikan gaya bicara satu sama lain, agar pesan yang menjadi tujuan dapat diterima dengan baik.<sup>11</sup>

Sejalan dengan teori akomodasi komunikasi, ketika berkomunikasi setiap partisipan harus mampu mengakomodir berbagai aspek seperti bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sehingga pesan dapat dimengerti oleh partisipan satu dengan yang lain, agar tujuan dari komunikasi dapat tersampaikan dengan baik.

e. Atmosfer yang ditimbulkan

Atmosfer merupakan suasana atau keadaan yang ditimbulkan ketika para partisipan berkomunikasi di warung *hik*. Atmosfer terbentuk ketika ada obrolan di antara pengunjung warung *hik*. Jenis atmosfer yang terbentuk pun tergantung dari pesan yang dipertukarkan oleh partisipan.

---

<sup>11</sup> Richard West dan Lynn H. Turner, “Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)”, terj. Maria Natalia (Jakarta: Salemba Humanka, 2008) hal. 218.

Hampir sebagian besar partisipan mengatakan bahwa mereka bisaanya mengobrol dengan suasana yang santai, namun ada kalanya mereka bisa sangat ekspresif dalam berkomunikasi, tergantung dari pesan apa yang sedang mereka perbincangkan.

Ada beberapa istilah atau kata baru yang muncul diantara kalangan para pengunjung, misalnya saja Heri (24, laki-laki) mengaku sering menggunakan kata “ndlemek” yang artinya ia sendiri juga tidak jelas, kata tersebut secara spontan ia katakan.

“Ada sih kita sering ngomong “ndlemek” selain kita gak ada yang tau itu. Artinya pa ya? Ya gak ada wong itu cuma plesetan aja kayak “Wah ndlemek ik” gt. Paling kita juga suka niru Sule yang sleketep sama prikitiuw. Santai lah.” Ungkap Heri (24, laki-laki) ketika menceritakan penggunaan kosa kata barunya.

Ia menggunakan kata tersebut hanya untuk mengungkapkan sesuatu yang menurutnya menarik. Terkadang Heri (24, laki-laki) misalnya, ia mengaku sering menggunakan kata-kata seperti “sleketep” atau “prikitiu” yang dia adopsi dari sebuah sitkom di televisi. Sama halnya dengan Heri (24, laki-laki), Cholis (21, laki-laki) juga mengungkapkan bahwa Ia terkadang menggunakan prokem-prokem yang memiliki arti sedikit negatif. Namun hal ini hanya dilakukan dalam konteks bercanda.

“Apa yo mbak... kadang kalo ngelokke trus kita dikatain padepokan karena kita duduknya berempat, geser juga berempat gitu jadi sering dikatain gawe padepokan gitu. Prokem itu ya anak sma itu ya pisuhan gitu, meskipun kita ngomongnya kasar kek mbelur yg artinya susah diatur tapi kita ya seneng-sengeng aja guya guyu dikatain. Sebenare kita juga gak mudeng artinya pa.” Demikian kata Cholis (21, laki-laki) ketika ditanya mengenai kata-kata yang digunakan dalam berkomunikasi.

Beberapa pengunjung mengaku sering menggunakan kata yang berkonotasi negatif ketika berbincang dengan sesama pengunjung, namun

kata tersebut tidak ditujukan untuk menghina atau menyulut permasalahan, sebaliknya kata tersebut digunakan untuk mengungkapkan atau mengekspresikan sesuatu. Dalam warung *hik* setiap pengunjung merasa dapat mengatakan segala apa yang menjadi pemikirannya dan dapat mengekspresikannya dengan bebas, ekspresi yang dimaksud sejalan dengan ruang Publik sebagai ruang kehidupan manusia di mana opini publik dapat diciptakan oleh warga negara. Warga negara tertarik bukan karena paksaan, dan mereka dapat mengekspresikan serta mempublikasikan pandangan dengan cara mereka sendiri.<sup>12</sup>

Lain halnya dengan Adi (32, laki-laki), justru suasana lah yang membuatnya betah berlama-lama di warung *hik*.

“Suasana, itu kita bisa nyantai banyak menu pilihan, ekonomis juga trus di samping itu kalo di tempat *hik* itu bisa untuk kumpulan temen-temen, ya untuk apalah kita bicara tentang apa, nanti temen-temen, organisasi apa kita ke *hik*, nongkrong bareng justru suasanannya lebih harmonis kalo di rumah makan atau di anu batasan waktunya juga ada trus apa itu kalo di *hik* senengnya segala sesuatunya ada yang dibakar jadi ya itu menarik.” Demikian kata Adi (32, laki-laki) ketika ditanya alasan berkunjung ke warung *hik*.

Warung *hik* menawarkan suasana yang bebas dan santai, sehingga pengunjung atau partisipan dapat merasakan kenyamanan ketika berkunjung. Mereka bisa berlama-lama di warung *hik*, membicarakan segala permasalahan dengan bebas tanpa adanya batasan dari lembaga-lembaga institusional. Hal ini sejalan dengan apa yang dimaksud Habermas dengan ruang publik terlaksana di dalam diskursus-diskursus informal secara inklusif dan dapat secara leluasa memperbincangkan segala permasalahan.

---

<sup>12</sup> Alvin Sandy, *Loc. Cit*

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta berkembang dengan beberapa karakter terutama berkenaan dengan partisipan yang berkunjung, pesan yang dipertukarkan, bahasa yang digunakan, dan atmosfer atau suasana yang tercipta diantara partisipan. Pada kenyataannya perkembangan warung *hik* dewasa ini mampu menciptakan fungsi sebagai ruang publik. Warung *hik* telah berhasil menyediakan ruang bagi setiap anggota masyarakat untuk berkumpul, berbicara, mengeluarkan gagasan dengan leluasa tanpa adanya batasan. Perkembangan warung *hik* sebagai ruang publik melibatkan beberapa unsur-unsur penting sebagai berikut

- a. Dilihat dari partisipan yang berkunjung di empat kawasan warung *hik* yang bervariasi, ditemui hasil bahwa partisipan adalah mahasiswa, karyawan wiraswasta, wirausaha, sopir, pekerja sosial dan seni, sales, asisten manajer, dan pelayan restoran.
- b. Dilihat dari pesan yang dipertukarkan ketika berkomunikasi di warung *hik* didapat beberapa tema yaitu antara lain masalah pribadi (keluarga), pacar, *gossip*, apa yang dilihat dari media massa, ekonomi, *guyonan*, kehidupan sehari-hari, dan pekerjaan.
- c. Bahasa yang digunakan ketika berkomunikasi di warung *hik* berupa Bahasa Indonesia dengan dialek daerah asal partisipan, Bahasa Jawa (*Ngoko*), dan penggunaan kedua bahasa tersebut secara bersamaan.

*commit to user*

Penggunaan bahasa dalam berkomunikasi juga tergantung dengan siapa *partner* partisipan berbicara.

- d. Atmosfer suasana ketika partisipan atau pengunjung warung *hik* saling berbincang antara satu dengan yang lain cenderung bersifat santai, penuh dengan canda, dan ekspresif. Mereka dengan leluasa dapat mengobrol dengan santai dan bahkan kadang tertawa terbahak-bahak apabila ada candaan yang menurut mereka sangat lucu. Adapula beberapa pengunjung yang berbincang sembari merokok dan mengangkat satu kaki ke kursi. Ini memperlihatkan bahwa warung *hik* mampu memberikan rasa yang nyaman bagi para partisipan atau pengunjung.

Dari data yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa teori ruang publik Habermas membuktikan diskusi masyarakat memang terbentuk di dalam diskursus-diskursus informal, dalam hal ini warung *hik* telah menjadi ruang publik (*public sphere*) bagi masyarakat Kota Surakarta. Warung *hik* mampu memberikan ruang untuk saling bertemu dan berkumpul, melakukan pertukaran pesan diantara sesama partisipan. Dalam proses komunikasi tersebut pesan yang dipertukarkan mampu mengarahkan kedalam terbentuknya suatu opini publik. Selain itu diskursus informal warung *hik* dapat meleburkan segala macam atribut sosial, strata, dan perbedaan dalam kesetaraan individu untuk berkumpul dan berkomunikasi. Warung *hik* menunjukkan bahwa ruang publik tidak selalu identik dengan pembicaraan mengenai isu politik, sastra, maupun seni.

Warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta telah menumbangkan fungsi media massa sebagai ruang publik, karena pada kenyataannya masyarakat sudah enggan membicarakan masalah politik.

Media massa dirasa telah gagal mewujudkan ruang publik, salah satunya karena ruang-ruang yang ada dalam media telah penuh terisi dengan program-program propaganda media itu sendiri. Selain itu ruangan tersebut terkadang telah dikaveling-kaveling dengan program yang berisi kepentingan para pemilik media, pemodal, pengiklan, bahkan politisi. Sehingga tidak tersisa lagi ruangan bagi masyarakat.<sup>1</sup>

Hal ini disebabkan ketidakmampuan media massa memenuhi fungsi kontrol sosial terhadap pemerintah dengan netral atau tidak memihak ke salah satu pemangku kepentingan (*stakeholder*). Media saat ini telah beralih fungsi memberikan informasi berdasarkan kepentingan berbagai pihak, sehingga masyarakat telah kehilangan kepercayaan terhadap media. Masyarakat sudah bosan dengan hal yang berbau politik, bahkan membahasnya atau sekadar memberi pendapat pun enggan. Masyarakat menyadari bahwa sekeras apapun mereka mengeluarkan argumen mengenai politik, argumen mereka tidak akan mengubah apapun. Media massa yang ideal seharusnya memiliki fungsi seperti kontrol sosial, mendidik, informatif, dan sekaligus menghibur. Apalagi setelah tegaknya tonggak reformasi di Indonesia, media massa seharusnya mampu menjadi entitas ruang publik, ruang publik seperti yang di katakan Habermas dalam McKee (2005):

“a domain of our social life where such a thing as public opinion can be formed (where) citizen .. deal with matters of general interest without being subject to coercion...(to) express and publicize their views,” adalah ruang kehidupan manusia di mana opini publik dapat diciptakan oleh warga negara, di mana mereka tertarik bukan karena paksaan di mana mereka dapat mengekspresikan dan mempublikasikan pandangan mereka.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Yeary Panji, *Loc. Cit.*

<sup>2</sup>Alvin Sandy, *Loc. Cit.*

Hal ini menyadarkan kita bahwa ruang formal seperti media massa telah gagal menjadi ruang publik. Media massa melupakan fungsinya sebagai ruang publik, dan telah jauh menembus ruang publik bahkan hingga ruang privat sekalipun.<sup>3</sup> Segala macam kepentingan politik lalu lalang di media massa, keberpihakan di mana-mana menggilas fungsi media yang seharusnya netral dan tidak memihak.

## B. Saran

Penelitian mengenai ruang publik memang telah banyak dilakukan, namun yang berkenaan dengan warung *hik* sebagai ruang publik di Kota Surakarta nampaknya masih perlu banyak dilakukan secara berkesinambungan. Karena setiap penelitian mengenai persoalan tersebut akan menghasilkan temuan-temuan baru dan beragam yang akan membantu memberi pemahaman mengenai warung *hik* sebagai ruang publik yang pada gilirannya akan menambah kekayaan literatur dalam khasanah ilmu komunikasi.

Penelitian mengenai warung *hik* sebagai ruang publik dapat dikembangkan lebih jauh, misalnya dengan mendalami keempat aspek sebagaimana dipilih dalam penelitian ini, namun menggunakan metode pengamatan dengan terlibat langsung (*participant observation*). Penelitian mengenai Warung Hik sebagai Ruang Publik memang masih jauh dari kata sempurna, sehingga diharapkan akan ada penelitian-penelitian baru mengenai warung *hik* yang dilakukan untuk menambah dan melengkapi kekurangan yang ada. Misalnya mengenai *gesture* atau pola perilaku pengunjung di

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

warung *hik* yang mempengaruhi tingkat kenyamanan ketika berada di warung *hik*, atau opini-opini publik politis yang terbentuk di warung *hik* sebagai ruang publik, dengan menggunakan metode yang berbeda.

Dengan demikian penelitian Warung Hik sebagai Ruang Publik semoga dapat dimanfaatkan dengan baik untuk memberikan pandangan yang berbeda mengenai perkembangan ruang publik di Indonesia khususnya Kota Surakarta.

