

KOMUNIKASI SOSIAL

dan Demokrasi Warung Kopi



ANDI MIRZA RONDA



KOMUNIKASI SOSIAL

dan Demokrasi Warung Kopi

KOMUNIKASI SOSIAL

dan Demokrasi Warung Kopi



ANDI MIRZA RONDA



**KOMUNIKASI SOSIAL
dan Demokrasi Warung Kopi**

© Andi Mirza Ronda, 2019

Penulis : Andi Mirza Ronda
Penyunting : Rahtika Diana
Tata Letak : Indigo Media
Desain Cover : Indigo Media

Diterbitkan Oleh :
Yayasan Komunikasi Pasca Tiga Belas
Sahid Sudirman Center 11th Floor Suite A
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 86
Jakarta 10220
www.kompatibel.or.id

Bekerja sama dengan Sekolah Pascasarjana
Universitas Sahid Jakarta

x + 108 halaman; 15 x 22,5 cm
Cetakan I, 2019
ISBN 978-602-52218-2-8

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.



KATA PENGANTAR

Warung kopi atau yang lebih akrab disebut *cafe* merupakan tempat yang mudah ditemui hampir di seluruh belahan dunia, mulai dari yang bergaya tradisional hingga yang sudah dibalut nuansa 'modern' seperti Starbucks. Tetapi, apa pun nuansanya, baik tradisional maupun modern, ia bisa menjelma menjadi sebuah ruang alternatif untuk berbagai jenis kepentingan, mulai dari melepas penat/kebosanan, mencari gagasan, ruang silaturahmi, atau bahkan ruang untuk bertukar pikiran atau mengadu gagasan dari berbagai persoalan di sekitar kita.

Karena nuansanya yang sangat cair, baik dalam balutan tradisional maupun modern, tak heran jika warung kopi dapat bertransformasi menjadi sebuah ruang alternatif untuk memecahkan kebuntuan obrolan demokrasi yang terpasung di sepanjang era Orde Baru. Artinya, "obrolan berat" tersebut tak harus dilangsungkan di ruang seminar atau tempat-tempat yang cenderung "formal", sebagaimana

halnya keputusan bisnis yang sering kali diselesaikan/diputuskan tatkala bermain golf atau dalam suasana santap malam bersama.

Dalam ruang yang cair ini, diskusi dapat dilangsungkan dengan terbuka, santai, dan tentunya demokratis. Terbuka bisa dimaknai pada wilayah partisipasi publik yang lebih luas, sementara demokratis bisa dimaknai semangat kebersamaan dalam mendiskusikan persoalan. Kedua hal itulah yang rasanya agak sulit ditemukan dalam ruang seminar dan ruang formal lainnya, di mana birokrat, anggota legislatif, aktivis, dan pengusaha, dapat ikut *nimbrung* berdiskusi.

Namun demikian, tak selamanya juga obrolan yang berlangsung diwarung kopi bisa berlangsung *asyik*. Terkadang kelompok dominan bisa menjadikan warung kopi sebagai ruang guna melanggengkan mitos-mitos budaya, politik, ekonomi dan sosial. Tujuannya guna memperkuat dan melanggengkan dominasi terhadap kelompok lain yang dilakukan lewat penciptaan simbol-simbol yang dipertukarkan dalam interaksi, baik secara terbuka (fisik atau psikologis) maupun secara tersembunyi (penipuan secara sadar atau tak sadar dengan cara melakukan distorsi komunikasi).

Untuk itulah buku sederhana ini disusun dan dihadirkan ke hadapan sidang pembaca yang budiman, terutama agar kita bisa sama-sama berdiskusi dalam memandang warung kopi sebagai sebuah ruang arena diskusi yang bebas dari kuasa serta ragam kepentingan. *Semoga saja...*

* * * * *

Dalam proses menyelesaikan penelitian ini, penulis mendapat banyak tantangan baik itu yang bersifat teknis maupun nonteknis. Saat menghadapinya, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada Prof. Dr. Harsono Suwardi, M.A. (alm.), yang selalu memotivasi penulis agar bersegera menyelesaikan penelitian ini; dalam diri Beliau, sesungguhnya penulis menemukan sosok pribadi seorang guru yang mendidik, ayah yang mengayomi, teman yang dapat memahami, rendah hati, serta sangat menghargai perbedaan. Kepada Dr. Udi Rusadi yang banyak mengajak penulis guna mendiskusikan berbagai hal yang bermakna yang pada akhirnya banyak mewarnai pemahaman penulis terhadap subjek yang diteliti. Kemudian kepada Prof. Dr. Suryanto Puspowardojo dan Dr. Mikael Dua yang banyak mewarnai pemikiran penulis. Kepada Dr. Setyono Sinansari Ecip serta Dr. Arif Subhan atas kritik dan saran-saran yang konstruktif.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Prof. Santoso S. Hamidjoyo (alm.), Dr. Pinckey Triputra, Dr. Sunarto, Dr. Turnomo Raharjo, Drs. Ali Mochtar Hoeta Soehoet, Prof. Dr. H. Sukamdani Sahid Gitosarjono, Prof. Budi, Prof. Yu, Prof. Gi, H. Sowam Masjuri, Ir. H. Farhat Umar, dan Navia Ariani, M.Si. Juga tidak lupa kepada kawan-kawan LSM di Kota Makassar, Pontianak, dan Jakarta: Bang Mul, Qudri, Siswan, Alfian, Bang Dul, Ical, Mas Gun, dan banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kesediaan menjadi narasumber-teman diskusi selama penelitian ini berlangsung; juga untuk bantuannya yang mempertemukan penulis dengan narasumber penting yang lain.

Kepada Syarifudin Bahrum, Pahir Halim, Andy Mangara, Yosi, Nurkompot, terima kasih untuk diskusi dan kesediaannya menjadi narasumber penelitian ini.

Kepada sahabat-sahabat penulis: Drs. Nandang Mulyasentosa, M.M., M.Si., Dr. Titi Widaningsih, Dr. J.A Wempy, Dr. Andre Ikhsano, Ustaz Jamal, Kol. Penerbang Agung Sasongkojati, Rubi, Eyang Subur (Mas Tri), Yoyoh, Dr. Nunung, dan banyak lagi yang lainnya yang tidak mungkin dapat penulis sebut satu per satu. Terima kasih atas diskusi-diskusi yang sudah kita lakukan bersama, masukan-masukan, dan mimpi-mimpi yang kita bangun bersama untuk memajukan Prodi DIK SPs Usahid.

Tak lupa juga kepada Capt. Dr. Toto Soebandoro, atas totalitasnya dalam memotivasi penulis dan mendukung penerbitan buku ini; juga kepada Dr. Rahtika Diana, M.Si. yang selalu hadir sebagai teman diskusi yang baik serta tidak segan-segan melontarkan kritik dan saran yang sangat konstruktif dalam menyusun draft naskah ini; tidak lupa juga kepada Asep Rachmatullah, murid yang senantiasa setia dan sabar dalam segala hal menghadapi penulis.

Terakhir, terima kasih kepada sidang pembaca buku ini yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk singgah dan membaca buku ini; penulis dengan terbuka menantikan saran dan kritik membangun demi perbaikan buku ini di masa mendatang.

Selamat membaca!

Andi Mirza Ronda

DAFTAR ISI

Kata Pengantar

Daftar Isi

BAGIAN I

PENDAHULUAN **1**

A. Warung Kopi di Makkassar 1

B. Studi Ruang Publik 10

BAGIAN II

KOMUNIKASI SOSIAL (RUANG PUBLIK

DAN MITOS DEMOKRASI) **13**

A. Asumsi Tradisi Kritik 13

B. Komunikasi Sosial dan Ruang Publik 18

C. Teori Tindakan Komunikasi 25

D. Demokrasi 29

E. Opini Publik 34

| | |
|-----------------------------|----|
| F. Ruang Publik | 38 |
| G. Hegemoni | 41 |
| H. Mitos dan Ideologi | 44 |

BAGIAN III

| | |
|-------------------------------|-----------|
| PENDEKATAN STUDI | 53 |
|-------------------------------|-----------|

BAGIAN IV

| | |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| TINDAKAN KOMUNIKASI vs TINDAKAN STRATEGIS | 57 |
|--------------------------------------------------------|-----------|

| | |
|---------------------------------------------------------------|----|
| A. Realitas Sosial-Historis Kota Makassar | 57 |
| B. Arti Warung Kopi bagi Masyarakat Kota Makassar | 58 |
| C. Rasionalitas Komunikasi di Warung Kopi Kota Makassar | 72 |

BAGIAN V

| | |
|----------------------|-----------|
| PENUTUP | 81 |
|----------------------|-----------|

| | |
|-------------------|----|
| A. Refleksi | 81 |
| B. Advokasi | 92 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 97 |
|-----------------------------|-----------|

| | |
|---------------------|------------|
| INDEKS | 103 |
|---------------------|------------|

| | |
|------------------------------|------------|
| TENTANG PENULIS | 107 |
|------------------------------|------------|

BAGIAN I

PENDAHULUAN

A. Warung Kopi di Makassar

Konsep ruang publik (*public sphere*) pertama kalinya muncul di Eropa pada abad ke-18 sebagai suatu wadah yang menghubungkan kepentingan pribadi individu-individu di dalam kehidupan keluarga dengan tuntutan dan kepentingan kehidupan sosial atau publik yang muncul dalam konteks kekuasaan negara. Dalam ruang publik (*public sphere*) tersebut, perbedaan-perbedaan yang ada, kepentingan, dan pendapat pribadi, bertemu untuk mengatasi kepentingan umum melalui konsensus bersama. Bentuk ruang publik tersebut mewujud dalam berbagai bentuk, misal surat kabar (organ penyedia informasi), lembaga diskusi politik, klub-klub politik, klub-klub sastra, rumah minum, warung kopi, dan lain sebagainya. Jadi, konsepsi dasar ruang publik pada hakikatnya ialah ruang tanpa sekat di mana publik dapat berinteraksi dan mengemukakan pendapat dengan bebas dan yang memungkinkan terjadinya transformasi sosial secara demokratis.

Pada konteks Indonesia dan sebagai salah satu bentuk dari ruang publik, keberadaan warung kopi pernah '*naik daun*' pada masa krisis ekonomi dan politik (1998-2001). Warung-warung kopi tersebut, yang sering disebut kafe tenda, adalah tempat membaurnya segala macam strata sosial dengan pengalamannya masing-masing. Tapi sayangnya, fenomena itu hanya bertahan kurang lebih 3-4 tahun dan perlahan-lahan mulai menghilang dari jalan-jalan strategis di kota-kota besar di Indonesia.

Akan tetapi, keberadaan warung kopi tradisional itu (ada yang menyebutnya kedai atau *lapo*), tetap eksis dan tidak mengalami gejala penurunan, seperti di Banda Aceh, Medan, Pontianak, dan Makassar. Gejala warung kopi tradisional ini pernah menjadi reportasi di *Harian Umum Kompas* (Senin, 22/02/2010). Warung kopi tradisional ini memang berbeda dengan warung kopi (atau kafe) yang dikenal oleh masyarakat Jakarta yang memperlihatkan wajah keterasingan dan diskriminasi (*Kompas*, 01/03/2010). Lebih jauh lagi, dikatakan bahwa menjelajahi ruang-ruang publik di kota akan terasa sekat-sekat yang akan memerangkap dalam kelas-kelas sosial, yaitu sekat-sekat yang mengasingkan diri dengan kemanusiaan kita sendiri.

Di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia, keberadaan kafe-kafe tersebut hanya bisa dijamah oleh kalangan tertentu saja, sementara di warung kopi semua kalangan dapat memasukinya dan ikut terlibat dalam obrolan-obrolan yang mereka minati. Oleh karena

itu, wajar jika 'kaum aktivis' menyebut Kota Medan, Pontianak, dan Makassar sebagai 'kota warung kopi atau kedai kopi'.

Di Kota Makassar sendiri, hampir di setiap sudut kotanya dapat dijumpai warung makan dan warung kopi, yang menjadikan Kota Makassar dikenal sebagai salah satu kota wisata kuliner serta kota warung kopi. Dari sekian banyak warung kopi di Kota Makassar, tiga warung kopi yang telah dikenal baik oleh masyarakat Makassar adalah Warung Kopi Phoenam, Warung Kopi Do'toro, dan Warung Kopi Daeng Sija.

Warung Kopi Phoenam merupakan warung kopi tertua di Kota Makassar dan bisa dikatakan sebagai warung centrum dari warung-warung kopi yang ada di kota tersebut. Di warung kopi ini, individu-individu dengan berbagai latar belakang sering kali berkumpul dan membicarakan aneka persoalan, baik isu-isu lokal, nasional maupun internasional. Di warung kopi ini juga sering berlangsung pertemuan antara birokrat, aktivis (lokal atau nasional), dan masyarakat (yang tidak memiliki afiliasi tertentu) yang memiliki kepedulian terhadap persoalan sosial dan politik yang terjadi.

Warung Kopi Phoenam juga sangat identik dengan kopi susu dan roti kaya yang khas (dalam Arge, 2007: 556). Pergi ke Makassar tanpa ke Phoenam, rasanya belum ke Makassar. Dalam situasi hidup yang tegang, Phoenam dapat menjadi oase di mana "omong kosong" dapat disalurkan dengan bebas tanpa ada tekanan dari pihak mana pun.

Keretji (dalam Mangara dan Syafei, 2008: 13) menjelaskan bahwa ungkapan dalam obrolan warung kopi lazimnya digunakan untuk mengidentifikasi diskusi yang tidak mendalam dan dilakukan tanpa rencana sehingga menghasilkan rumusan atau kesimpulan yang juga tak mendalam. Tetapi di warung kopi (seperti di Phoenam) banyolan dan cerita umum dapat disisipi diskusi serius dan kerangka solusi terhadap persoalan serta tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan negara. Bahkan, bagi para pendengar atau pengamat yang baik, obrolan tersebut dapat memberikan arahan sekaligus masukan atas harapan dan kecemasan yang hadir di tengah-tengah masyarakat.

Pada sisi lain, perubahan sosial (proses menuju kepada hal yang lebih baik lagi) yang terjadi di Kota Makassar seakan identik dengan perkembangan warung kopinya. Dalam kaitannya dengan perubahan sosial (modernisasi), Teori Kritis melihat proses ini sebagai proses berkembang dan menyebarnya rasionalitas Barat ke segenap segi kehidupan dan tingkah laku sosial, yang disebut juga rasionalisasi (Hardiman, 2003: 73-78). Para penganut Teori Kritis telah melukiskan bagaimana proses rasionalisasi masyarakat bermuara dalam sebuah tragedi besar. Lantaran mendewakan rasionalitasnya yang semula dianggap mampu memberi otonomi dan kebebasan, manusia dewasa justru terperangkap dalam jaringan birokrasi yang impersonal serta kehilangan makna dan aspirasinya sebagai makhluk bermartabat. Rasionalitas yang semula kritis terhadap mitos-mitos tradisional, pada gilirannya berubah menjadi mitos atau ideologi baru (yang bersifat

total) dalam bentuk ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk di dalamnya paham-paham politik tertentu. Mereka beranggapan bahwa dalam proses ini tak berlaku rasionalitas yang dicita-citakan manusia yang dapat memberi kebahagiaan dan otonomi. Sebaliknya, dalam selubung rasionalitas, sebuah kekuasaan politis sedang menindas masyarakat, dan justru terjadi melalui proses rasionalitas tersebut.

Dalam kaitannya dengan studi ini, perubahan sosial yang terjadi di Kota Makassar ialah bentuk baru kuasa (dominasi) dari kelompok politik (atau yang lainnya) atas kelompok yang lainnya. Meskipun reformasi sudah berlangsung lebih dari satu dekade lalu, 'suasana Orde Baru' masih sangat kental terasa. Dalam promosi doktrinya di Universitas Negeri Makassar pada tanggal 31 Maret 2010 (*Fajar*, 01 April 2010) H. Hamka mengemukakan bahwa tata kelola pemerintahan yang baik harus optimal menganut prinsip *good governance* dalam setiap kebijakan publik. Di samping itu, perlu dibangun hubungan yang sinergis antara pemerintah, masyarakat, dan swasta (pelaku ekonomi) selaku pemangku kepentingan. Namun, pada kenyataannya interaksi di antara ketiga unsur tersebut masih belum berjalan dengan baik, dan masyarakat masih cenderung dianggap hanya sebagai objek dari pembangunan semata.

Meskipun hubungan yang terbangun terkesan 'ideal', yang antara lain bisa dilihat melalui mekanisme pemilu, namun yang tak kasat mata dirasakan ada kolaborasi antara pemerintah dengan kelompok pengusaha. Akibatnya, atas nama profesionalisme pengusaha menjadi

calon menteri, dan bahkan menjadi menteri. Belum lagi yang menjadi pengurus partai-partai besar atau pemilik media yang sudah tentu berimplikasi terhadap pemberitaan media. Hal ini menjadi indikasi dari hegemoni yang dilakukan kelompok tertentu terhadap kelompok lainnya.

Sementara itu, dalam hal mendorong proses demokratisasi yang substantif diperlukan empat pilar demokrasi: pemerintah, pengusaha, masyarakat sipil, dan pers. Namun demikian, pada kenyataannya pilar yang paling menonjol dalam perencanaan implementasi kebijakan publik adalah pemerintah dan pengusaha, di mana masyarakat sipil dan pers cenderung diabaikan.

Warung kopi, yang keberadaannya selama ini cenderung dianggap tempat *kongkow-kongkow* dan tempat ideal untuk mengkonsumsi minuman keras, justru di Kota Makassar keberadaannya menjadi tempat melakukan diskusi publik yang sifatnya terbuka, demokratis, dan berlangsung santai. Di sana terdapat birokrat, anggota legislatif, pengusaha, aktivis, atau terkadang Gubernur Sulawesi Selatan dan Wali Kota Makassar (*Kompas*, 09/10/2010) ikut *nimbrung* di warung kopi tersebut.

Ngobrol-ngobrol di warung kopi itu sendiri merupakan jelmaan dalam bentuk lebih lanjut dari adat *tudang sipulung*, yang bermakna sebagai duduk berkumpul. Kebiasaan ini tergambar dalam kalimat ajakan *mae tulo bolae to sipulung* yang artinya *mari datang berkunjung ke rumah, kita berkumpul*. Meskipun kebiasaan tersebut

masih ada, terutama di Kabupaten Sindereng Rappang (Sidrap), tapi hanya terbatas membicarakan permasalahan *waktu yang tepat untuk bercocok tanam*. Berbeda dengan yang terjadi di warung kopi, di mana aneka persoalan dan solusi dibicarakan pada bingkai demokrasi yang lebih substansial. Artinya, ada kesepakatan-kesepakatan yang dihasilkan dan menjadi agenda bersama para peserta diskusi untuk menjalankan kesepakatan-kesepakatan tersebut.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa budaya diskusi *tudang sipulung* yang mengakar pada masyarakat Bugis-Makassar diangkat kembali dengan wujud yang berbeda, yakni diskusi di warung kopi di Kota Makassar. Pada konteks ilmu komunikasi, warung kopi sebagai wadah diskusi merupakan saluran yang dapat mempertemukan para peserta komunikasi. Selama Orde Baru berkuasa (32 tahun), berbagai saluran komunikasi hanya dikuasai kelompok elit. Warung kopi, yang diinisiasi kelompok LSM di Kota Makassar, merupakan saluran yang bebas dari kepentingan elit tertentu. Di warung kopi ini berbagai kepentingan disalurkan untuk mendapat kesepakatan dan kemudian berproses menjadi opini publik.

Pada konteks kekinian, budaya *tudang sipulung* pada masyarakat Bugis-Makassar dan warung kopi dipahami sebagai dunia sosial masa lalu yang berhasil 'dimodernisasi' menjadi budaya diskusi di warung kopi yang melibatkan para pihak dan dilakukan atas nama demokrasi yang lebih substantif. Hal ini misalnya dapat diamati dari kebiasaan berbagai kelompok sosial-politik di Kota Makassar yang menjadikan

warung kopi sebagai arena diskusi. Dalam sebuah kasus busung lapar yang menimbulkan korban seorang ibu hamil dan anaknya pada 2007, kelompok NGO yang bereaksi atas kasus tersebut mengadakan jumpa pers di Warung Kopi Daeng Sija'. Sebelum jumpa pers berlangsung, para aktivis NGO telah melakukan diskusi singkat di Warung Kopi Phoenam. Pada saat yang hampir saja bersamaan dengan digelarnya jumpa pers di Warung Kopi Daeng Sija', berlangsung pertemuan mahasiswa di Warung Kopi Do'toro. Warung kopi ini juga mempunyai komunitas yang relatif homogen: mahasiswa. Hasilnya, pada siang hari, kelompok mahasiswa mengadakan aksi demonstrasi memprotes peristiwa busung lapar yang telah menimbulkan korban jiwa tersebut. Pernyataan yang dikeluarkan kelompok NGO dan aksi demonstrasi mahasiswa juga mendapat pemberitaan pada berbagai media lokal. Keesokannya, Wali Kota Makassar memberi pernyataan bahwa kartu identitas (KTP) sudah tak dijadikan persyaratan untuk mendata dan memberi bantuan kepada keluarga miskin di kota tersebut.

Dari sudut pandang komunikasi dalam konteks kasus tersebut di atas maka bisa dikatakan bahwa proses diskusi yang berlangsung di warung kopi yang kemudian menghasilkan pernyataan kelompok NGO ialah proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks. Sementara itu, pada saat terjadi peliputan media maka proses yang terjadi adalah proses reproduksi, distribusi, dan konsumsi teks.

Dari peristiwa itu dapat kita lihat bahwa di Kota Makassar terdapat sebuah ruang guna melangsungkan diskusi yang melibatkan berbagai

pihak dalam rangka memengaruhi kebijakan publik, yaitu warung kopi. Dengan demikian, rasionalitas komunikasi terjadi pada warung kopi di Kota Makassar. Hal ini mengindikasikan bahwa warung kopi adalah ruang komunikasi yang rasional di antara pihak-pihak yang berkepentingan. Melalui warung kopi, kepentingan disalurkan guna mendapatkan kesepakatan yang kemudian berproses menjadi opini publik. Bahkan, tidak jarang mampu memengaruhi kebijakan publik tertentu seperti kasus busung lapar yang disinggung sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, bab-bab berikutnya dalam buku ini akan membahas secara mendalam: (1) latar belakang historis kemunculan warung kopi sebagai ruang publik alternatif di Kota Makassar sebagai tempat menyalurkan aspirasi dan pendapat; (2) bagaimana proses diskursif yang berlangsung di warung kopi itu dapat memengaruhi kebijakan publik; dan (3) siapa saja aktor yang terlibat dalam proses diskursif tersebut. Adapun pertanyaan lainnya yang menarik untuk ditelisik lebih lanjut ialah *bagaimana pola relasi para aktor di warung kopi di Kota Makassar dalam mendiskusikan kebijakan publik dan kepentingan publik*.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tersebut di atas, bab-bab yang selanjutnya di dalam buku ini harapannya secara praktis dapat mengungkap, memahami, dan juga menjelaskan peran warung kopi di Kota Makassar, motivasi aktor-aktor yang ikut terlibat dalam proses diskusi, dan menemukan konstruksi ruang publik yang ideal sebagai ruang konsensus guna mewujudkan *good governance* yang mengakar

pada budaya setempat. Sementara pada tataran teoretis/akademis, studi ini harapannya dapat menemukan bahwa pertarungan ideologi yang berlangsung di warung kopi sarat akan kepentingan pihak-pihak yang terlibat, di mana konsensus hanya bisa dicapai jika komunikasi yang berlangsung didasarkan pada prinsip rasionalitas komunikasi sebagaimana dikemukakan Habermas.

B. Studi Ruang Publik

Studi yang mengkaji ruang publik di dalam berbagai bentuknya, dilakukan antara lain oleh Sarwiti S. Prasojo. Dalam disertasinya yang berjudul *Penggunaan Ruang Publik untuk Pemecahan Masalah Sosial di Pedesaan (Studi Kasus Gerakan Sosial Taman Nasional Merbabu oleh SPPQT di Salatiga Jateng*, dengan asumsi metateori konstruktivis-kritis dan menggunakan indikator ruang publik Habermas, disebutkan bahwa kesempatan politik (perubahan dari otoriter menjadi populis), memberi peluang bagi ornop sebagai organisasi gerakan sosial dalam ruang publik untuk ikut mengambil keputusan. Ruang publik sebagai forum *rembug* tidak dapat menjadi saluran resolusi konflik. Alih-alih, ruang publik cenderung dimanfaatkan berbagai aktor yang membawa kepentingannya masing-masing.

Studi yang lainnya mengenai ruang publik dilakukan Eni Maryani. Dalam disertasinya *Resistensi Komunitas melalui Media Alternatif: Tinjauan Teori Kritis atas Radio Komunitas Angkringan sebagai Media Alternatif di Desa Timbulharjo*, dengan metateori pendekatan kritis

teori Habermas tentang tindakan komunikasi, disebutkan bahwa Desa Timbulharjo berhasil melahirkan intelektual organik yang mampu melakukan perubahan dalam komunitasnya sekaligus memperluas kesadaran kritis yang dimiliki. Lewat Radio Komunitas, masyarakat lokal dapat membangun ruang publik dalam rangka menyuarakan kepentingan komunitas. Proses produksi serta konsumsi teks radio angkringan menunjukkan kemampuan komunitas dalam melakukan resistensi. Namun demikian, di sisi lain terjadi juga proses negosiasi dengan budaya Jawa dan kebijakan pemerintah lokal setempat. Jadi, kelangsungan radio angkringan sebagai sebuah media alternatif yang terbebas dari kuasa kelompok dominan, dapat tercapai bukan tanpa kendala.

BAGIAN II

KOMUNIKASI SOSIAL (RUANG PUBLIK & MITOS DEMOKRASI)

A. Asumsi Tradisi Kritik

Para pembentuk teori dalam tradisi teori kritis menginginkan agar ilmuwan dapat bertanggung jawab dengan tidak menyederhanakan gambaran tentang dunia sosial (berpikir jika mereka akan melihat representasi/deskripsi yang merupakan langkah awal yang sangat penting dalam proses teoretisasi). Jadi, ilmuwan hendaknya bekerja sebagai agen aktif dalam membentuk kembali dan menciptakan perubahan radikal dalam kehidupan masyarakat (dalam Miller, 2005). Lebih jauh, dijelaskan bahwa teori kritis dipengaruhi oleh idealisme Jerman, sebuah tradisi yang dikembangkan oleh Imanuel Kant, yang menyebutkan bahwa manusia berada dalam suatu proses interpretif yang merupakan pusat pembentukan pengertian dalam dunia sosial.

Tokoh-tokoh lain yang berpengaruh dalam tradisi (kritis) ini ialah George Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831) yang pemikirannya difokuskan pada dua hubungan dialektis antara pengalaman subjektif

individu dan dunia luar serta ketegangan dasar pada hubungan tersebut. Hegel yang memandang manusia hidup dan menyikapi karakteristik kehidupan dari pengaruh yang konstan. Hal ini terjadi ketika proses kesadaran manusia dengan objek yang berada di dunia luar bertemu. Menurut Hegel, hubungan antara manusia dan dunia luar telah disituasikan seiring dengan perkembangan sejarah serta digantungkan kepada zaman di mana manusia tersebut hidup.

Tokoh penting lainnya ialah Karl Marx (1818-1883) yang ajarannya memberi banyak kontribusi kepada teori kritis, terutama pemikiran-pemikirannya pada periode muda (Marx muda) yang banyak dipengaruhi Hegel. Marx percaya bahwa dunia luar merupakan salah satu tempat yang telah diciptakan manusia dan dibuat seolah-olah objektif. Bagi Marx proses objektivikasi itu merupakan sumber fundamental dari alienasi (keterasingan).

Pada periode Marx tua, alienasi dimasukkan ke dalam dialektika historis, mengacu pada pertumbuhan serta perkembangan kapitalisme dan industrialisasi. Marx berbalik, berpindah dari posisinya sebagai seorang idealis yang menekankan peran manusia dalam penciptaan dunia sosial dengan penekanan kepada dialektika dan alienasi, menjadi sang penafsir dunia sosial yang lebih realistis dan materialis. Dalam konteks hubungan antara individu dengan lingkungan sosialnya, Marx tua mengembangkan suatu pandangan bahwa hubungan yang dijalin adalah nyata dan dalam bentuk material, di

mana kondisi ekonomi dalam substruktur memengaruhi faktor-faktor superstruktur, serta keduanya menyebabkan alienasi (keterasingan).

Dengan demikian, tradisi kritis dapat dibedakan dengan tradisi-tradisi lain berdasarkan pada penjelasan metateori, yaitu komitmen ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis. Dalam kaitannya dengan studi ini, peneliti berusaha memahami realitas yang diamati, yaitu proses-proses diskursif yang terjadi dalam ruang publik (warung kopi) yang merupakan realitas "semu" (*virtual reality*) yang terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi politik (*historical realism*). Keadaan tersebut merupakan euforia kebebasan akibat reformasi 1999 yang secara kultural bersinggungan dengan budaya setempat yang disebut *tudang sipulung*. Guna memahami realitas tersebut, hubungan yang terjadi antara peneliti dengan subjek yang diteliti tidak dapat dipisahkan. Artinya, peneliti merupakan aktor yang terlibat dalam subjek yang diteliti. Secara metodologis, dan dalam rangka melakukan analisis komprehensif, peneliti harus bisa menempatkan diri sebagai aktivis/partisipan. Dengan demikian, tujuan akhir buku ini adalah advokasi terhadap pelaku diskursus di warung kopi atau pengamat yang berminat (tertarik) dengan diskursus warung kopi.

Menurut Habermas (dalam McCarthy, 2006: 165-166), teori kritis bersifat empiris tanpa direduksi menjadi ilmu empiris analitis. Artinya, ia bersifat filosofis dalam pengertian kritik dan bukan dalam pengertian filsafat, bersifat historis tanpa menjadi historis, dan

bersifat praktis namun tidak dalam pengertian penguasaan potensi teknologi, melainkan dalam pengertian berorientasi pada pencerahan serta emansipasi. Lebih lanjut, Hidayat (2002: 3) menjelaskan bahwa paradigma kritis mendefinisikan ilmu sosial sebagai upaya kritis mengungkap *the real structure* di balik ilusi atau *false needs* yang dinampakkan oleh dunia materi. Tujuannya adalah membantu membentuk kesadaran sosial guna memperbaiki dan mengubah kondisi kehidupan manusia.

Secara metodologis, Kincheloe dan McLaren (dalam Denzin dan Lincoln, 2009: 180) menjelaskan bahwa seorang peneliti kritis tidak dapat menerima begitu saja data-data yang diperolehnya di lapangan sebagai fakta-fakta yang tidak dapat disangkal. Bagaimanapun juga data tersebut mewakili asumsi-asumsi tersembunyi yang harus digali dan diungkapkan oleh peneliti kritis. Artinya, pengetahuan yang dihasilkan dari dunia harus diinterpretasi serta menjadi bagian dari dunia tersebut. Apa yang disebut sebagai informasi senantiasa melibat tindak penilaian manusia. Dalam perspektif kritis, tindak penilaian ini merupakan sebuah tindak interpretif, yang mencakup pemahaman terkait hubungan antara yang partikular dengan yang menyeluruh dan antara subjek dengan objek analisis.

Sebagai teori sosial, tradisi kritis memiliki tujuh (7) ciri yang membuatnya berbeda dengan tradisi lainnya (Agger, 2007: 7-10). *Pertama*, pengetahuan bukan semata-mata refleksi atas dunia statis 'di luar sana'; ia merupakan konstruksi aktif ilmuwan dan teori yang

membuat asumsi tertentu mengenai dunia yang dipelajari, dan tidak sepenuhnya bebas nilai. Teori sosial kritis meyakini bahwa masyarakat ditandai oleh historisitasnya. *Kedua*, membedakan masa lalu serta masa kini yang secara umum ditandai dominasi, eksploitasi, dan penindasan. Teori kritis melihat relasi antara masa lalu, kini, serta depan dengan mengatakan bahwa potensi masa masa depan yang lebih baik sudah ada pada masa lalu serta kini. Akibatnya, teori ini mendorong kemungkinan kemajuan lewat aksi sosial dan politik yang intensif. *Ketiga*, mengungkap dominasi struktural. Artinya, teori ini berupaya mengungkapkan dominasi struktur untuk membantu masyarakat memahami akar global dan rasional penindasan yang mereka alami. *Keempat*, struktur dominasi tersebut direproduksi melalui kesadaran palsu manusia, dilanggengkan ideologi (Marx), reifikasi (Georg Lukacs), Hegemoni (Gramsci), pemikiran satu dimensi (Marcuse) serta metafisika keberadaan (Derrida). Pada konteks ini, teori kritis hendak mematahkan kesadaran palsu itu lantaran meyakini adanya kuasa manusia, baik pribadi maupun kolektif, untuk mengubah keadaan masyarakat. *Kelima*, (5) perubahan sosial dimulai dari rumah di dalam kehidupan sehari-hari manusia. Teori ini menghindari determinasi dan mendukung voluntarisme. *Keenam*, hubungan antara struktur dengan manusia digambarkan secara dialektis. Pengetahuan mengenai struktur mampu membantu masyarakat mengubah kondisi sosialnya, akan tetapi menolak determinisme ekonomi. *Ketujuh*, berkeyakinan bahwa manusia bertanggung jawab penuh atas

kebebasan mereka sendiri dan mencegah untuk tidak menindas sesama atas nama kebebasan jangka panjang. Pengikut teori ini menolak pragmatisme revolusioner. Kebebasan tidak bisa diraih melalui pengorbanan “pragmatis” atas kebebasan dan kehidupan.

Mengenai kualitas penelitian dalam studi ini yang dimungkinkan, karena konteks historis, sosial, budaya, ekonomi, dan politik masyarakat Sulawesi Selatan merupakan hal yang sudah lekat dalam diri penulis. Karena itu, implikasi aksiologis studi ini adalah untuk mendorong terjadinya perubahan pola relasi komunikasi ke arah yang *genuine*.

B. Komunikasi Sosial dan Ruang Publik

Penjelasan tentang apa itu komunikasi (ilmu) selalu berhadapan dengan perspektif individu yang mempelajari ilmu tersebut. Miller (2005) menjelaskan bahwa upaya untuk mendefinisikan ilmu komunikasi paling tidak berujung pada dua titik temu. *Pertama*, melihat definisi komunikasi berpusat kepada tiga konsep utama dan satu konsep tambahan. Tiga konsep utama itu: komunikasi sebagai proses, komunikasi sebagai transaksi, dan komunikasi sebagai pertukaran simbolis. Sementara konsep tambahannya mengantarai komunikasi sebagai proses serta transaksi: komunikasi interaksional. *Kedua*, titik temu yang melihat komunikasi sebagai sebuah kegiatan sosial dan komunikasi sebagai intensi. Sebagai intensi, komunikasi dimaksudkan sebagai perilaku yang disengaja. Tetapi, sejumlah ahli

tak sepakat dengan gagasan bahwa hanya perilaku yang disengaja yang dianggap sebagai komunikasi (Miller, 1996; Burgoon & Ruffner, 1978). Dalam pandangan ini, komunikasi terjadi hanya ketika ada maksud jelas dari sisi sumber komunikasi.

Miller (1996: 92) menyatakan bahwa komunikasi berlangsung dalam situasi-situasi dalam apa sebuah sumber mengalihkan pesan menuju kepada seorang penerima dengan maksud sadar guna memengaruhi perilaku. Tetapi, definisi yang diajukan Miller tersebut tidak menyimpulkan bahwa *intention* harus terwujud dengan baik agar komunikasi terjadi. Artinya, niat atau maksud pada sisi sumber adalah karakteristik pendefinisian yang menggerakkan kita dari konsep perilaku menuju konsep komunikasi.

Lebih jauh, poin penting dalam mengkonsepsikan komunikasi sebagai suatu proses sosial adalah fungsi komunikasi sebagai wahana sosial. Maksudnya, tatkala kita melihat komunikasi sebagai sesuatu yang berlangsung antara 2 orang, persoalan yang mengemuka ialah apa kontribusi komunikasi dalam hubungan itu. Studi bahasa mempertimbangkan hubungan yang ada antara tanda serta kelompok referen, dan karenanya menjadi penting mencermati dua hal berikut ini. *Pertama*, kadar sintaksis studi bahasa mempertimbangkan peraturan penggunaan bahasa dengan mempertimbangkan berbagai jenis tata bahasa. *Kedua*, kadar pragmatis studi bahasa melihat bahasa dalam penggunaan, yaitu

suatu pandangan pragmatis melihat cara-cara dalam apa kita melakukan setiap sesuatu dengan kata-kata (Austin, 1962).

Penekanan utama konsepsi komunikasi sebagai sebuah kegiatan sosial terletak pada kadar pragmatismenya, yaitu sebagai wahana untuk melakukan sesuatu. Dengan demikian, apa yang kita coba perbuat dengan komunikasi dapat bervariasi, seperti pada saat seseorang mencoba membuat orang lain memahami atau mengapresiasi pemikiran-pemikiran atau emosi-emosinya. Atau, seseorang juga dapat mencoba mengkoordinir perilaku-perilakunya dengan orang lain atau membuat orang-orang lain berperilaku dalam pola tertentu yang diinginkan. Dengan kata lain, kita tidak hanya berusaha untuk berkomunikasi, namun juga berusaha melakukan berbagai hal khusus dalam berkomunikasi. Dalam poin ini, komunikasi merupakan sebuah bagian penting dalam pemasaran sosial; melalui komunikasi kita sedang berusaha menjadi bermanfaat bagi orang-orang di sekitar kita (Miller, 2005).

Menyangkut komunikasi sosial, Fidler (2007: 1-6) menyatakan antara lain bahwa komunikasi sosial merujuk pada bagaimana cara seseorang menyampaikan informasi kepada orang lain, cara mereka berbagi informasi, bagaimana informasi diterima dan diinterpretasi. Dijelaskan bahwa presentasi diri kita depan umum sebagai bentuk komunikasi sosial, lebih menunjukkan motif sosial dibandingkan kemampuan kita dalam berinteraksi secara simbolik. Bagi Fidler, bahasa berperan penting dalam menentukan simbol-simbol ketika

berkomunikasi. Lebih jauh lagi, adalah komunikasi interpersonal, sebagai bagian dari komunikasi sosial, yang senantiasa terikat atau termotivasi pada tujuan yang berujung kepada tujuan-tujuan lainnya. Komunikasi atau diskusi-diskusi yang berlangsung di warung kopi menjadi salah satu bentuk komunikasi sosial di mana tiap partisipan berusaha memberi manfaat satu sama lain dalam rangka mencapai tujuannya masing-masing. Dalam studi ini, di mana komunikasi sosial yang terjadi di warung kopi (ruang publik) merupakan konteksnya, pendekatan teori yang digunakan adalah Teori Tindakan Komunikasi yang digagas oleh Habermas, yang menekankan pentingnya tindakan komunikasi yang *genuine*, yang diterjemahkan bermanfaat untuk sesama, tidak ada manipulasi atau tujuan-tujuan terselubung.

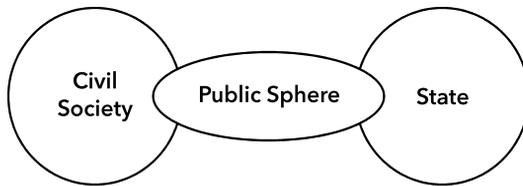
Pada 1980-an, melalui bukunya yang berjudul *The Theory of Communicative Action*, Habermas mulai memberikan perhatian khusus pada dunia sosial dengan kembali kepada konsep Durkheim, Mead, dan Schutz (Hardiman, 2003). Konsep Schutz tentang dunia kehidupan adalah dunia sosial sehari-hari, lingkungan total pengalaman individu, termasuk juga pengalaman masa lalunya. Ini adalah situasi tempat masuknya individu yang mau tak mau ditentukan secara biografis, sebagai dunia yang telah ditentukan apa adanya dan di dalamnya individu berusaha untuk merealisasikan sasaran-sasaran objektif.

Konsep Habermas tentang dunia kehidupan berkaitan erat dengan tindakan komunikatif. Melalui komunikasi, kita mampu mencapai kesepakatan teoretis atau praktis (Suseno, 2006: 223). Apa

sajakah kriteria yang digunakan untuk mencapai kesepakatan? Kita hanya dapat saling mengerti serta kemudian sepakat (mencapai konsensus) jika kita mempunyai konteks bersama. Konteks bersama sekelompok manusia itu disebut Habermas sebagai dunia kehidupan. Dunia kehidupan adalah cakrawala kesadaran yang di dalamnya terdapat baik lingkungan publik maupun pribadi (Lechte, 2007: 286-287). Ini merupakan lingkungan pembentukan identitas dan aksi komunikatif. Komunikasi merupakan aspek terpenting dari seluruh kegiatan dalam kehidupan, di mana secara ideal individu bisa mendapatkan pengakuan atas keabsahan atas semua ujaran mereka. Dunia kehidupan berfungsi sebagai konteks komunikasi; ia merupakan tandon pengetahuan dan juga anggapan yang perlu kita andaikan untuk mengambil sikap. Manusia bisa berkomunikasi satu sama lain atas dasar anggapan-anggapan yang dapat diandaikan bersama. Dunia kehidupan itu realitas sosial. Kita tumbuh ke dalamnya dalam proses sosialisasi kita, tapi bukan berarti tidak berubah, karena setiap komunikasi mengubah dan memperbaruinya. Anggapan dan penilaian-penilaian yang lama dianggap biasa, bisa dipertanyakan, dan dipastikan kembali. Jadi, berlangsunglah proses rasionalisasi dunia kehidupan secara berkelanjutan. Perubahan-perubahan sosial yang terjadi akan meningkatkan rasionalisasi dunia sosial, termasuk juga rasionalisasi dalam dunia kehidupan yang menyangkut pandangan-pandangan moral.

Habermas menyebut ruang publik sebagai semua wilayah kehidupan sosial yang memungkinkan kita membentuk opini publik (Hardiman, 2006: 123). Semua warga masyarakat pada prinsipnya boleh memasuki dunia semacam itu. Mereka sebetulnya adalah pribadi-pribadi yang tidak mempunyai kepentingan bisnis atau profesional, bukan pejabat atau politikus, namun percakapan mereka membentuk sebuah publik, karena yang diperbincangkan bukan persoalan pribadi, melainkan kepentingan umum yang dibicarakan tanpa ada paksaan. Situasi semacam itu bisa disebut sebagai publik, karena mereka punya jaminan untuk berkumpul, berserikat dan menyatakan pendapat dengan bebas.

Lebih jauh lagi, ruang publik juga dapat bersifat politis (dalam arti praktik kekuasaan) jika diskusi publik yang dilangsungkan ditujukan kepada hal-hal yang menyangkut praktik bernegara. Tetapi, ruang publik ini juga dapat menjadi sebuah kekuatan tandingan atas negara, di mana “mediasi” antara masyarakat dan negara dapat terjadi (lihat Gambar 2.1.). Dalam proses mediasi tersebut, dimungkinkan tumbuhnya lingkungan dan sekaligus suasana komunikatif yang memungkinkan demokrasi dalam masyarakat. Di dalam ruang publik inilah tindakan komunikatif yang tanpa tekanan dapat dicapai.



Gambar 2.1. Masyarakat, Negara, dan Ruang Publik

Sebagai wilayah kehidupan sosial masyarakat Sulawesi Selatan, Warung Kopi Phoenam dapat diidentifikasi sebagai ruang publik politis, yang menjadi ruang mediasi antara kepentingan negara dan masyarakat yang direpresentasikan oleh kelompok LSM. Di warung kopi tersebut, peristiwa-peristiwa diskursif yang melibatkan negara (direpresentasikan birokrat daerah dan anggota DPRD) dengan masyarakat (direpresentasikan kelompok LSM), banyak membahas berbagai isu aktual seputar permasalahan sosial, politik, dan budaya, baik yang berlangsung di tingkat lokal, regional maupun nasional. Diskusi-diskusi yang berlangsung di Warung Kopi Phoenam ada yang diagendakan secara rutin dan mendapat liputan media, dan pula diskusi yang berlangsung tanpa rencana tetapi dapat berkembang dan menjadi isu krusial sehingga mendapat perhatian berbagai pihak untuk segera menindaklanjutinya dalam bentuk diskusi yang teragendakan.

Mengamati peristiwa sosial dalam bentuk interaksi di warung kopi adalah hal yang menarik. Terlihat suasana cair pada meja-meja yang

ditata rapi pengelola warung. Seorang pengunjung, yang pada awalnya sedang asyik berdiskusi di satu meja, di saat yang lain sudah terlibat diskusi dengan pengunjung di meja yang berbeda. Para pengunjung warung sendiri berasal dari berbagai latar belakang kelas sosial. Hal ini bisa dilihat dari pakaian yang mereka kenakan. Ada yang memakai setelan safari, seragam birokrat, setelan baju-celana bahan-sepatu *fantovel*, setelan jeans-kaos-sepatu karet atau mengenakan sandal. Bahkan, ada pula yang mengenakan seragam polisi. Sementara itu, kehadiran pengunjung yang satu tidak mengganggu pengunjung lainnya yang sedang berdiskusi. Artinya, di dalam ruangan itu, diskusi berlangsung tanpa tekanan sehingga memungkinkan untuk terlaksananya tindakan komunikatif dari partisipan diskusi.

C. Teori Tindakan Komunikasi

Teori Tindakan Komunikasi (*Theory of Communicative Action*) yang digagas oleh Habermas bertujuan untuk mengatasi batas Mazhab Frankfurt. Habermas, melalui teorinya, mengemukakan perubahan dari “paradigma kesadaran” yang menyetujui dualitas Barat atas subjek dan objek menuju ke paradigma komunikasi. Paradigma ini mengkonseptualisasikan pengetahuan dan praktik sosial bukan dalam dualitas subjek-objek, namun melalui rekonseptualisasi subjek sebagai intersubjektif yang inheren. Subjek intersubjektif ini punya kapasitas primer bagi komunikasi, bukan hanya kerja.

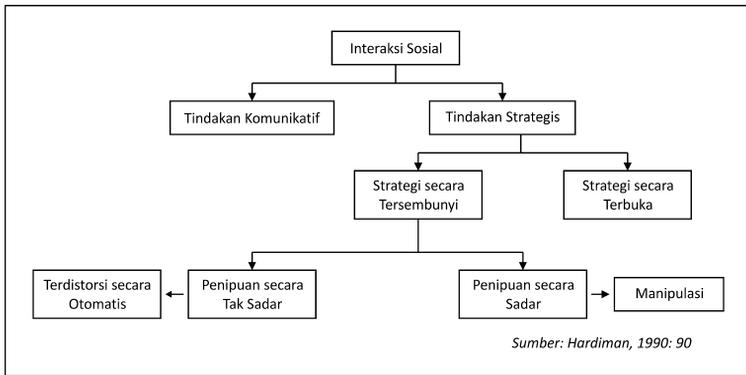
Habermas meyakini bahwa refleksi diri dan komunikasi dapat mengontrol dan merestrukturisasi masyarakat secara manusiawi. Dengan demikian, Habermas menolak pandangan Horkheimer dan Adorno. Dalam analisis keduanya mengenai rasionalitas masyarakat, Horkheimer dan Adorno mengikuti anggapan Marx jika manusia menciptakan diri dalam pekerjaan. Bagi Habermas, anggapan itu kurang memadai (Suseno, 2006: 220).

Menurut Habermas pekerjaan ialah sikap manusia terhadap alam. Manusia dalam hal ini ialah subjek aktif, sementara alam adalah objek pasif, dan hubungan antarmanusia tidak dapat dimengerti menurut pola ini. Bagi Habermas, hubungan antarmanusia adalah hubungan antara dua subjek yang sama kedudukannya, baik kedua-duanya aktif maupun pasif. Hubungan tersebut disebut sebagai interaksi, di mana interaksi memerlukan komunikasi yang disebut Habermas sebagai tindakan komunikatif. Sementara rasionalitas pekerjaan adalah rasionalitas sasaran. Sebuah komunikasi yang berlangsung dapat dikatakan rasional jika saling pengertian bisa tercapai. Itulah rasionalitas komunikatif.

Bagi Habermas (dalam McCarthy, 2004: 378-379), diskursus merupakan bentuk komunikasi yang 'aneh' dan 'tidak nyata' di mana partisipan mengikat diri mereka pada 'kekuatan argumen yang lebih baik tanpa ada paksaan' agar mampu mencapai kesepakatan apakah klaim-klaim yang diajukan valid atau tidak. Dalam proses tersebut,

keepakatan yang dicapai (yang kemudian akan menjadi pendapat umum) tidak dicapai lantaran keistimewaan yang dimiliki partisipan tertentu atau keistimewaan situasi yang dihadapi, namun semata-mata karena semua partisipan terikat dengan bukti dan kekuatan yang terkandung dalam argumen-argumen yang diajukan.

Kesepakatan yang dipandang valid itu tidak hanya berlaku bagi partisipan, tapi juga dipandang valid “secara objektif” dan valid untuk semua subjek rasional (partisipan potensial). Lebih jauh lagi, validitas tersebut hendaknya terus-menerus dipertanyakan dan diuji. Bagi Habermas (dalam McCarthy, 2004), diskursus ialah “syarat bagi yang tak bersyarat” untuk konsensus rasional. Siapa pun yang masuk dalam suatu pembicaraan, selalu sudah mengandaikan empat (4) klaim: kejelasan, kebenaran, kejujuran, dan ketepatan (pengertian bersama).



Gambar 2.2. Tindakan Komunikasi dan Tindakan Strategis

Kriteria kesepakatan atau konsensus dalam diskursus tentang suatu hal, oleh Habermas diperkenalkan prinsip penguniversalisasian “U”. Jadi, sebuah norma moral hanya bisa dianggap sah apabila akibat dan efek-efek samping yang diperkirakan akan memengaruhi pemuasan kepentingan siapa pun jika norma tersebut ditaati secara umum dan disetujui tanpa paksaan.

Untuk memastikan para pihak yang terlibat dalam diskursus menyetujui akibat serta efek sebuah kesepakatan jika diberlakukan secara universal, dapat dilakukan diskursus argumentatif bersama. Untuk itu, Habermas kemudian memperkenalkan etika diskursus “D”, yaitu hanya norma-norma yang disetujui (atau bisa disetujui) oleh semua partisipan yang dianggap sah. Sementara itu, partisipan bisa mengikuti diskursus jika ia bersedia menerima peraturan-peraturan diskursus sebagaimana berikut ini (Suseno, 2006).

- a. Setiap subjek yang bisa bicara dan bertindak boleh ikut serta dalam diskursus.
- b. Dalam diskursus:
 - 1) Setiap peserta dapat mempersoalkan setiap pernyataan.
 - 2) Setiap peserta dapat memasukkan setiap pernyataan ke dalam diskursus.
 - 3) Setiap peserta bisa mengungkapkan sikap-sikap, keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya.

- c. Pembicara tidak bisa dihalangi secara paksa dalam melaksanakan hak-haknya seperti dirumuskan pada poin a dan b sebelumnya, baik dalam diskursus maupun di luar diskursus.

D. Demokrasi

Konsep demokrasi selalu dihubungkan dengan pemerintahan kota zaman Yunani Kuno, yang diartikan sebagai pemerintahan oleh rakyat. Namun, sejalan dengan perkembangan masyarakat dan politik modern maka kata demokrasi yang tadinya ialah kata sederhana sebagai pemerintahan rakyat mengalami banyak modifikasi. Demokrasi sebagaimana pada zaman Yunani nampaknya sulit ditemukan, bahkan bisa dikatakan tidak ditemukan lagi. Menurut Awuy (dalam Parera dan Koekerist, 1999: 152-153), pengertian demokrasi tidak bisa hanya ditarik dari istilah 'rakyat' (*demos*) saja. Demokrasi pada hakikatnya merupakan modus eksistensi manusia yang menampilkan dua (2) dimensi, yaitu sebagai suatu sistem dan sebagai sikap.

Sebagai suatu sistem, demokrasi bisa dipahami melalui aturan-aturan yang disepakati bersama yang bisa meliputi berbagai unsur kehidupan sosial, misalnya ekonomi, politik, dan hukum. Dalam hal ini, manusia sebagai makhluk sosial harus bisa mengendalikan egonya, mengadaptasikan diri pada sistem yang berdasarkan kesepakatan sosial tersebut. Artinya, manusia bergerak di bawah atau di atas dari sistem tersebut. Sementara sebagai sikap, demokrasi lebih ditekankan

kepada pola pikir yang bersifat individual. Manusia mempunyai potensi berbeda satu sama lain dan potensi tersebut menunjukkan bagaimana setiap individu bebas menentukan jalan hidup, keinginan, atau cita-cita sesuai dengan potensinya itu. Kedua dimensi itu harus saling mengisi dengan prasyarat adanya saling menghargai potensi yang dimiliki setiap individu; sikap menekan/menindas orang lain, apalagi menganggap orang lain sebagai budak, tentunya bertentangan dengan jiwa demokrasi. Sebagai suatu sistem demokrasi menjamin penuh potensi yang dimiliki individu sekaligus menyediakan ruang bagi setiap manusia mengaktualisasikan potensinya tersebut.

Jadi, dalam demokrasi baik sebagai sistem ataupun sebagai sikap, tentunya dibutuhkan sikap saling menghargai (perbedaan) untuk dapat mencapai konsensus (keepakatan). Kebijakan-kebijakan yang dihasilkan pada sistem demokrasi harus mampu mengakomodir kepentingan masyarakat. Tanpa hal tersebut, sistem yang ada tidak dapat dikatakan sebagai demokrasi.

Marijan (2010: 111-113) menyatakan bahwa elemen mendasar dari sistem demokrasi adalah partisipasi, yang dibutuhkan dalam pembuatan suatu kebijakan publik. Partisipasi publik kerap kali ditekankan pada proses pembuatan sekaligus pelaksanaan keputusan publik, seperti terlibat dalam berbagai pertemuan publik, melakukan inisiatif, dan referendum. Kebijakan publik sendiri memiliki pengaruh besar untuk kehidupan masyarakat (warga negara) sehingga dalam

perumusannya dibutuhkan partisipasi publik, yang salah satunya dapat dilakukan di ruang publik.

Dalam pengantar buku karya Culla (2006: xxv), M. Ryaas Rasyid dengan jelas menyatakan bahwa sistem demokrasi yang sehat memang hendaknya mampu secara terus menerus memelihara hubungan yang harmonis dan produktif antara negara dan *civil society*. Di sini, negara tak perlu berhadapan dengan *civil society* secara antagonistik. Ruang publik, yang berada di antara negara dan *civil society*, dapat berperan penting sebagai jembatan di antara keduanya (*lihat Gambar 2.1.*). Dihubungkan dengan penjelasan pada bagian sebelumnya, dapat dikatakan bahwa demokrasi sebagai sebuah sistem merupakan paham atau ideologi yang mengatur kehidupan sosial di berbagai bidang, seperti kehidupan politik, ekonomi, budaya, dan lain sebagainya. Untuk menegakan sendi-sendi demokrasi tersebut dibutuhkan prasyarat, yakni adanya keterlibatan masyarakat dalam bentuk partisipasi dalam setiap pengambilan keputusan yang mengatur kehidupan publik. Diskusi-diskusi yang terjadi di tengah masyarakat tentang berbagai persoalan publik dapat disebut sebagai salah satu bentuk partisipasi. Diskusi ini dapat saja terjadi melalui perang opini di media atau di warung kopi. Dalam perkembangannya, arena yang sebelumnya dianggap arena ideal untuk menumbuhkan semangat demokratisasi, bisa saja dikooptasi atau dikuasai kelompok tertentu sebagai “alat legitimasi” terhadap kebijakan-kebijakan yang dihasilkan oleh kelompok tersebut.

Selama lebih dari tiga puluh tahun kekuasaan Orde Baru yang dikomandoi Soeharto, atas nama Demokrasi Pancasila serta untuk menjaga persatuan dan kesatuan, partisipasi masyarakat adalah partisipasi yang bersifat mobilisasi, bukan atas kesadaran diri. Dalam masa itu, media sebagai ruang publik, yang seharusnya bisa menjadi arena ideal bagi diskursus berbagai wacana yang berkembang dalam masyarakat, dikendalikan rezim Orde Baru. Karena itu, hanya ada beberapa media yang bisa tetap hidup karena bisa menjaga diri dari pembredelan. Obrolan-obrolan kritis di tempat-tempat publik sangat jarang ditemukan. Jika ada, aktor-aktor yang terlibat dalam obrolan atau diskusi tersebut akan mendapat label tertentu sekaligus dibatasi ruang geraknya sebagaimana dialami oleh gerakan *Petisi 88*.

Sejalan dengan bergulirnya roda reformasi untuk melakukan pembebasan, media pun bermunculan ibarat jamur di musim hujan baik itu media cetak maupun elektronik. Selama lebih dari 30 tahun, suara yang didengar masyarakat Indonesia, yang biasanya hanya "satu bunyi", mendadak menjadi beraneka ragam. Tak hanya 'do sampai do' (area publik), kadang yang tak ada di tangga nada pun menjadi ada (area privat). Sejatinya, media massa menjadi ruang bagi publik/masyarakat untuk menyampaikan segala macam gagasan, pemikiran, tentang masalah publik secara bebas untuk kemudian berproses menjadi opini publik. Persoalannya adalah masalah akses. Artinya, tak semua anggota masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses media massa. Terlebih media massa cenderung

untuk melakukan seleksi terhadap siapa yang berhak atau bisa mempunyai akses terhadapnya.

Ruang yang terbatas di media massa juga sering kali dijadikan dalih bagi ketidaktersediaan ruang bagi dunia publik. Ruang tersebut sebagian besarnya telah dikavling oleh program-program tertentu atau sudah dipesan para pengiklan. Dengan demikian, siapa pun yang memiliki kapital maka mempunyai akses lebih luas terhadap media massa dibandingkan dengan orang-orang yang tidak memiliki kapital.

Jika kenyataannya seperti itu, demokrasi tak lebih dari sekadar mitos yang dipahami sebagai “kekuasaan rakyat” tapi berbeda dalam tahap implementasinya. Demokrasi seperti ini dipahami sebagai demokrasi elitis, di mana partisipasi rakyat hanya dibutuhkan pada saat pemilu. Bahkan, sering kali partisipasi tersebut hanya partisipasi semu atau artifisial, bukan partisipasi di dalam pengertian substansial. Karena itulah, perlu diupayakan adanya ruang publik ideal, yang bebas dari kuasa, kepentingan kelompok tertentu, pengusaha dan lain sebagainya yang bisa menjadi wadah pertemuan berbagai kelompok sosial untuk mendiskusikan aneka persoalan publik dan selanjutnya menjadi opini publik yang berpengaruh terhadap kebijakan publik yang berorientasi pada kepentingan publik, kepentingan kelompok tertentu.

Dalam buku ini, demokrasi dipahami sebagai suatu sistem atau sikap yang merupakan pandangan yang menghargai perbedaan (pluralisme) serta melakukan tindakan tertentu atas dasar konsensus bersama. Artinya, sebagai sebuah sistem, kebijakan-kebijakan yang dihasilkan pada sistem demokrasi harus mengakomodir berbagai kepentingan masyarakat. Tanpa hal itu, sistem tidak bisa dikatakan sebagai demokrasi, karena demokrasi senantiasa dikaitkan dengan kepentingan umum (publik), di mana perumusan berbagai kebijakan publik harus dapat menyertakan dukungan publik, yaitu melalui penggalangan opini publik.

Pada pengantar buku karya Culla (2006: xxv), Rasyid menyatakan bahwa ruang publik adalah sebuah forum dalam kehidupan sosial warga negara di mana opini publik yang berkenaan dengan berbagai kepentingan umum dapat terbentuk secara jernih dan objektif. Di ruang publik ini dapat berlangsung berbagai tataran diskusi yang intensif tentang berbagai isu kepentingan publik. Di ruang publik itu pula pandangan kritis, keinginan dan kesepakatan masyarakat dikomunikasikan kepada negara.

E. Opini Publik

Kata *opini* bisa diartikan sebagai *pernyataan mengenai sesuatu objek*, dan kata *publik* bisa diartikan sebagai *umum* atau *orang banyak*. Secara sederhana dan umum, *opini publik* bisa diartikan sebagai *pernyataan mengenai suatu objek oleh umum atau orang banyak*.

Nimmo (1989a: 13) mengemukakan bahwa opini adalah tindakan mengungkapkan apa yang dipercayai, yang dinilai, atau diharapkan seseorang dari objek-objek dan situasi tertentu. Lebih jauh, tindakan apa pun yang bermakna adalah ungkapan opini. Adapun karakteristik opini meliputi: isi (opini mengenai sesuatu), arah (percaya atau tidak percaya, mendukung-menentang), intensitas (kuat, sedang, atau lemah) (Nimmo, 1989b: 29).

Hasil suatu diskusi dalam suatu ruang publik identik dengan opini publik. Doob (dalam Eriyanto, 1999) mengartikan pendapat umum (opini publik) sebagai apa yang dipikirkan atau pandangan dan perasaan yang berkembang di kalangan masyarakat mengenai setiap isu yang menarik perhatian rakyat yang diekspresikan dan diungkapkan. Jika tidak diekspresikan dan diungkapkan, hal itu hanya sekadar pendapat pribadi. Diungkapkan mengandung makna bahwa suatu pandangan dan perasaan yang berupa ide yang ada di dalam pikiran seseorang atau banyak orang haruslah diungkapkan dalam suatu ruang terbuka yang memberi peluang agar ide (pandangan dan perasaan) itu bisa diketahui dan menyebar. Diekspresikan berarti ide (pandangan dan perasaan) itu harus lewat mekanisme perdebatan dalam ruang yang terbuka untuk siapa pun untuk membahas ide tersebut, seperti warung kopi di Kota Makassar. Jadi, ide yang berupa pandangan dan perasaan kelompok individu tersebut bisa menjadi pandangan banyak orang atau opini publik. Dijelaskan Habermas (dalam McCarthy, 2004: 378-379) bahwa diskursus adalah satu bentuk

komunikasi yang “aneh dan tidak nyata” di mana partisipan mengikat diri mereka pada “kekuatan argumen yang lebih baik tanpa ada paksaan” dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan menyangkut valid atau tidaknya klaim-klaim (ide-ide) yang menjadi persoalan. Pada proses tersebut diandaikan apabila mewakili “konsensus rasional”, yaitu kesepakatan yang dicapai (yang kemudian akan menjadi pendapat umum-*pen*) bukan sebab keistimewaan yang dimiliki oleh partisipan tertentu atau keistimewaan situasi yang dihadapi, namun semata-mata karena semua partisipan terikat dengan bukti dan kekuatan yang terkandung dalam argumen-argumen yang diajukan. Lebih jauh, validitas kesepakatan tersebut tidak hanya berlaku bagi para partisipan, tapi juga bagi semua subjek rasional (partisipan potensial). Pada proses selanjutnya, validitas tersebut hendaknya terus-menerus dipertanyakan dan diuji. Bagi Habermas, diskursus merupakan “syarat bagi yang tak bersyarat” untuk bisa mencapai konsensus rasional.

Eriyanto (1999: 5-7) menjelaskan bahwa sejarah pendapat umum dapatlah dilacak sejak pertemuan kota, namun revolusi pendapat umum dalam pengertian modern baru dikenal pada abad ke-18. Pada era itu, suara rakyat mulai dipandang sebagai bagian penting dalam pengambilan kebijakan publik yang diwarisi hingga kini. Pada masa sebelumnya, apa yang dipikirkan serta menjadi pandangan rakyat tak digubris oleh penguasa, masyarakat tidak memiliki cara membuat pendapatnya diketahui atau diterima dalam menentukan suatu

kebijakan. Pengaruh tokoh-tokoh pemikir di periode 1650-1800, yang mengajukan gagasan pembatasan kekuasaan, memunculkan ide tentang pentingnya suara rakyat dalam mendukung pemerintah, atau rakyatlah yang memegang kekuasaan (paham demokrasi-*pen*).

Lebih lanjut, Eriyanto menjelaskan bahwa ekspresi menyatakan pendapat dari satu zaman ke zaman yang lainnya bergantung pada bagaimana paham demokrasi dan kemajuan teknologi pada zaman bersangkutan. Dalam sejarah dikenal adanya teknik mengemukakan pendapat menjadi pendapat umum, antara lain orator, cetakan, kerumunan, petisi, ruang diskusi, *coffee house*, gerakan revolusi, gerakan pemogokan, pemilihan umum, pemungutan suara tidak resmi (*straw polls*), surat kabar modern, dan *polling*. Pada pengantar buku karya Culla (2006: xxv), Rasyid menyatakan jika ruang publik adalah sebuah forum dalam kehidupan sosial warga negara di mana opini publik yang berkenaan dengan berbagai kepentingan umum, dapat terbentuk secara jernih dan objektif. Di ruang publik ini dapat berlangsung berbagai tataran diskusi yang intensif tentang berbagai isu kepentingan publik. Di ruang publik itu pulalah pandangan kritis, keinginan dan kesepakatan masyarakat dikomunikasikan kepada negara.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sebuah pemerintahan dikatakan sebagai pemerintahan demokratis manakala publik mendukungnya. Jadi, artikulasi pendapat masyarakat dalam bentuk pendapat umum menjadi sebuah keniscayaan. Melalui pendapat

umum, dapat diketahui dukungan masyarakat terhadap sebuah pemerintahan. Di samping itu, pendapat umum juga bisa dijadikan referensi atau acuan bagi pemerintahan yang sedang berjalan dalam menyusun kebijakan publik. Namun, harus ditegaskan jika pendapat umum sebagaimana yang dimaksud adalah pendapat umum yang bebas dari distorsi komunikasi dan dominasi; ia merupakan hasil dari tindakan komunikasi yang *genuine*. Pertanyaan yang selanjutnya diajukan adalah apakah pendapat umum yang demikian itu mungkin terwujud dalam pemerintahan yang demokratis? Jangan-jangan, hal itu hanya sekadar mitos yang dilanggengkan kelompok tertentu yang memanfaatkan penggalangan opini publik hanya semata-mata demi kepentingan kelompoknya sendiri? Oleh karena itu, buku ini akan mencoba menelusurinya dalam diskusi dengan berbagai pihak (yang memiliki kepentingan) di warung kopi di Kota Makassar.

F. Ruang Publik

Dalam hubungannya dengan rasionalisasi kekuasaan, Habermas pun pada gilirannya mengangkat isu demokrasi dalam arti bentuk-bentuk komunikasi umum dan publik yang bebas dari tekanan dan terjamin secara institusional (Hardiman, 2003: 128-130). Bagi Habermas, hanya kekuasaan yang ditentukan oleh diskursus publik yang kritis yang merupakan kekuasaan rasional. Diskusi seperti itu hanya mungkin dilakukan dalam wilayah sosial yang terbebas dari sensor dan dominasi. Wilayah itu disebutnya sebagai ruang publik

(*public sphere*) yang memungkinkan terbentuknya opini publik. Ruang publik ini dapat bersifat politis (dalam arti praktik kekuasaan) jika diskusi publik yang berlangsung ditujukan pada berbagai hal yang menyangkut praktik negara. Ruang publik ini adalah kekuatan tandangan terhadap negara, menjadi mediasi untuk dua pihak yang dibedakan secara analitis sebagai *negara* dan *masyarakat*. Dengan demikian, lingkungan dan suasana komunikatif yang memungkinkan bagi perkembangan demokrasi sangat mungkin dapat terwujud, sebab dalam ruang publik inilah tindakan komunikatif yang tanpa tekanan dapat dicapai.

Habermas (1997) menyatakan bahwa semua individu berhak dan memiliki hak yang sama untuk terlibat dalam ruang publik tersebut. Mereka pada dasarnya adalah individu privat, tak punya kepentingan bisnis atau politik tertentu. Mereka hendaknya memiliki jaminan bebas berkumpul dan mengemukakan pendapat, ide, serta gagasan secara bebas tanpa ada perasaan takut atau tekanan dari pihak mana pun. Bagi Habermas (1997: 27): *“The bourgeois public sphere may be conceived above all as the public sphere of private people come together as a public; they soon claimed the public sphere regulated from above against the public authorities themselves, to engage them in debate over the general rules governing relation in the basically privatized but publicly relevant sphere of commodity exchange and social labor.”*

Sementara itu, kriteria ruang publik yang diajukan oleh Habermas (1997: 105) adalah "*a domain of our social life where such a thing as public opinion can be formed (where) citizens..... deal with matters of general interest without being subjected to coercion... (to) express and publicize their views.*"

Dengan demikian, Habermas mengharapkan adanya satu kondisi di mana komunikasi dapat berlangsung bebas tanpa ada dominasi, yaitu suatu *uncoersive communication* di dalam masyarakat. Diskusi yang semacam itu hanya mungkin muncul di dalam wilayah sosial yang terbebas dari sensor dan dominasi. Wilayah itulah yang disebut sebagai *public sphere* (ruang publik).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa tindakan komunikatif dalam ruang publik adalah aksi yang mengandalkan proses kooperatif yang mana pesertanya secara serentak mengaitkan diri mereka dengan sesuatu yang ada pada sasaran, yang sosial, dan dunia subjektif yang bebas dari tekanan. Sementara dalam kaitannya dengan studi ini maka warung kopi di Kota Makassar merupakan ruang publik di mana tindakan komunikatif dilakukan yang diidealisasikan sebagai arena pertukaran wacana di antara berbagai komponen masyarakat Kota Makassar dengan tujuan mewujudkan demokrasi yang substansial, bukan semata demokrasi prosedural, sehingga dapat tercipta tata pemerintahan yang baik.

G. Hegemoni

Konsep hegemoni digunakan untuk menjelaskan relasi kekuasaan antara masyarakat dan penguasa dalam lingkaran ideologi tertentu (dalam Bocock, 2009). Secara sederhana, hegemoni bisa diartikan sebagai *kepemimpinan moral dan filosofis* yang dicapai lewat persetujuan aktif sebagian terbesar kelompok-kelompok dalam suatu masyarakat. Aliran Gramscian (dalam Artz & Kamalipour, 2003: 10) menyatakan bahwa hegemoni ialah *“process of moral, philosophical, and political leadership that a social group attains only with the active consent of other important social groups.”* Jadi, hegemoni adalah konsep yang dipakai guna menjelaskan wawasan-dunia yang bertujuan membekukan “dominasi” kelompok tertentu terhadap kelompok lainnya.

Lebih jauh, Gramsci (dalam Eriyanto, 2001: 103-108) menjelaskan bahwa kekuatan dan dominasi kapitalis tidak hanya melalui dimensi material dari sarana ekonomi dan relasi produksi, tapi juga kekuatan dan hegemoni. Jika yang pertama menggunakan daya paksa untuk membuat orang banyak mengikuti dan memenuhi syarat-syarat suatu cara produksi atau nilai-nilai tertentu, maka hegemoni meliputi perluasan sekaligus pelestarian ‘kepatuhan aktif’ (secara sukarela) dari kelompok-kelompok yang didominasi kelas-kelas penguasa melalui kepemimpinan intelektual, moral, dan politik. Hegemoni menekankan pada bentuk ekspresi, cara penerapan, dan mekanisme yang dijalankan untuk mempertahankan dan mengembangkan diri melalui

kepatuhan para korbannya sehingga membentuk pikiran mereka. Pengaruh itu berlangsung secara sadar dan berperan dalam menafsirkan pengalaman tentang kenyataan. Hegemoni sendiri mempunyai dua saluran, yaitu ideologi dan budaya.

Bekerja melalui konsensus, salah satu kekuatan hegemoni ialah bagaimana menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan (dianggap benar), sementara wacana yang lain dianggap tidak benar. Ada suatu nilai atau konsensus yang dianggap memang benar, sehingga ketika ada cara pandang atau wacana lain dianggap sebagai tidak benar. Dalam konteks ini, media (salah satu bentuk ruang publik) dapat menjadi alat untuk menyebarkan nilai-nilai atau wacana (demokrasi) yang dipandang dominan itu, untuk kemudian meresap ke dalam benak khalayak sehingga dapat menjadi konsensus bersama.

Konsensus pada konsep hegemoni berbeda dengan konsensus pada konsep rasionalitas komunikasi. Konsensus dalam proses hegemoni ialah proses persuasi, atau oleh Habermas disebut sebagai tindakan strategis atau rasionalitas bertujuan. Sementara konsensus sebagaimana dalam rasionalitas komunikasi terbentuk lewat diskusi rasional antara *interlokutor* (penutur dan penulis) yang tak memaksa satu sama lain.

Menurut Gramsci (dalam Bocoock, 2009) terdapat tiga istilah pokok yang saling berhubungan dalam formasi sosial yang membentuk landasan bagi konseptualisasi hegemoni: perekonomian, negara, dan masyarakat sipil. Konsep perekonomian mengacu pada bentuk

dominan produksi dalam sebuah wilayah pada suatu waktu, terdiri dari sarana teknis produksi serta hubungan-hubungan sosial produksi yang dibangun berdasarkan perbedaan yang di dalamnya kelas-kelas dikaitkan dengan kepemilikan sarana produksi, baik sebagai pemilik maupun pekerja. Sementara konsep negara terdiri atas kekerasan (polisi, militer) dan suatu wilayah tertentu, bersama dengan birokrasi yang didanai oleh negara. Konsep ketiga adalah masyarakat sipil, mengandung arti organisasi-organisasi lain dalam suatu formasi sosial yang tidak menjadi bagian dari proses produksi material dalam perekonomian tersebut dan bukan merupakan organisasi yang didanai negara, tetapi merupakan lembaga-lembaga yang relatif berumur panjang yang didukung dan dijalankan oleh orang-orang di luar kedua bidang tersebut.

Sementara itu, perdebatan mengenai hubungan ketiga konsep tersebut diwarnai dua pandangan, yang pertama melihat sebagai determinisme ekonomi yang kaku, di mana landasan ekonomi menentukan superstruktur ideologi yang didefinisikan sebagai terdiri atas negara dan masyarakat sipil. Posisi kedua yang melihat bahwa tiga konsep tersebut merupakan variabel independen atau otonom satu sama lain. Perekonomian sendiri beroperasi secara menentukan dan spesifik dalam konteks memengaruhi aktivitas-aktivitas negara dan masyarakat sipil, dan/atau komponen-komponen masyarakat sipil dapat menghasilkan perubahan-perubahan, dan/atau negara dapat menghasilkan perubahan-perubahan.

H. Mitos dan Ideologi

Mitos berasal dari bahasa Yunani *mythos* yang berarti *kata, ujaran, kisah tentang dewa-dewa* (Danesi, 2010: 206-207). Mitos adalah narasi yang karakter-karakter utamanya ialah dewa, pahlawan, dan makhluk mitis, plotnya berputar di sekitar asal muasal benda-benda atau di sekitar makna benda-benda, dan *settingnya* ialah dunia metafisis. Danesi menjelaskan bahwa pada awal kebudayaan manusia mitos berfungsi sebagai teori asli tentang dunia. Lebih jauh lagi, dikutip pendapat Durkheim yang menyebutkan jika mitos muncul sebagai respon-respon emosional terhadap eksistensi sosial yang kemudian menghasilkan kode moral narasi dan suatu sistem penalaran historis. Mitos dan ritual berasal dari kedua hal tersebut yang selanjutnya mempertahankan dan memperbarui sistem moral, menjaganya agar tak dilupakan dan mengikat manusia secara sosial.

Sementara Tudor (1984) menjelaskan bahwa istilah mitos (*Myth*) mengacu kepada setiap kepercayaan yang tidak berlandaskan pada kenyataan. Mitos merupakan fiksi atau ilusi, produk fantasi, *wishful thinking*, dan bukan hasil upaya yang sungguh-sungguh menggumuli dunia di mana kita hidup. Cassirer (dalam Tudor, 1984: 25-26) menjelaskan bahwa mitos ialah suatu dunia bentuk-bentuk simbolik yang koheren dan swasembada, terungkap dalam dongeng-dongeng suci, praktik-praktik totemik, magi, astrologi, dan ritual. Mitos meliputi suatu pendekatan yang total terhadap pengalaman yang menjadi karakteristik kebudayaan-kebudayaan yang sangat purba atau sangat primitif.

Lebih jauh lagi, Sorel (dalam Tudor, 1984) menjelaskan bahwa ciri suatu mitos adalah memberikan visi tentang masa depan yang membuat masa kini mempunyai makna dan praktis. Ia memberikan kepada mereka yang mempercayainya sebuah titik acuan yang tetap untuk menyatakan perasaan serta menjelaskan pengalaman mereka. Hal yang tipikal ialah bahwa setiap konflik pada masa kini dilihat sebagai suatu pendahulu dari pertarungan yang menentukan, yang ditakdirkan akan terjadi di masa yang akan datang. Lebih lanjut, dijelaskan bahwa Mitos menggambarkan masa depan, tidak sebagai tatanan sosial yang mungkin, melainkan sebagai suatu peristiwa malapetaka. Karena itu, mitos tidak mendeskripsikan tentang hal-hal, melainkan ungkapan suatu tekad untuk bertindak. Apa yang dikemukakan Sorel ini bisa dipahami dalam konteks ke-Indonesiaan, terutama mengenai ramalan *Joyoboyo* yang antara lain menyatakan bahwa akan terjadi *goro-goro* atau tragedi kemanusiaan yang akan memunculkan Ratu Adil sebagai pemimpin yang mampu membawa masyarakat menuju kemakmuran.

Bagi Barthes (dalam Fiske, 2006: 121-126) mitos merupakan cara berpikir dalam suatu kebudayaan mengenai sesuatu, yaitu cara mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu. Mitos juga merupakan mata rantai dari konsep-konsep terkait. Lebih jauh lagi, dijelaskan bahwa mitos menaturalisasi sejarah. Hal ini menunjukkan bahwa mitos adalah produk kelas sosial yang mencapai dominasi melalui sejarah tertentu. Tapi, dalam operasinya mitos menyangkal

hal tersebut dan menunjukkan bahwa maknanya alami dan tidak historis atau sosial. Artinya, mitos memistifikasi atau mengaburkan asal-usulnya. Selain itu, mitos dapat berubah dan di antaranya bisa berubah dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan perubahan dan nilai-nilai kultural dimana mitos tersebut menjadi bagian dari suatu kebudayaan. Dalam teori kritis, mitos dianggap sebagai produk kelas sosial tertentu untuk melakukan suatu dominasi. Mitos dapat dipahami sebagai pengetahuan turun temurun dari sebuah kelompok masyarakat tertentu dan dipercaya benar dengan sumber yang sebagian besarnya tidak teridentifikasi (mitis). Selain itu, mitos merupakan ide mengenai dunia kehidupan masa depan yang ada dalam alam pikir manusia sekarang.

Jadi, mitos dapat dipahami sebagai suatu pengetahuan turun temurun dari suatu kelompok masyarakat tertentu yang tampaknya bersifat irasional yang hidup dalam masyarakat tersebut dan dipercayai dengan sumber yang kebanyakan tidak teridentifikasi (mitis). Mitos juga merupakan ide mengenai dunia kehidupan masa depan yang ada di alam pikir manusia sekarang. Paham-paham yang terkait bagaimana dunia beroperasi di masa depan, atau bagaimana tatanan sosial ke depan, atau yang lebih populer disebut “ideologi”, dapat dikategorikan sebagai mitos.

Menurut Thompson (2004: 17-19), “ideologi” merupakan konsep yang memiliki sejarah panjang dan kompleks, yang menjadikan konsep ini memiliki makna ambigu, yaitu memiliki penggunaan makna yang

berbeda. Selain kesejarahan, terdapat faktor lainnya yang membuat ambiguitas konsep ideologi tersebut. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ada dua respon umum mengenai warisan ambigu konsep ideologi. Konsep pertama melihat ideologi sebagai “sistem pemikiran”, “sistem keyakinan”, atau “sistem simbol” yang terkait dengan tindakan sosial dan praktik politik. Pada konsep ini digambarkan sistem pemikiran dan keyakinan utama yang menjiwai tindakan sosial-politik, yang ditunjukkan adanya kecenderungan melihat ideologi berdasarkan istilah “isme”. Respon kedua diarahkan membuang konsep tersebut, sebab dianggap terkait erat dengan Marxisme. Konsep ini dikembangkan untuk analisis sosial dan politik.

Berdasarkan argumentasi itu Thompson menawarkan konsep ideologi dengan tetap mengadopsi respon pertama yang memfokuskan pada sekumpulan persoalan yang berkaitan dengan inter-relasi antara makna dan kekuasaan, yaitu merujuk kepada cara-cara bagaimana makna digunakan, dalam hal tertentu, untuk membangun dan mempertahankan relasi kekuasaan yang secara sistematis bersifat asimetris—disebut *relasi dominasi*. Artinya, secara luas ideologi ialah makna yang digunakan untuk kekuasaan.

Sementara itu Barker (2000: 67) menyatakan bahwa perbedaan pandangan dalam memahami ideologi dapat dilihat dalam beberapa cara sebagaimana berikut ini.

1. Pandangan dunia kelompok dominan yang menjustifikasi dan memelihara kekuasaan dan yang setara dengan kebenaran.
2. Pandangan dunia kelompok sosial yang menjustifikasi tindakan mereka dan yang setara dengan kebenaran.
3. Pandangan dunia kelompok dominan yang menjustifikasi dan memelihara kekuasaan mereka tetapi tidak dapat disetarakan dengan kebenaran: namun ia dapat menjadi subjek deskripsi ulang sehingga tidak harus diterima.
4. Pandangan dunia kelompok sosial yang menjustifikasi tindakan mereka tapi tidak dapat disetarakan dengan kebenaran: namun, ia dapat menjadi subjek deskripsi ulang sehingga tidak harus diterima.

Lebih jauh dijelaskan bahwa terlalu lemah menyetarakan konsep ideologi dengan kebenaran dan bahwa semua kelompok sosial mempunyai ideologi. Artinya, ideologi tidak bisa dilihat sebagai alat dominasi yang sederhana, tapi harus dilihat sebagai diskursus yang mengandung konsekuensi spesifik terhadap relasi kekuasaan pada semua tingkat hubungan sosial (termasuk justifikasi dan pemeliharaan kelompok berkuasa).

Dalam menjelaskan pandangan kritis mengenai ideologi, Fairclough (2005: 9) menyatakan bahwa pandangan kritis memiliki perbedaan dalam menggambarkan ideologi, yaitu sebagai suatu posisi tertentu, sikap, kepercayaan, sudut pandang, atau sejenisnya, dari

suatu kelompok sosial dengan tidak mengaitkannya pada kuasa dan dominasi dalam sebuah kelompok. Menurut Fairclough, *Ideologies are representation of many aspect of the world which can be shown to contribute to establishing, maintaining and changing social relations of power and domination between such group.*

Lebih lanjut dijelaskan bahwa ideologi bisa dikenali melalui teks. Ideologi tersebut merupakan representasi yang bisa terlihat pada relasi sosial yang merujuk pada adanya kuasa dan dominasi. Dijelaskan Fairclough (2005: 21-22) bahwa teks merupakan bagian aktivitas sosial, bukan hanya menyangkut wacana lisan atau tulisan (verbal) dalam suatu interaksi sosial atau tindakan seseorang, tetapi juga tindakan-tindakan nonverbal lainnya.

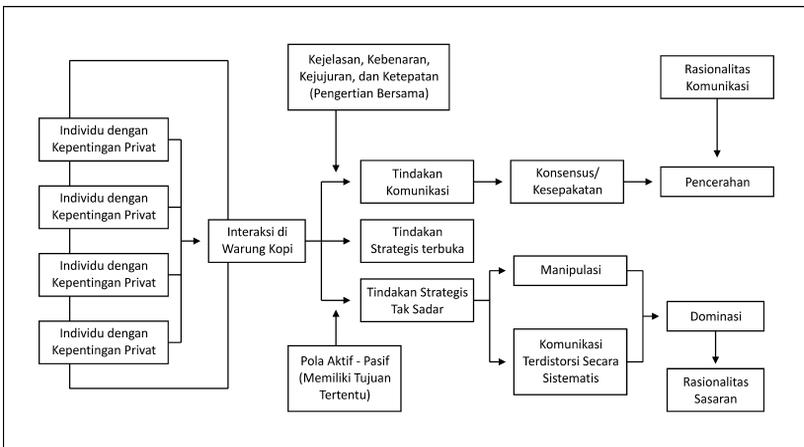
Ideologi merupakan merupakan produk kelas sosial tertentu yang dipakai sebagai alat untuk membangun dan mempertahankan relasi kekuasaan atas kelas sosial lainnya secara asimetris. Upaya itu dilakukan melalui penggunaan berbagai makna atau simbol tertentu yang mewakili ideologi tersebut dalam suatu interaksi sosial secara terus-menerus dalam suatu ruang yang mampu menghadirkan semua kelas pada suatu kelompok sosial tertentu. Apabila dikaitkan dengan studi ini maka dapat dikatakan bahwa warung kopi yang berada di berbagai tempat di Kota Makassar, sebagai suatu “ruang interaksi”, merupakan tempat ideal bagi produksi, re-produksi, distribusi, dan konsumsi makna atau simbol ideologi tertentu.

Dalam konteks ini, demokrasi bisa dikategorikan sebagai sebuah ideologi sebab mengandung makna relasi kekuasaan. Begitu juga halnya dengan diskursus yang berlangsung di warung kopi di Kota Makassar, yang oleh sebagian orang setempat dikonsepsikan dengan istilah *tudang sipulung*. Bagi masyarakat Bugis-Makassar, *tudang sipulung* dimaknai sebagai ciri dari sikap demokrasi yang melekat dalam diri individu masyarakat tersebut, karena merupakan bagian dari budaya mereka.

Berdasarkan uraian singkat tersebut, dapat dikatakan bahwa warung kopi di Kota Makassar dapat saja merupakan ruang publik yang ideal, tempat di mana para pihak membicarakan pelbagai masalah sosial, ekonomi, politik, dan budaya, dan terjadi pengenalan yang bersifat antarsubjektif terhadap keabsahan kata-kata dan kalimat (ujaran) dalam bentuk simbol-simbol yang disampaikan kawan bicara di antara partisipan yang terlibat dalam proses tersebut. Ini berarti bahwa terjadi interpretasi partisipan pada setiap kata-kata dan kalimat (ujaran) di dalam proses tersebut.

Dengan demikian, bisa dikatakan jika empat klaim (kejelasan, kebenaran, kejujuran, dan ketepatan atau pengertian bersama), terjadi dalam proses komunikasi di warung kopi sehingga diperoleh konsensus atau kesepakatan bersama. Artinya, terjadi rasionalitas komunikasi antara *state* dan *civil society*, atau berbagai pihak yang terlibat dalam diskursus tersebut, tidak lagi sebagai arena penciptaan mitos baru.

Akan tetapi, bisa saja warung kopi di Kota Makassar dijadikan ruang oleh kelompok dominan untuk melanggengkan mitos-mitos sosial, politik, budaya dan ekonomi, untuk memperkuat sekaligus melanggengkan dominasi terhadap kelompok yang lain, dilakukan melalui penciptaan simbol-simbol yang dipertukarkan dalam interaksi secara terbuka (berupa tindakan-tindakan penekanan secara fisik maupun psikologis) atau dengan sembunyi secara manipulatif (penipuan secara sadar) atau penipuan secara tidak sadar dan melakukan distorsi komunikasi.



Gambar 2.3. Kerangka Berpikir

BAGIAN III

PENDEKATAN STUDI

Garfinkel dan Sacks (dalam Coulon, 2008) menyatakan bahwa fakta sosial adalah pelaksanaan tindakan para anggota. Jadi, realitas sosial senantiasa diciptakan, bukan data yang sudah ada. Pengamatan yang cermat dan analisis terhadap proses yang dilaksanakan tersebut memungkinkan pengungkapan aturan serta prosedur dari para aktor untuk mengintepretasi secara terus-menerus realitas sosial dan menemukan perbaikan hidup.

Holstein dan Gubrium (dalam Denzin dan Lincoln, 1997) mengemukakan bahwa peneliti etnometodologi hendaknya dapat memusatkan perhatiannya pada bagaimana setiap anggota dapat menciptakan, mengolah, dan mereproduksi 'rasa' akan struktur sosial. Dengan demikian, etnometodologi menolak pertimbangan apakah aktivitas setiap anggota itu benar atau keliru. Schutz (dalam Coulon, 2008) menjelaskannya dengan membuat analogi tentang penonton

sepak bola. Singkatnya, ketika melihat jalannya pertandingan, setiap penonton akan menyatakan bahwa mereka melihat hal yang sama. Konsekuensinya, pengetahuan antarsubjek (realitas sosial) dapat saja terganggu ketika para aktor (penonton) menyatakan mereka tidak melihat hal yang sama. Akan tetapi, berkat dua “idealisisasi” yang digunakan para aktor, yaitu idealisasi tentang pertukaran sudut di satu pihak, dan idealisasi penyesuaian sistem pembeda di pihak lainnya, terbentuklah realitas. Jadi, kedua idealisasi tersebut adalah “tesis umum dari resiprokasi perspektif” yang menandai karakter sosial struktur dunia kehidupan.

Data dan Fokus Studi

Sumber data dalam studi ini adalah Warung Kopi Phoenam yang merupakan kondisi lingkungan (refleksivitas) yang menghadirkan *setting* (konteks) di mana peneliti melakukan pengamatan terhadap interaksi para aktor melalui pertukaran wacana yang dikursif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipan dan wawancara mendalam terhadap sejumlah orang yang aktif terlibat dalam proses diskusi di warung kopi. Dalam melakukan pengamatan, digunakan empat klaim validitas ujaran: (1) kejelasan (*understandability*), yaitu *aku mengungkapkan diri dengan jelas supaya apa yang mau dikatakan bisa dimengerti*; (2) Kebenaran (*truth*), yaitu *aku ingin menyampaikan sesuatu*; (3) Kejujuran (*truthfulness*), yaitu *aku mau mengungkapkan diriku*; dan (4) Ketepatan atau pengertian bersama,

yaitu *ucapanku harus sesuai dengan norma komunikasi, dan kita harus mau mencapai saling pengertian.*

Selain itu, pengamatan juga dilakukan terhadap kriteria diskursus sebagaimana berikut ini.

- a. Setiap subjek yang bisa bicara dan bertindak boleh ikut dalam diskursus.
- b. Dalam diskursus:
 - 1) Setiap peserta dapat mempersoalkan setiap pernyataan
 - 2) Setiap peserta dapat memasukkan setiap pernyataan ke dalam diskursus.
 - 3) Setiap peserta dapat mengungkapkan sikap-sikap, keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya.
- c. Pembicara tidak bisa dihalangi secara paksa dalam melaksanakan hak-haknya sebagaimana sudah dirumuskan pada poin a dan b sebelumnya, baik dalam diskursus maupun di luar diskursus.

BAGIAN IV

TINDAKAN KOMUNIKASI VS TINDAKAN STRATEGIS

A. Realitas Sosial-Historis Kota Makassar

Jika berkunjung ke Kota Makassar, selepas meninggalkan Bandara Hasanuddin, udara panas akan menerpa wajah kita. Hal ini tentunya dapat dimaklumi, lantaran kota ini secara geografis berada tepat di pinggir pantai Losari. Di luar udara panas yang menyengat, kita juga akan disuguhi pemandangan rumah makan atau deretan toko yang menjual beraneka ragam barang. Deretan rumah makan itu adalah sinyal agar pengunjung tak perlu merasa khawatir mencari tempat untuk sarapan, makan siang, atau makan malam, mulai dari rumah makan yang bertaraf kaki lima sampai dengan restoran bertaraf internasional. Karena itu, tak heran jika kota ini dikenal juga sebagai kota kuliner.

Jika melihat sejarah kota ini, pada mulanya kota ini merupakan kota niaga, dan karenanya tidak heran jika sampai kini infrastruktur

(rumah makan dan toko) menjadi pemandangan biasa. Awal kota dan bandar Makassar ada di muara Tallo, dengan pelabuhan niaga kecil di wilayah tersebut di penghujung abad ke-15.

Antara 1930-an sampai dengan 1961 jumlah penduduk semakin meningkat dari sekitar 90.000 jiwa menjadi hampir 400.000 jiwa, dan lebih dari setengahnya adalah pendatang baru yang berasal dari luar Kota Makassar. Hal ini terlihat dari pergantian nama kota menjadi Ujung Pandang berdasarkan julukan *jumpandang* yang selama berabad-abad lamanya menandai kota ini bagi orang pedalaman pada 1971. Baru pada 1999 kota ini kembali dinamai Makassar, tepatnya pada tanggal 31 Oktober. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 1999 nama Ujung Pandang diganti kembali menjadi Kota Makassar.

Kota Makassar sendiri memiliki luas wilayah 175,77 km², terdiri dari 14 kecamatan dan 143 desa/kelurahan. Batas-batas wilayahnya adalah Kab. Pangkep (sebelah Utara), Kab. Gowa (sebelah Selatan), Selat Makassar (sebelah Barat) dan Kab. Maros (sebelah Timur).

B. Arti Warung Kopi bagi Masyarakat Kota Makassar

Masyarakat Bugis-Makassar memiliki kebiasaan hidup guyub, kumpul bersama, dan bercerita, yang kesemuanya tergambar dalam kehidupan di pedalaman (pedesaan) dewasa ini. Kita bisa menjumpai ibu-ibu yang sedang berbincang-bincang sambil mencuci di sungai, meskipun pada saat ini hal tersebut sudah amat jarang ditemui. Atau

kaum laki-laki yang akan melaut di pinggiran muara sungai; mereka minum kopi dan berbincang-bincang sambil menunggu perahunya selesai dimuati barang-barang perbekalan melaut. Pada pagi, siang atau malam setelah salat Isya, orang-orang juga asyik berbincang-bincang di *lego-lego* (teras) rumahnya. Tak ada rumah yang memiliki *lego-lego* kecil; *lego-lego* tersebut berukuran luas dan minimal bisa menampung lima (5) orang dewasa dengan leluasa untuk berbincang-bincang.

Reformasi yang terjadi pada 1998 telah membawa perubahan besar dalam kebebasan di tengah-tengah masyarakat. Hal ini juga berimplikasi kepada diskusi-diskusi yang dikembangkan oleh kelompok-kelompok organisasi non-pemerintah (LSM) di berbagai kota, termasuk di Kota Makassar. Warung Kopi, yang tadinya hanya sebatas tempat berkumpul untuk membahas berbagai hal remeh-temeh, kini berubah menjadi arena diskusi teragendakan, mendalam, dan mencoba untuk menawarkan solusi atas berbagai persoalan (isu) yang sedang berkembang baik itu di tingkat lokal, regional maupun nasional.

1. Warkop Sebagai Ruang Publik di Kota Makassar

Fenomena maraknya warung kopi di Kota Makassar, terutama sejak 1998, dapat diidentifikasi sebagai ruang publik yang bersifat politis, yang menjadi ruang mediasi antara kepentingan negara dengan kepentingan masyarakat yang diwakili oleh kelompok LSM. Di warung

kopi tersebut, peristiwa-peristiwa diskursif yang melibatkan negara (direpresentasikan oleh birokrat daerah dan anggota DPRD) dengan masyarakat (direpresentasikan oleh kelompok LSM), banyak membahas berbagai isu aktual seputar permasalahan sosial, politik, dan budaya, baik yang berlangsung di tingkat lokal, regional maupun nasional. Diskusi-diskusi yang berlangsung di Warung Kopi Phoenam ada yang diagendakan secara rutin dan mendapat liputan media, dan pula diskusi yang berlangsung tanpa rencana tapi dapat berkembang dan menjadi isu krusial sehingga mendapat perhatian berbagai pihak untuk segera menindaklanjutinya dalam bentuk diskusi yang teragendakan.

Faruk M. Beta, ketika ditemui penulis di Warung Kopi Phoenam bersama beberapa tokoh LSM setempat, menyatakan bahwa laki-laki di Kota Makassar ini pada umumnya sering bertemu dan bertegur sapa dengan rekan-rekannya di warung kopi. Jika ingin ikut berbincang, dapat ikut langsung bergabung dengan perbincangan yang sedang berlangsung. Apabila hanya ingin sekadar minum kopi, ia bisa sekadar minum kopi sambil membaca koran. Topik diskusi yang diangkat pun beragam, termasuk *ayam yang tertawa* pun dapat menjadi pembahasan dalam diskusi.

Hal senada juga disampaikan Hinca Panjaitan, bahwa warung kopi (yang di tanah Batak disebut *lapo* dan terkadang diplesetkan menjadi 'lapangan politik') merupakan tempat di mana semua masalah dapat lahir sekaligus ditemukan solusi atau pemecahannya secara bijak dan

tanpa terikat aturan protokoler atau birokrasi yang berbelit-belit. Menurut Hinca, warung kopi adalah panggung tanpa batas dan tanpa diskriminasi. Syaratnya adalah kesediaan untuk berdialog dan berinteraksi. Hinca sendiri kerap kali memanfaatkan warung kopi sebagai ruang berdialog, baik dengan kandidat (legislatif, eksekutif), supir *pete-pete*, rektor, pengusaha maupun jenderal. Bagi Hinca, dialog yang berlangsung di warung kopi merupakan dialog yang indah, berkelas, dan memberdayakan.

Berdasarkan pernyataan Faruk dan Hinca, dapat dikatakan bahwa warung kopi baik di Kota Makassar maupun di tanah Batak (Sumatera Utara) bisa menjadi arena atau saluran diskusi bagi siapa pun yang memiliki pandangan tertentu yang hendak disampaikan, yang kemudian bisa saja membentuk suatu pendapat umum (opini publik) yang mungkin bisa menjadi semacam acuan bagi pemerintah dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan kebijakan tertentu.

2. Warkop sebagai Arena Demokrasi & Pengembangan Opini Publik

Perbincangan spontan (sambil lalu) dan tidak teragendakan di warung kopi sering berdampak pada kebijakan pemerintah daerah (propinsi). Hal ini misalnya dapat dilihat pada sebuah diskusi yang melibatkan berbagai elemen masyarakat, seperti staf ahli wali kota, orang dekat gubernur, direktur LSM setempat yang juga dekat dengan elit pemerintah daerah (kota dan propinsi), wartawan media cetak

(*Tribun Timur*) dan radio (Radio Celebes). Diskusi yang berlangsung tersebut membangun wacana publik yang selanjutnya dijadikan dasar dalam membuat kebijakan, yaitu pengadaan kendaraan dinas bagi Ketua dan Anggota KPID.

Selain itu, terdapat hal menarik pada warung kopi sebagai arena demokrasi yang salah satunya diperlihatkan Komunitas Meja Bundar, yang terdiri dari beberapa individu dari berbagai latar kepentingan; anggota komunitas ini sebagian besarnya adalah anggota LSM dan wartawan di Kota Makassar. Selebihnya, ada anggota parlemen, staf ahli wali kota, dan individu independen yang tidak terlibat atau berafiliasi dengan lembaga apa pun. Komunitas ini melakukan diskusi secara terjadwal; tema-tema yang mereka angkat adalah berbagai persoalan yang sedang menjadi perhatian publik di Kota Makassar. Komunitas ini, bekerja sama dengan Warung Kopi Phoenam dalam hal penyediaan fasilitas tempat diskusi dan dengan radio swasta Mercurius dalam hal menyiarkan secara langsung acara diskusi yang sedang berjalan. Pada 2010, komunitas ini menerbitkan buku berjudul *Demokrasi Warung Kopi* yang berisi obrolan-obrolan (diskusi) yang pernah mereka lakukan serta komentar tentang diskusi tersebut dari berbagai pihak.

Bagi M (seorang aktivis LSM), keberadaan komunitas ini memiliki posisi tawar tersendiri lantaran dekat dengan penguasa. Namun demikian, mereka bukan bagian dari kekuasaan. Bahkan, mereka juga mendapatkan slot acara pada Radio Mercurius yang menjadi salah

satu radio terkemuka di Kota Makassar. Menurut M, para motor penggerak komunitas ini adalah Andi Mangara, Yosi (radio), Pahir (aktivis), Husen Abdullah (RCTI), dan Noer Kroempot (wartawan media cetak). Mereka adalah alumni UNHAS dan biasa berdiskusi sejak masih di kampus yang tergabung dalam kelompok HMI. Selain Komunitas Meja Bundar, kelompok lainnya adalah Gembel (Gemar Belajar) yang merupakan kelompoknya Pak Syahrul, Kelompok Bulukunyi (kelompoknya Andi Mangara dan Pahir), kelompok Hamid Awaluddin, dan lain sebagainya. Sejak masih kuliah di UNHAS, ternyata mereka sudah mendirikan berbagai kelompok diskusi, yang dalam perjalanannya berbagai kelompok itu bersatu dan menjadi tim sukses pendukung JK-Wiranto (JK Center). Mereka sendiri basis utamanya adalah HMI dan ada banyak juga yang berasal dari KAHMI.

Penjelasan tersebut membawa kita pada suatu pemahaman bahwa warung kopi ternyata tidak steril dari tekanan atau pengaruh kelompok tertentu yang ada di Kota Makassar, baik itu tekanan atau pengaruh tersebut diperlihatkan secara tegas maupun sembunyi-sembunyi. Warung Kopi Phoenam misalnya, meskipun tidak secara tegas memperlihatkan afiliasinya pada satu kelompok tertentu, tetapi pengunjung setia warung kopi itu pada umumnya teridentifikasi berafiliasi dengan Partai Golkar. Selain itu, semua orang Makassar mengetahui bahwa pemilik Warung Kopi Phoenam, Bapak Alber, mempunyai kedekatan dengan para politisi yang berasal dari Partai Golkar. Sementara Warung Kopi Zone, yang dindingnya didominasi

oleh warna biru, pengunjungnya secara umum memang teridentifikasi berafiliasi ke Partai Demokrat. Sementara Warung Kopi Cappo pemiliknya adalah fungsionaris Partai Golkar. Adapun warung Kopi yang relatif bebas dari pengaruh partai adalah Warung Kopi 76; pengunjungnya rata-rata adalah mahasiswa, dosen, anggota LSM, wartawan, sales dan orang yang tengah berbelanja di depan warung tersebut.

3. Warkop sebagai Ruang Pengaruh Kebijakan Publik

Pada 2010-2011, salah satu LSM di Kota Makassar, YKPM, mencoba membedah kebijakan pemerintah Kota Makassar melalui sebuah program yang diberi nama "Sosial Audit". Program tersebut hanya membedah kebijakan pemerintah daerah di bidang pendidikan dan kesehatan. Melalui serangkaian diskusi di warung kopi bersama kedua dinas terkait, ditemukan berbagai kejanggalan mengenai kebijakan yang dikeluarkan di bidang kesehatan dan pendidikan. Temuan tersebut kemudian disampaikan kepada dinas terkait serta wali kota dalam sebuah diskusi di warung kopi pada bulan Maret 2010. Hasilnya ialah (1) diterbitkannya sebuah buku yang berjudul *Taktik Politik Gratis* yang berisi temuan-temuan terkait kejanggalan pada kebijakan yang dikeluarkan serta motif yang melatarbelakangi kebijakan tersebut; (2) satu bulan setelah diskusi tersebut, pemerintah daerah mengeluarkan kebijakan yang mengubah mekanisme pemberian

bantuan, yang sebelumnya diberikan lewat puskesmas atau sekolah menjadi diberikan secara langsung ke penerima manfaat.

Zohra Andi Baso, salah satu tokoh LSM di Kota Makassar serta moderator di dalam diskusi tersebut, membenarkan adanya perubahan mekanisme pemberian bantuan dari pemerintah kepada penerima manfaat program pelayanan pendidikan dan kesehatan setelah serangkaian diskusi yang dilakukan di warung kopi. Tetapi, Zohra mempertanyakan apakah perubahan kebijakan itu sepenuhnya dipengaruhi oleh serangkaian diskusi yang diadakan di warung kopi.

Sementara itu, pada pelaksanaan Pemilukada Sulawesi Selatan yang berlangsung bulan Januari 2013, pasangan Ilham Arif Sirajuddin (Wali Kota Makassar) dan Aziz Kaharmusakar, mengusung tema kampanye “9 bebas” yang dua di antaranya adalah bebas dari biaya pendidikan dan kesehatan. Dengan mengusung tema itu, mereka bisa meraih suara kurang lebih 43 persen dalam pemilukada tersebut.

4. Warkop sebagai Tempat Pelarian Masalah Domestik

Alfian Muhammad, dalam suatu perjumpaan dengan penulis di salah satu warung kopi, menyatakan bahwa *seorang suami yang pamit pergi ke warung kopi pada istrinya niscaya tidak akan mendapatkan pertanyaan lanjutan*. Sang istri biasanya sudah percaya bahwa kepergian sang suami ke warung kopi hanya untuk bertemu dengan teman-temannya dan berbincang santai melepas lelah. Namun bahayanya, bisa saja kepercayaan dari sang istri tersebut malah

disalahgunakan, misalnya untuk dapat bertemu dengan wanita lain atau semacamnya.

Hal senada juga disampaikan oleh Naryo, seorang pensiunan PNS. Dalam sebuah perjumpaan di Warung Kopi Kumala, Naryo mengatakan bahwa apa yang ingin “dibeli” di warung kopi sebenarnya adalah suasananya, bukan hanya segelas kopi. Bagi Naryo, suasana pertemuan dengan teman-teman di warung kopi adalah ajang bercerita dan melampiaskan berbagai persoalan yang dihadapi, dan akhirnya perbincangan itu dapat melahirkan solusi atau jalan keluar atas berbagai persoalan yang dihadapi.

Berdasarkan dua pernyataan di atas, kita dapat melihat betapa maklumnya kaum perempuan di Kota Makassar ketika harus memahami suami mereka yang membutuhkan “ruang” eksternal untuk merawat pertemanan. Terlebih, salah satu karakter yang menonjol pada suku-suku yang tinggal di Sulawesi Selatan adalah kesetiakawanan. Hal tersebut juga dapat dilihat dari pameo mereka: *pada idi pada elo, siaptuo sipatokkong* (meskipun kita mempunyai keinginan yang berbeda, kita harus saling menghidupi dan saling mengulurkan tangan untuk membantu). Sebab itu, pertemuan di warung kopi menjadikan mereka sebagai individu-individu yang suka berbagi kesenangan sekaligus berbagi kesulitan/penderitaan hidup. Dengan mendatangi warung kopi, pikiran kiranya bisa menjadi lebih tenang. Meskipun tak ada jaminan bahwa masalah akan terselesaikan,

setidaknya ada berbagai alternatif tindakan pemecahan masalah dari hasil pertemuan di warung kopi.

5. Warkop sebagai Ajang Bisnis

Di warung kopi di Kota Makassar, terdapat anekdot mengenai pengusaha yang mereka sebut sebagai makelar (panggilan sinisnya *pa'kappalla tallang*). Anekdote tersebut berkisah tentang pengusaha yang di pagi hari bercerita tentang *miliar*, pada siang hari bercerita tentang *ratusan juta*, di sore hari ceritanya tentang *puluhan juta*, dan di malam menjelang pulang, sang pengusaha minta dibayarkan kopinya. Di Kota Makassar, warung kopi juga dapat menjadi arena tersendiri untuk urusan bisnis, dan biasanya untuk bisnis skala kecil, sementara untuk urusan bisnis skala besar biasanya dilakukan di hotel atau kafe (orang Makassar menyebutnya *kapeh*).

6. Perempuan dan Warung Kopi

Lau Shi Fong (Vikky Lau) pernah mengingatkan sebuah fakta tentang keberadaan warung kopi *tempo dulu*. Ia menyatakan bahwa sejak dulu sampai sekarang, yang menjadi pelayan (pramusaji) selepas waktu magrib adalah laki-laki, sebab banyak juga pengunjung yang datang dan mabuk-mabukan. Kasihan kalau yang melayani perempuan. Pramusaji perempuan hanya melayani dari pagi hari sampai sore hari, setelah itu diteruskan pramusaji laki-laki.

Penjelasan tersebut membawa kita pada pemahaman bahwa warung kopi, khususnya ketika malam hari, cenderung identik dengan minuman keras. Warung kopi yang dimasuki perempuan di malam hari biasanya adalah warung kopi yang menjual mie siram. Jadi, mereka datang hanya untuk menyantap mie siram. Tapi, hampir semua warung mie siram saat ini sudah mendirikan rumah makan khusus mie siram, seperti Mie Titie.

7. Mitos *Tudang Sipulung* dan Diskusi Warung Kopi

Berdasarkan pada penelusuran terhadap istilah *tudang sipulung*, ditemukan bahwa konsep *tudang sipulung* terdapat di Kab. Sindereng Rappang (Sidrap). Istilah ini hanya digunakan secara terbatas bagi pertemuan berbagai pihak untuk membahas masalah “waktu” yang tepat untuk bercocok tanam”. Atau ritual *lau lotang*, yang pada waktu tertentu berkumpul di salah satu desa, yaitu Amparita. Pada ritual itu, masing-masing orang tidak diperkenankan untuk berbicara satu sama lain, hanya sekedar berkumpul.

Pada perkembangannya, berdiskusi berdiskusi secara demokratis sambil menikmati kopi (di warung kopi) dimaknai sebagai *tudang sipulung*. Artinya, apa yang dilakukan di warung kopi (berbincang-bincang) adalah jelmaan lebih lanjut dari adat *tudang sipulung*.

Di sisi lain, ‘penciptaan’ konsep *tudang sipulung* digunakan oleh sebagian anggota masyarakat guna menghilangkan persepsi etnis lain terhadap suku Bugis-Makassar yang keras dan cenderung agresif, yang

dipromosikan melalui berbagai pemberitaan di media televisi. Berdasarkan temuan data (wawancara) serta cerita-cerita rakyat yang berkembang, ternyata sifat cinta damai ialah karakteristik yang dimiliki suku Bugis-Makassar. Hal ini dapat ditelusuri dari cerita-cerita orang tua dulu tentang masa lalu yang disebut *mauppunene*, yang artinya kurang lebih sama dengan mendongeng. Salah satu cerita yang mengisahkan hal itu ialah bekal yang diberikan orangtua kepada anaknya yang akan pergi merantau sebagaimana dapat disimak berikut ini.

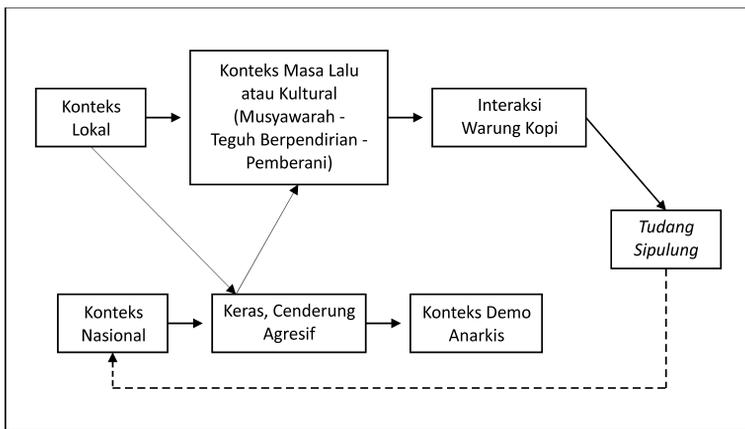
*Alkisah, seorang anak raja akan berlayar merantau ke negeri seberang. Sebelum pergi berlayar, menghadaplah sang anak raja tersebut pada ayahandanya, yang merupakan raja di wilayah tersebut. Kepada ayahandanya, sang anak meminta bekal untuk dibawa serta dalam perantauan. Sang ayah lalu berkata, "Ada tiga modal yang kuberikan kepadamu semenjak kau masih kecil. Ketiganya bisa kau manfaatkan sebagai bekal merantau: *timu'ta*, *lasota'*, dan *sibawa kawali'ta'**

Dua dari tiga bekal merantau tersebut dimaknai oleh suku Bugis-Makassar sebagai kepandaian dalam melakukan lobi (pandai berbicara) dan atau mengawini anak gadis masyarakat setempat, dan yang ketiga adalah keberanian menghadapi tantangan. Meskipun terjemahan harafiah kata *kawali* adalah *badik*, tetapi dengan ketiga bekal itulah masyarakat Bugis-Makassar merantau.

Kepandaian dalam berbicara menjadikan mereka dapat diterima di wilayah mana saja mereka menginjakkan kakinya, lalu secara umum dikenal sebagai orang yang memiliki banyak istri dan pantang menyerah menghadapi tantangan. Khusus modal yang kedua, ada anekdot yang menyebutkan bahwa kata Bugis merupakan singkatan dari *Banyak Uang Ganti Istri*.

Dengan demikian, konsep *tudang sipulung* merupakan produk sosial yang lahir melalui komunikasi sosial atau interaksi sosial di warung kopi di antara para aktor yang berasal dari kelas sosial tertentu dan terlibat di dalam diskusi. Artinya, konsep itu merupakan hasil dari konstruksi sosial yang tak dapat ditemui rujukan historisnya (tidak ditemukan lembaga sosial dalam budaya Bugis-Makassar yang disimbolkan dengan istilah tersebut. Jadi, ia hanya cerita-cerita, yang tidak secara spesifik menyatakan terdapat lembaga sosial yang berfungsi mengumpulkan para pihak untuk memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat lokal. Masyarakat Bugis-Makassar pada masa kini, yang memberikan sebutan *tudang sipulung* pada peristiwa berkumpulnya para pihak dalam warung kopi, mendapatkan konsep itu dari cerita-cerita masa lalu yang diperoleh dari mulut ke mulut lewat dongeng atau kisah *Sawerigading* yang bersumber dari cerita lontar. Akan tetapi simbol tersebut merupakan hasil transformasi kultural melalui dongeng dan kebahasaan dari aktor sosial warung kopi dalam me-nasional-kan konteks demokrasi lokal baik di Kota Makassar pada khususnya atau di Sulawesi Selatan pada umumnya.

Artinya, simbol atau konsep *tudang sipulung* merupakan jawaban terhadap suatu pertanyaan, atau bagaimana persepsi masyarakat luar terhadap situasi ketertiban dan keamanan di Kota Makassar apabila melihat pemberitaan demonstrasi mahasiswa yang cenderung tidak terkendali dan anarkis. Temuan dapat bisa dilihat pada Gambar 4.1. berikut ini.



Gambar 4.1. Proses Konstruksi Simbol *Tudang Sipulung*

C. Rasionalitas Komunikasi di Warung Kopi Kota Makassar

Menurut Habermas, ruang publik yang ideal adalah ruang publik yang bebas dari kepentingan. Lantaran bebas dari kepentingan, klaim validitas bisa dikritik secara terbuka, memungkinkan untuk mengidentifikasi serta mengoreksi kesalahan, atau setidaknya terdapat peluang “belajar dari kesalahan”. Jika hal itu dilakukan dalam level reflektif maka bentuk-bentuk argumentasi akan berubah menjadi sesuatu hal yang bisa ditransmisikan dan dikembangkan dalam suatu tradisi budaya dan dapat dimasukkan ke dalam institusi budaya yang lebih spesifik (McCharty, 2009).

Jika dihubungkan dengan studi ini bisa dikatakan bahwa warung kopi di Kota Makassar merupakan merupakan ruang yang terbuka bagi siapa pun untuk masuk dan terlibat dalam perbincangan yang sedang berlangsung. Bahkan, hanya dengan bermodal *delapan ribu rupiah*, seseorang sudah dapat menikmati suguhan warung kopi di Kota Makassar. Apabila ia berminat pada sebuah kelompok maka yang bersangkutan bisa ikut berpartisipasi baik sebagai peserta aktif (ikut dalam diskusi) maupun sebagai peserta pasif (hanya sebatas mendengarkan diskusi yang sedang berlajaj). Sekiranya pun tidak berminat, ada banyak aktivitas yang dapat dilakukan pengunjung, seperti membuka laptop, membaca koran, buku atau majalah yang tersedia, atau membuka papan catur dan mengajak pengunjung yang lainnya untuk bermain.

Semenjak era Reformasi, bermunculan banyak warung kopi yang dikelola oleh etnis Bugis-Makassar, misalnya Warung Kopi Daeng Sija, Dotorro, Cappo, Kopi Zone, Bissu, Masagena, dan lain sebagainya, yang bertebaran di setiap sudut Kota Makassar. Fenomena menjamurnya warung kopi tersebut juga tidak terlepas dari jasa Warung Kopi Phoenam, Radio Mercurius, dan kelompok LSM setempat. Pada 2000-an, Andi Mangara dan Yosi Karyadi (dari Radio Mercurius Top FM), melakukan pengamatan di warung kopi dalam rangka melakukan inovasi program siaran di radio tersebut (Mangara dan Syafei, 2008: 30). Dijelaskan bahwa warga Kota Makassar dan sekitarnya memiliki kebiasaan unik, yaitu *kongkow* di warung kopi. Berbagai hal dibicarakan, mulai dari urusan bisnis, politik, hukum, sampai hanya sekedar mengisi waktu senggang bersama teman-teman. Tak ada sekat atau perbedaan strata sosial; pembicaraan di warung kopi cenderung *blak-blakan*.

Syarifuddin Bahrum (Udin), antropolog dan sekaligus pengamat budaya di Kota Makassar, menjelaskan bahwa kebiasaan masyarakat Bugis-Makassar yang senang berkumpul memang sudah menjadi bagian dari kebudayaan mereka. Di masa lalu, sebelum pergi ke sawah/ladang, mereka biasanya singgah lebih dulu ke rumah kerabat atau tetangganya untuk sekedar bercerita mengenai berbagai hal sambil minum secangkir kopi di *lego-lego* (teras). Sebab itu muncul istilah *tudang ri lego-legoe*. Bagi yang pekerjaannya melaut, mereka akan duduk bercengkerama menikmati kopi sambil melihat para wanita

sedang mencuci pakaian di tepi sungai (saat itu kapal mereka sedang diisi perbekalan dan barang-barang dagangan).

Akan tetapi, seiring dengan modernisasi, *lego-lego* rumah di setiap rumah di Kota Makassar kehilangan fungsinya, karena sebagian rumah dibangun dengan model minimalis. Salah satu akibatnya ialah jarang bercengkrama dengan sesama tetangga; mereka justru lebih sering bertemu di warung kopi sehingga “kebiasaan” bercengkerama di *lego-lego* berpindah ke warung kopi.

Mangara dan Syafei (2008) lebih lanjut lagi menjelaskan bahwa peluang inilah yang ditangkap oleh Radio Mercurius Top FM. Suasana santai warung kopi amat cocok jika dijadikan sebagai forum diskusi dengan format penyajian yang berbeda dari biasanya. Berbagai kalangan, mulai dari birokrat, aktivis LSM, wartawan dan hingga makelar mobil, sering datang ke warung kopi meski hanya sekadar berbagi ide atau informasi. Pada bulan Maret 2002 misalnya, Radio Mercurius membuat sebuah program yang diberi nama Obrolan Warung Kopi (OWK) yang disiarkan secara langsung dari Warung Kopi Phoenam. Tema pertama yang diangkat adalah tentang Pilgub Sulawesi Selatan, dan pada tanggal 16 Mei 2002, *Harian Kompas* menurunkan berita utama dengan judul *Sambil Ngopi, Lahirlah Calon Gubernur*.

Pada sisi lain, secara “tidak sengaja” program OWK memancing berbagai LSM terkemuka di Kota Makassar untuk menyelenggarakan diskusi terbuka yang membahas berbagai persoalan regional. Terlebih, Warung Kopi Phoenam ternyata menyediakan fasilitas ruang seluas

60 meter untuk penyelenggaraan acara diskusi yang bisa dimanfaatkan oleh siapa pun. Pengunjung dapat memanfaatkan ruangan itu secara cuma-cuma, cukup membayar kopi dan makanan yang dipesan. Bahkan, acara yang diadakan di ruangan tersebut mendapat fasilitas publikasi gratis. Tetapi dalam perjalanannya, pengguna yang ingin memanfaatkan ruang tersebut dikenai biaya minimal Rp. 1.000.000 dan maksimal Rp. 2.000.000. Seiring waktu, diskusi yang diadakan tidak hanya digelar oleh kalangan LSM, tetapi juga dilakukan pemerintah daerah terutama dalam mensosialisasikan kebijakan tertentu, baik itu sebagai penyelenggara maupun sebagai narasumber.

Gambaran di atas menjelaskan betapa pentingnya peran ketiga pihak yang disebutkan dalam konteks perkembangan warung kopi di Kota Makassar. Bahkan, berkat acara-acara diskusi yang digelar tersebut, sebagian pengusaha lokal melihat adanya peluang pada bisnis warung kopi dan mulai membuka usaha warung kopi, yang juga menyediakan fasilitas ruangan untuk berdiskusi seperti yang dilakukan Warung Kopi Phoenam. Karena itu, acara-acara diskusi pun mulai banyak digelar di warung-warung kopi selain Warung Kopi Phoenam. Bahkan, fenomena itu juga menyebar ke berbagai kota di sekitar Kota Makassar: di Maros ada Cafe Trans, di Pare-Pare ada Cafe Carlos, dan lain sebagainya.

Berdasarkan pengamatan selama penelitian berlangsung, diskusi di warung kopi bisa dibagi menjadi dua macam, yaitu diskusi yang teragendakan dan diskusi yang tak teragendakan (spontan). Diskusi-diskusi yang teragendakan itu, sebagian besar difasilitasi oleh kelompok yang dekat dengan penguasa, walaupun dikatakan bukan bagian dari penguasa. Tapi, kedekatan dengan penguasa menjadikan independensi mereka dipertanyakan, meskipun kenyataannya diskusi-diskusi yang mereka gelar bertujuan memperjuangkan demokrasi yang substansial. Di samping itu, karena keterbatasan waktu yang ada maka tidak semua pendapat personal dari peserta diskusi bisa disampaikan di dalam forum. Moderator juga memilih peserta dan narasumber. Dalam proses seleksi itu, baik itu disadari maupun tidak, afiliasi kelompok serta kepentingan kelompok menjadi salah satu pertimbangan. Artinya, ada pihak yang termanipulasi atau hanya diam sambil memperhatikan keadaan di sekelilingnya untuk mengetahui opini yang dominan.

Kondisi tersebut memperlihatkan penjelasan Habermas terkait komunikasi yang terdistorsi secara sistematis. Dalam hal ini, para moderator di dalam diskusi yang teragendakan itu mempunyai perilaku tindakan rasional-bertujuan (strategis), yaitu berorientasi sukses. Gagal atau berhasilnya suatu tindakan diukur dari sejauh mana keberhasilannya dalam mewujudkan sebuah tujuan. Dalam konteks diskusi yang teragendakan di warung kopi, terlihat bahwa tujuan komunikator dalam diskusi tersebut ialah mengembangkan opini

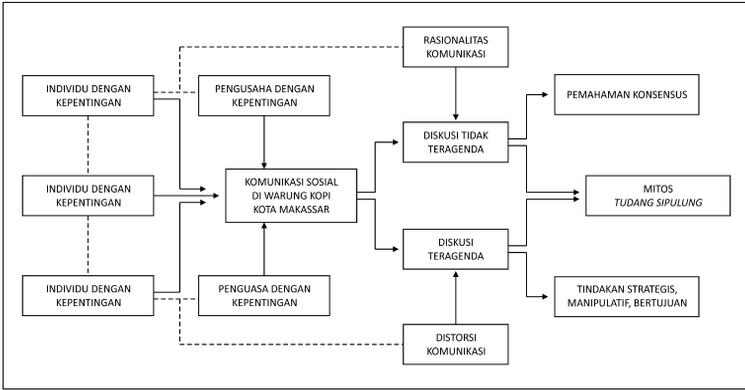
publik (di Kota Makassar), entah untuk mendukung kebijakan yang sudah diimplementasikan ataupun mendukung kebijakan yang sedang dirancang regulasinya, atau bahkan mengembangkan opini tandingan untuk memengaruhi kebijakan publik. Contohnya adalah diskusi yang berlangsung di Warung Kopi Phoenam (pada tanggal 6 Desember 2006) dalam rangka menyambut Pilgub Sulawesi Selatan (Mangara & Syafei, 2008).

Penjelasan di atas membawa kita kepada pemahaman bahwa warung kopi di Kota Makassar yang menjadi arena komunikasi sosial di wilayah tersebut, tidak bebas (steril) dari berbagai kepentingan yang terejawantahkan dalam serangkaian diskusi. Tak jarang berbagai kepentingan tersebut kerap berhimpitan; kepentingan pemerintah daerah (birokrat) dalam memperjuangkan kebijakannya supaya mendapatkan dukungan. Sedangkan dukungan dari LSM biasanya dilatarbelakangi kepentingan mengakses informasi terkait sumber-sumber pendanaan dan sekaligus kemudahan mendapatkan pendanaan dari lembaga donor internasional yang punya hubungan baik dengan pemerintah daerah setempat.

Berbeda dengan hal di atas, diskusi-diskusi tidak teragendakan, atau pertemuan spontan yang berlanjut menjadi diskusi, dapat diklasifikasikan sebagai tindakan komunikasi yang bersifat rasional. Dalam diskusi-diskusi itu para peserta diskusi dapat secara bebas dan terbuka mengungkapkan klaim validitas ujarannya berdasarkan rasionalitas dan pengalaman-pengalaman subjektif mereka mengenai

topik yang didiskusikan. Setiap peserta mempunyai kesempatan menyampaikan kritik sekaligus terbuka menerima kritik sehingga dapat mewujudkan pemahaman intersubjektif (konsensus) di antara mereka.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa diskusi-diskusi yang berlangsung di warung kopi yang ada di Kota Makassar mampu membangun opini publik baik itu yang bersifat *genuine* maupun artifisial. Artinya, terjadi dua bentuk komunikasi di warung kopi. *Pertama*, komunikasi yang bersifat rasional yang bebas dari tekanan dan pengarahannya pihak-pihak tertentu, yaitu melalui diskusi yang tak teragendakan. *Kedua*, komunikasi yang bersifat strategis (manipulatif) dan persuasif, yaitu lewat diskusi-diskusi yang teragendakan, yang dikesankan tanpa tekanan atau bebas dari kuasa kelompok-kelompok tertentu, namun sebenarnya diarahkan fasilitator yang merupakan orang-orang yang dekat dengan penguasa atau tokoh-tokoh LSM yang membawa kepentingan sendiri.



Gambar 4.2. Proses Komunikasi Sosial di Warung Kopi Kota Makassar

BAGIAN V

PENUTUP

A. Refleksi

1. Mitos Demokrasi dalam Masyarakat Bugis-Makassar

Hampir di setiap sudut Kota Makassar dapat dijumpai warung makan dan warung kopi; karena itu kota ini pun dikenal sebagai salah satu kota wisata kuliner dan kota warung kopi. Warung Kopi Phoenam merupakan salah satu warung kopi tertua yang juga merupakan *centrum* dari berbagai warung kopi yang ada di Kota Makassar. Di warung kopi ini, berbagai latar belakang berkumpul membicarakan berbagai persoalan baik bersifat regional, nasional maupun internasional. Di tempat ini, dimungkinkan bertemunya birokrat, aktivis, serta unsur masyarakat dan kelompok akar rumput yang punya kepedulian sosial-politik. Di samping itu, Warung Kopi Phoenam identik dengan kopi susu dan roti kaya yang khas (dalam Arge, 2007: 556). Ke Makassar tanpa ke Phoenam, rasanya belum ke Makassar. Dalam situasi hidup yang tegang, Phoenam bisa menjadi oase di mana “omong kosong”

dapat disalurkan dengan leluasa tanpa ada tekanan dari pihak mana pun.

Petrarta Keretji (dalam Mangara & Syafei, 2008: 13) menjelaskan bahwa ungkapan dalam obrolan warung kopi lazimnya digunakan untuk mengidentifikasi diskusi yang tidak mendalam dan dilakukan tanpa rencana sehingga menghasilkan rumusan atau kesimpulan yang juga tak mendalam. Tetapi di warung kopi (seperti di Phoenam) banyol dan cerita umum dapat disisipi diskusi serius dan kerangka solusi terhadap permasalahan serta tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan negara. Bahkan, bagi pendengar atau pengamat yang baik, obrolan tersebut dapat memberikan arahan sekaligus masukan atas harapan dan kecemasan yang hadir di tengah-tengah masyarakat.

Sementara itu, para awak pers juga sering kali mendapat informasi sebagai bahan berita melalui diskusi atau pembicaraan yang dilakukan di warung kopi itu. Misalnya kasus “busung lapar” pada 2011 yang melanda salah satu wilayah di Kota Makassar. Berawal dari informasi yang didapat salah satu aktivis LSM di Kota Makassar, yang berkembang menjadi bahan pembicaraan hingga akhirnya dimuat di berbagai media cetak, termasuk di media TV nasional.

Dari peristiwa itu dapat kita lihat bahwa di Kota Makassar terdapat sebuah ruang guna melangsungkan diskusi yang melibatkan berbagai pihak dalam rangka memengaruhi kebijakan publik, yaitu warung kopi. Dengan demikian, rasionalitas komunikasi terjadi pada warung kopi di Kota Makassar. Hal ini mengindikasikan bahwa warung kopi adalah

ruang komunikasi yang rasional di antara pihak-pihak yang memiliki kepentingan.

Sementara itu, dari sudut pandang komunikasi, dapat dikatakan bahwa diskusi yang berlangsung di warung kopi yang menghasilkan pernyataan kelompok NGO adalah proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks, sementara pada saat terjadi peliputan media maka proses yang terjadi adalah proses reproduksi, distribusi, dan konsumsi teks.

Warung kopi di Kota Makassar awalnya dihubungkan dengan tempat *kongkow-kongkow* dan sering kali dikonotasikan sebagai tempat ideal untuk kaum pria mengkonsumsi minuman keras. Namun, seiring dengan perkembangan politik di Indonesia, fungsi warung kopi kemudian mengalami perubahan menjadi tempat di mana diskusi-diskusi terkait kebijakan publik, persoalan politik, sosial-budaya, baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional, menjadi bahan atau topik perbincangan dalam komunitas warung kopi tersebut. Jika diamati secara sekilas, akan ditemukan bahwa siapa pun yang berminat pada wacana dan tema yang tengah diperdebatkan bisa terlibat dalam proses diskusi tersebut. Akan tetapi, tak dapat dipungkiri bahwa beberapa di antara mereka adalah pelanggan tetap warung kopi, seperti tokoh LSM setempat, wartawan lokal, anggota legislatif atau birokrat (pejabat pemerintah daerah).

Dari penjelasan tersebut dapat terlihat bahwa perubahan sosial (menuju arah yang lebih baik) yang terjadi di Kota Makassar seakan-akan identik dengan perkembangan warung kopinya. Dalam kaitannya dengan perubahan sosial (atau modernisasi), Teori Kritis melihat proses ini sebagai suatu proses yang berkembang dan menyebarnya rasionalitas manusia Barat ke berbagai segi kehidupan serta tingkah laku sosial yang disebut rasionalisasi (Hardiman, 2003: 73-78). Penganut Teori Sosial (Adorno, Horkheimer, Marcuse) menjelaskan bagaimana proses rasionalisasi masyarakat bermuara pada tragedi besar. Karena mendewakan rasionalitasnya yang semula dianggap memberikan otonomi serta kebebasan, manusia dewasa ini justru terperangkap dalam jaringan birokrasi yang impersonal dan telah kehilangan arti dan aspirasinya sebagai makhluk yang bermartabat. Rasionalitas manusia yang semula sangat kritis terhadap mitos-mitos tradisional, malahan menjadi mitos atau ideologi baru yang total dalam bentuk ilmu pengetahuan dan teknologi, termasuk di dalamnya paham-paham politik tertentu. Mereka beranggapan dalam proses ini tidak berlaku rasionalitas yang dicita-citakan manusia, yang telah memberi kebahagiaan dan otonomi. Sebaliknya, di dalam selubung rasionalitas, sebuah kekuasaan politis sedang menindas masyarakat yang justru terjadi melalui proses rasionalitas tersebut.

2. Komunikasi vs Strategi di Ruang Publik

Warung kopi di berbagai kota besar di Nusantara, mulanya dikenal sebagai tempat “nongkrong” kaum pria dewasa untuk membicarakan berbagai hal, mulai dari hal-hal ringan dan bersifat privat sampai pada hal-hal yang berat dan bersifat publik. Di Kota Makassar, sekitar tahun 60-an sampai 80-an, warung kopi dikenal sebagai tempat para lelaki melepas penat sambil mengkonsumsi minuman keras. Seiring waktu dan perkembangan isu demokratisasi di Indonesia, beberapa kelompok LSM di berbagai kota besar (seperti Banda Aceh, Bengkulu, Pontianak, dan Makassar), menjadikan warung kopi sebagai tempat untuk mendiskusikan ragam persoalan.

Reformasi yang terjadi pada 1998 telah membawa perubahan besar dalam kebebasan di tengah-tengah masyarakat. Hal ini juga berimplikasi kepada diskusi-diskusi yang dikembangkan oleh kelompok-kelompok organisasi non-pemerintah (LSM) di berbagai kota, termasuk di Kota Makassar. Warung Kopi, yang tadinya hanya sebatas tempat berkumpul untuk membahas berbagai hal remeh-temeh, kini berubah menjadi arena diskusi yang teragendakan, mendalam, dan mencoba untuk menawarkan solusi atas berbagai persoalan (isu) yang sedang berkembang baik itu di tingkat lokal, regional maupun nasional.

Bagi orang Bugis-Makassar sendiri, kebiasaan mendiskusikan berbagai hal sudah menjadi bagian dalam keseharian. Artinya, hal ini sudah mengakar di dalam budaya mereka. Jika ditelusuri lebih lanjut,

dalam budaya Bugis-Makassar dikenal budaya pertemuan yang melibatkan berbagai pihak, yaitu *tudang sipulung*. Dalam pertemuan tersebut, berbagai isu atau peristiwa yang terjadi dibahas dan dicarikan solusinya. Alkisah, pada suatu waktu (Said, 2008), masyarakat Bugis-Makassar mengalami gagal panen. Berkumpullah para pihak untuk membicarakan masalah tersebut dan mencari solusinya. Ternyata, ditemukan bahwa *biang* masalah adalah anak raja, dan jalan keluarnya adalah memberikan hukuman yang seadil-adilnya terhadap anak raja tersebut. Kisah lainnya mengenai *tudang sipulung*: pada suatu masa, masyarakat Bugis-Makassar mengalami rentetan bencana selama satu tahun penuh. Berkumpullah para pihak untuk membicarakan persoalan itu serta mencari solusi yang bisa disepakati bersama. Hasilnya adalah kesimpulan bahwa anak raja telah melakukan banyak kesalahan selama masa pemerintahannya. Solusinya ialah menurunkan sang raja dari kursi kekuasaannya, dan disepakati jika penggantinya bukan dari keturunan raja tersebut, melainkan saudara misannya.

Ngobrol-ngobrol di warung kopi sendiri merupakan jelmaan dalam bentuk lebih lanjut dari adat *tudang sipuling*, yang bermakna sebagai duduk berkumpul. Kebiasaan ini tergambar dalam kalimat ajakan *mae tulo bolae to sipulung* yang artinya *mari datang berkunjung ke rumah, kita berkumpul*. Meskipun kebiasaan tersebut masih ada, terutama di Kabupaten Sindereng Rappang (Sidrap), namun hanya terbatas membicarakan persoalan *waktu yang tepat untuk bercocok*

tanam. Berbeda dengan yang terjadi di warung kopi, di mana ragam persoalan serta solusi dibicarakan pada bingkai demokrasi yang lebih substansial. Jadi, ada kesepakatan-kesepakatan yang dihasilkan serta menjadi agenda bersama peserta diskusi untuk menjalankan kesepakatan-kesepakatan tersebut.

Menurut Said (2008: 51), cara orang Bugis (termasuk Makassar-*pen*) mempertahankan tradisi adat mereka bisa dijumpai dalam kehidupan keluarga dan kerabat serta di dalam interaksi sosial di tengah masyarakat, yang ditandai dengan keteguhan memegang hasil kesepakatan (*konsensus-pen*) dan konsekuen terhadap yang telah diucapkan, serta berani menghadapi segala macam tantangan yang merugikan harkat dan martabat kemanusiaan.

Berdasarkan uraian singkat di atas, dapat dikatakan bahwa Warung Kopi di Kota Makassar, lebih spesifik lagi Warung Kopi Pheonam, dapat menjadi ruang publik yang ideal di mana para pihak bisa membicarakan pelbagai masalah sosial, ekonomi, politik, budaya di mana berlangsung pengenalan antarsubjektif terhadap keabsahan kata-kata dan kalimat (atau ujaran) dalam bentuk simbol-simbol yang disampaikan kawan bicara di antara partisipan yang terlibat dalam proses tersebut. Ini berarti bahwa terjadi interpretasi partisipan pada setiap kata-kata serta kalimat (ujaran) pada proses tersebut. Jadi, bisa dikatakan bahwa empat klaim (**kejelasan, kebenaran, kejujuran, dan ketepatan atau pengertian bersama**), terjadi dalam proses komunikasi di warung kopi tersebut sehingga tercapai konsensus

bersama dan tercipta rasionalitas komunikasi antara *state* dan *civil society*, bukan sebagai arena penciptaan mitos baru. Jika yang terjadi sebaliknya, dapat dikatakan bahwa Warung Kopi Phoenam ialah media masyarakat sipil (yang direpresentasikan oleh kelompok-kelompok LSM setempat) dalam melakukan hegemoni tandingan atas kekuatan kekuasaan formal.

Namun demikian, kelompok dominan dapat saja menjadikan warung kopi sebagai ruang dalam rangka melanggengkan mitos-mitos budaya, politik, ekonomi dan sosial untuk memperkuat serta melanggengkan dominasi terhadap kelompok lainnya, yang dilakukan lewat penciptaan simbol-simbol yang dipertukarkan dalam interaksi, baik yang dilakukan secara terbuka (fisik atau psikologis) maupun yang dilakukan secara tersembunyi (penipuan secara sadar atau tidak sadar dengan cara melakukan distorsi komunikasi).

Apabila dikaitkan dengan teori rasionalitas komunikasi Habermas, temuan ini menjelaskan bahwa diskusi-diskusi teragendakan yang berlangsung di warung kopi Kota Makassar dijalankan oleh aktor atau pelaku tindakan rasional-bertujuan (strategis) yang berorientasi pada sukses. Gagal atau berhasilnya suatu tindakan diukur dari sejauh mana keberhasilannya dalam mewujudkan sebuah tujuan yang juga dikategorikan dalam interaksi sosial, tapi dalam hal ini interaksi tidak bersifat *genuine*. Tujuan dari diskusi atau interaksi ini cenderung memajukan kepentingan kelompok tertentu, misalnya aktivis LSM, pemerintah, atau mantan aktivis yang dekat dengan pemerintah tapi

bukan bagian dari pemerintah. Adapun tujuannya adalah menggalang opini tertentu dalam masyarakat untuk mendukung kebijakan atau program yang digulirkan. Bahkan, warung kopi juga digunakan sebagai ajang kampanye para kandidat yang mengikuti Pilkada.

Menurut Habermas, dalam suatu interaksi, para pelaku tindakan strategis bisa dengan sadar menipu pihak lain sehingga yang terjadi adalah manipulasi. Tapi, dalam interaksinya pelaku bisa secara sadar menipu diri mereka sendiri seakan-akan tidak bertindak secara strategis sementara menampakkan diri mereka seolah-olah ingin mencapai saling pemahaman. Jika ini yang terjadi, yang kemudian terjadi adalah apa yang disebut *komunikasi yang terdistorsi secara sistematis*.

Habermas menyatakan bahwa semua wilayah kehidupan sosial yang memungkinkan kita membentuk opini publik disebut sebagai ruang publik. Karena itu, warung kopi di Kota Makassar dapat disebut sebagai salah satu bentuk ruang publik, dan semua warga masyarakat pada prinsipnya bisa memasuki dunia seperti itu. Mereka sebetulnya adalah pribadi-pribadi yang tak punya kepentingan bisnis, bukan pejabat atau politisi, tetapi percakapan mereka membentuk suatu publik, karena yang mereka perbincangkan bukan persoalan pribadi, namun yang terkait dengan kepentingan umum yang dibicarakan tanpa ada paksaan. Kemudian dalam situasi itu berlaku sebagai publik, karena mereka punya jaminan berkumpul serta berserikat secara

bebas dan menyatakan pendapat atau mengumumkan opini mereka secara bebas pula.

Apabila dihubungkan dengan temuan hasil studi ini, khususnya dalam konteks diskusi yang teragendakan, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan apa yang disebut ruang publik sebagai arena diskusi yang bebas dari kuasa dan ragam kepentingan. Dengan demikian, warung kopi di Kota Makassar menjadi semacam arena bertemunya kepentingan berbagai pihak yang memperjuangkan kepentingan mereka masing-masing dengan berbagai cara, yang dalam hal ini manipulasi sangat mungkin terjadi apabila para aktor yang terlibat dalam diskusi melakukan teknik-teknik persuasi dalam memengaruhi aktor lainnya. Biasanya, aktor memakai analogi, statistik, kesaksian, kutipan, muslihat atau semua teknik tersebut. Adapun hal lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan mengumbar janji tertentu sebagai iming-iming kepada aktor lainnya agar yang bersangkutan mengikuti ide/pendapat aktor yang bersangkutan. Atau, interaksi para aktor tersebut secara sadar menipu diri sendiri seolah-olah sedang bertindak strategis sementara menampakkan diri mereka seolah ingin mencapai saling pemahaman. Dalam proses diskusi ini, argumentasi yang dikemukakan oleh aktor bersangkutan terkesan logis, namun tidak memberi ruang dan peluang kepada para aktor lainnya untuk mengkritisi ide/gagasan yang telah dikemukakannya, atau dalam bahasa Habermas ialah *komunikasi yang terdistorsi secara sistematis*.

Tetapi, dalam konteks diskusi atau bincang-bincang yang bersifat spontan, terjadi tindakan komunikasi yang bersifat rasional atau komunikasi yang *genuine*. Interaksi komunikasi yang bersifat *genuine* adalah interaksi yang dilakukan dalam tindakan-tindakan komunikatif; pelaku tindakan komunikatif mempunyai orientasi pada pencapaian pemahaman. Dalam hal ini, sukses bukanlah sebuah ukuran, dan tindakan ini tak egosentris. Keberhasilan tindakan terlihat pada tercapainya saling pemahaman di antara para komunikator.

Terlepas dari temuan-temuan dalam studi ini tentunya tak bisa dipungkiri bahwa kehadiran warung kopi di Kota Makassar sebagai bagian dari ruang publik, yaitu arena bertemunya ragam kepentingan dan tempat pengujian atas validasi ujaran berbagai kelompok kepentingan, telah memberikan ruang pada kelompok-kelompok yang selama ini mempunyai akses terbatas atau bahkan sama sekali tak mempunyai akses untuk menggunakan media konvensional seperti majalah, radio, koran, dan televisi. Kelompok ini seakan menemukan oase di gurun pasir (warung kopi) sebagai tempat untuk menyampaikan sekaligus memperjuangkan berbagai kepentingan yang selama ini selalu diabaikan. Artinya, masyarakat Kota Makassar telah mengalami transformasi, yang salah satunya ditandai dengan meningkatnya partisipasi kelompok yang selama ini dipandang remeh oleh penguasa, yaitu LSM dan media untuk melakukan diskusi-diskusi rasional yang bersifat publik. Selain itu, fenomena ini tidak terlepas dari bergulirnya roda reformasi di Indonesia, yang berhasil membawa

perubahan kepada kebebasan untuk berkumpul, berserikat dan mengemukakan pendapat.

Sisi positif kehadiran warung kopi sebagai arena diskusi publik bisa dilihat sebagai *trigger* terhadap diskusi-diskusi tentang kebijakan publik yang diharapkan dapat menyentuh kepentingan publik, yang selama era Orde Baru tidak mungkin untuk dilakukan, atau bahkan nyaris tak diperkenankan. Akan tetapi, serangkaian diskusi tersebut dapat saja membawa kepentingan kelompok tertentu, khususnya kelompok penguasa (untuk melanggengkan kekuasaan). Karena itu, analisis lebih lanjut mengenai bagaimana kelompok-kelompok LSM tersebut memanfaatkan warung kopi sebagai ruang publik untuk melakukan perlawanan terhadap hegemoni suatu kelompok penguasa, menjadi penting untuk dilakukan. Jika kelompok LSM yang disebutkan tersebut tidak berhasil atau gagal mengupayakan hegemoni tandingan, atau bahkan menjadi bagian dari kelompok yang mengendalikan kuasa maka yang terjadi ialah semakin kuatnya cengkeraman kelompok hegemoni tersebut sehingga tidak akan terjadi pluralisme opini.

B. Advokasi

1. Teoretis

Secara teoretis dan dalam kaitannya dengan studi ini, ditemukan fakta yang mendukung teori rasionalitas komunikasi Habermas sebagaimana ditunjukkan dalam diskusi atau interaksi yang tidak

teragendakan yang berlangsung di warung kopi. Akan tetapi, pada interaksi komunikasi/diskusi yang teragendakan, hal yang terjadi ialah komunikasi yang terdistorsi secara sistematis. Dalam perspektif teori kritis, pelaku tindakan strategis senantiasa dikaitkan dengan 'kelas pemilik modal' atau bekerja sama dengan pihak penguasa. Selain itu, dalam temuan penelitian ini, ternyata pihak LSM juga punya kepentingan guna melakukan distorsi komunikasi dalam warung kopi, terutama untuk mendapatkan dana dari pihak-pihak tertentu, seperti dari penyandang dana asing (*funding*) yang tidak lain adalah perpanjangan tangan dari para pemilik kapital di Amerika Serikat atau Eropa. Berdasarkan penjelasan tersebut, saran teoretis yang diajukan adalah diperlukannya perspektif teori kritis guna memahami gejala interaksi komunikasi (disusi) yang berlangsung di warung kopi di Kota Makassar untuk melihat kepentingan yang bermain dalam ruang publik (warung kopi) tersebut.

2. Metodologis

Secara metodologis, penggunaan sudut pandang etnometodologi dalam sebuah penelitian mensyaratkan kemampuan peneliti untuk mendapat pemahaman lokal tentang kejadian-kejadian spesifik serta kelompok-kelompok sosial spesifik, karena realita tersusun secara sosial. Kaum interpretif percaya bahwa pemahaman ini dapat dicapai hanya dari sudut pandang pelaku, dan untuk memperoleh sebuah pemahaman, seorang peneliti harus berusaha meminimalisir jarak

yang ada antara yang mengetahui dan yang diketahui, dan temuan-temuannya tersebut merupakan penciptaan interaksi antara periset dan komunitas. Ini memerlukan “penelitian dari dalam” di mana seorang peneliti harus menceburkan dirinya ke dalam latar sosial, mengkombinasikan pengamatan sekaligus wawancara dengan pengalaman pribadinya di lapangan. Menurut Weber, hasil dari penelitian ini adalah pemahaman atau apa yang disebut *verstehen* yang bersifat lokal. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan teman-teman LSM, ternyata di Indonesia ada banyak warung kopi sejenis yang tersebar mulai dari Aceh sampai Irian Jaya. Jika melihat keberadaan warung kopi di hampir seluruh kota besar di Indonesia, menjadi penting untuk mengetahui dan menjelaskan komunikasi sosial di warung kopi pada lingkup nasional dengan menggunakan pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif.

3. Sosial-Praktis

Secara praktis, kesadaran rasional komunikasi dari para aktor komunikasi di warung kopi perlu ditumbuhkan, khususnya mengenai arti penting warung kopi sebagai arena komunikasi sosial yang salah satunya bisa digunakan sebagai sarana menjangkau opini publik yang *genuine* sehingga kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dapat merepresentasikan aspirasi masyarakat Kota Makassar.

Selain itu, dengan memperhatikan budaya *ngopi* di Nusantara, secara kasat mata terlihat bahwa sebaran warung kopi sebagaimana

ditemui di Kota Makassar, juga terdapat di kota-kota besar lain dengan variasi yang berbeda, mulai dari Aceh sampai Irian Jaya. Artinya, tradisi minum kopi dapat dikatakan telah membudaya sebagai saluran komunikasi serta menjadi kebutuhan mendasar. Tampilan warung kopi yang bersahaja memungkinkan interaksi yang terjadi bersifat lebih cair tanpa mementingkan kelas dan kedudukan sosial. Dari ruang publik tersebut diharapkan dapat terbangun peradaban yang toleran dan santun.

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, Ben. 2007. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Arge, Rahman. 2007. *Permainan Kekuasaan*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies: Theory And Practice*. Sage Publications.
- Coulon, Alain. 2008. *Etnometodologi*. Jakarta: KSK & Yayasan Lengge Mataram.
- Culla, Adi Suryadi. 2006. *Rekonstruksi Civil Society: Wacana dan Aksi Ornop Indonesia*. Jakarta: YLBHI, WALHI & LP3ES.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvonna S. (eds.). 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eriyanto. 1999. *Metodologi Polling: Memberdayakan Suara Rakyat*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, Norman. 1998. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Fairclough, Norman. 2005. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Routledge.
- Fauzi, Ibrahim Ali. 2003. *Jurgen Habermas*. Jakarta: Teraju.
- Fiedler, Klaus (ed.). 2007. *Social Communication*. Psychology Press.
- Fiske, John. 2006. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Habermas, Juergen. 1975. *Legitimation Crisis*. Beacon Press.
- Habermas, Jurgen. 1997. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into A Category of Bourgeois Society*. Polity Press.
- Habermas, Jurgen. 2007. *Teori Tindakan Komunikatif (Jilid 1): Rasio dan Rasionalitas Masyarakat*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Habermas, Jurgen. 2008. *Teori Tindakan Komunikatif (Jilid 2): Kritik atas Rasio Fungsionalis*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

- Hardiman, F. Budi. 1990. *Kritik Ideologi: Menyingkap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hardiman, F. Budi. 2003. *Menuju Masyarakat Komunikatif: Ilmu, Politik, Masyarakat & Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayat, Dedy N. 2002. *Paradigma dan Metodologi Penelitian*. Makalah Pelatihan Riset Komunikasi (disampaikan pada 20-23 Agustus 2002). Jakarta: Pusat Kajian Komunikasi FISIP UI.
- Juliawan, B. Hari. 2003. "Ruang Publik Habermas: Solidaritas Tanpa Intimitas." *Jurnal Basis*, No. 11-12 Tahun Ke -53.
- Latif, Yudi dan Ibrahim, Idi Subandi (eds.). 1996. *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*. Bandung: Mizan.
- Lechte, John. 2007. *50 Filsuf Kontemporer: dari Strukturalisme sampai Postmodernitas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lipmann, Walter. 1998. *Opini Umum: Antara Rekayasa dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2009. *Teori Komunikasi* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Humanika.
- Magnis-Suseno, Franz. 2006. *12 Tokoh Etika Abad ke-20*. Yogyakarta: Kanisius.

- Mangara, Andy dan Mohammad Syafei. 2008. *Demokrasi dari Warung Kopi*. Makassar: Gora Pustaka Indonesia & Bhakti.
- Marijan, Kacung. 2010. *Sistem Politik Indonesia: Konsolidasi Demokrasi Pasca Orde Baru*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McCarthy, Thomas. 1994. *The Critical Theory of Jurgen Habermas*. The MIT Press.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Miller, Katherine. 2005. *Communication Theories: Perspectives, Processes, and Contexts*. McGraw-Hill.
- Nimmo, Dan. 1989 (a). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 1989 (b). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Parera, Frans M. dan T. Jakob Koekerits (eds.). 1999. *Reformasi Kehidupan Bernegara: dari Krisis ke Reformasi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Rogers, Everett M. 1997. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. Free Press.
- Said, Mashadi. 1998. *Konsep Jati Diri Manusia Bugis (Sebuah Telaah Filsafati tentang Kearifan Bugis)*. Kota Tangerang Selatan: Churia Press

- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosisal: dari Denzin Guba dan Penerapannya*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Thompson, John B. 2004. *Kritik Ideologi Global (Teori Sosial Kritis tentang Relasi Ideologi dan Komunikasi Massa)*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Titscher, Steven (et al.). 2009. *Metode Analisis Teks dan Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tudor, Henry. 1984. *Mitos dan Ideologi Politik: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Sangkala Pulsar.

INDEKS

A

Adorno 26
Ajang kampanye 89
Aktivis LSM 74, 88
Alfian Muhammad 65
Alienasi 14
Amerika Serikat 93
Andi Mangara 63, 73
Aziz Kaharmusakar 65

B

Bandara Hasanuddin 57
Budaya 42
Budaya Jawa 11

C

Civil society 31, 50, 88
Coffee house 37

D

Demokrasi 29, 34, 50
Demokrasi Pancasila 32
Dialektika 14
Distorsi komunikasi 93
Dominasi struktural 17
DPRD 24, 60

E

Empat klaim validitas ujaran 54
Eropa 1, 93
Etnometodologi 53, 93

F

False needs 16
Faruk M. Beta 60

G

Gembel (Gemar Belajar) 63
Georg Lukacs 17

G. W. F. Hegel 13
Gerakan revolusi 37
Good governance 5, 9
Gramsci 41
Gubernur Sulawesi Selatan 6

H

Habermas 15, 21, 35, 72, 89, 92
Harian Umum Kompas 2
Hegemoni 17, 41
Hinca Panjaitan 60
Historical realism 15
HMI 63
Horkheimer 26

I

Ideologi 42, 46, 84
Imanuel Kant 13
Indonesia 2, 32, 91
Intelektual organik 11
Irian Jaya 94

J

Jakarta 2

K

KAHMI 63
Kampanye “9 bebas” 65
Karl Marx 14
Kasus “busung lapar” 82
Kelas pemilik modal 93
Kelompok dominan 88
Kelompok Hamid Awaluddin 63
Kelompok LSM 24

Kepatuhan aktif 41
Kisah Sawerigading 70
Klaim validitas 72
Klub politik 1
Klub sastra 1
Komunikasi sosial 20, 94
Komunikasi yang terdistorsi 89
Komunitas Meja Bundar 62, 63
Konsensus 28
Konsensus rasional 36
Kota Makassar 3, 8, 57

L

Lapo 60
Lau Shi Fong 67
Lembaga donor internasional 77
LSM 59, 83

M

Maros 75
Marx muda 14
Marx tua 14
Masyarakat Bugis-Makassar
7, 58, 69, 73, 81, 86
Media alternatif 11
Minuman keras 83
Mitos 44, 84
Mitos Demokrasi 81

N

NGO 8
Nusantara 85, 94

O

Obrolan Warung Kopi (OWK) 74
Opini publik 7, 33, 34, 61, 78, 94
Orde Baru 5, 7, 32, 92

P

Pantai Losari 57
Paradigma kesadaran 25
Paradigma komunikasi 25
Paradigma kritis 16
Pare-Pare 75
Partai Demokrat 64
Partai Golkar 63
Partisipasi publik 30
Pemogokan 37
Petisi 88 32
Petrarta Keretji 82
Pilgub Sulawesi Selatan 77
PNS 66
Polling 37

R

Radio Celebes 62
Radio Komunitas 11
Radio Mercurius Top FM 73
Ramalan Joyoboyo 45
Rasionalitas Barat 4
Rasionalitas komunikasi 9, 42, 82
Rasionalitas komunikatif 26
Ratu Adil 45
RCTI 63
Reformasi 32, 59, 73, 91
Reifikasi 17
Relasi dominasi 47
Ruang publik 1, 11, 21, 23, 31,
59, 85, 90

S

Sejarah pendapat umum 36
Soeharto 32
"Sosial Audit" 64
Suku Bugis-Makassar 69
Superstruktur 15, 43
Surat kabar 1
Syarifuddin Bahrum 73

T

Teknologi 84
Teori kritis 4, 13, 17, 84, 93
Teori rasionalitas komunikasi 92
Teori Tindakan Komunikasi 21, 25
The real structure 16
*The Theory of Communicative
Action* 21
Tindakan komunikatif 40
Tribun Timur 62
Tudang ri lego-legoe 73
Tudang sipulung 6, 15, 50, 68,
70, 86

U

Ujung Pandang 58
UNHAS 63
Universitas Negeri Makassar 5

V

Virtual reality 15

W

Warung Kopi 76 64
Warung Kopi Cappo 64

Warung Kopi Daeng Sija 3, 8
Warung Kopi Do'toro 3
Warung Kopi Kumala 66
Warung Kopi Pheonam 87
Warung Kopi Phoenam 3, 24, 54,
60, 74, 81
Warung Kopi Zone 63

Y

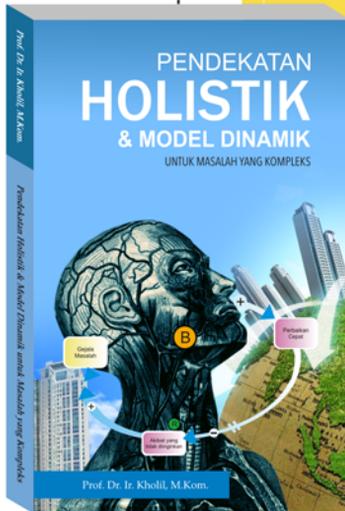
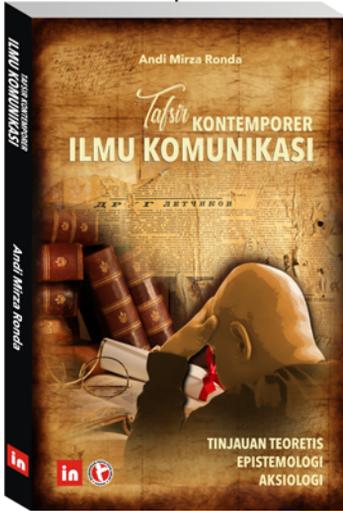
Yunani Kuno 29

Z

Zohra Andi Baso 65

TENTANG PENULIS

Andi Mirza Ronda, lahir & dibesarkan di Makassar. Pendidikan tingkat dasar sampai menengah dan atas ditempuh di Makassar. Pendidikan S1 ditempuh di IISIP Jakarta (d.h Sekolah Tinggi Publisistik), sementara pendidikan S2 ditempuh di UNPAD dan S3 di Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Selain pernah aktif di LSM Jari Indonesia (1999-2007), penulis juga menjadi pendiri beberapa yayasan, antara lain Yayasan Kompatibel. Saat ini menjadi dosen tetap (Associate Professor) di Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Buku ini adalah buku keduanya setelah buku pertamanya *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi: Tinjauan Teoretis, Epistemologi, Aksiologi*. Penulis dapat dihubungi melalui nomor 0812-9415-1530 atau melalui email: pt.pabbicarae@gmail.com.



KOMUNIKASI SOSIAL

dan Demokrasi Warung Kopi

Warung kopi, yang keberadaannya selama ini cenderung dianggap sebagai tempat menghabiskan waktu melepas penat, ternyata dapat bertransformasi menjadi ruang diskusi publik yang sifatnya terbuka, demokratis, dan berlangsung santai. Dalam konteks komunikasi, di dalamnya berlangsung apa yang disebut proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks. Melalui komunikasi sosial di warung kopi, para peserta diskusi memiliki kesempatan baik itu untuk menyampaikan kritik maupun menerima kritik secara terbuka dalam mewujudkan pemahaman intersubjektif (konsensus), dan sekaligus membangun opini publik baik yang bersifat genuine maupun artifisial.



ISBN : 978-602-52218-2-8

