



RESUME DISERTASI

***INTERVENSI TERHADAP KEBIJAKAN PUBLIK
DI WARUNG KOPI SEBAGAI RUANG PUBLIK
DI KOTA MAKASSAR***

Oleh:
Mirza Rotida
PS Doktor Ilmu Komunikasi
200732330005

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar doktor
Ilmu Komunikasi di SPS Usahid

***Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid
PS Doktor Ilmu Komunikasi
Jakarta - 2014***

**INTERVENSI TERHADAP KEBIJAKAN PUBLIK
DI WARUNG KOPI SEBAGAI RUANG PUBLIK
DI KOTA MAKASSAR**

Oleh:
Mirza Ronda
PS Doktor Ilmu Komunikasi

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar doktor
dalam bidang Ilmu Komunikasi di Prodi DIK - SPs Usahid*



Sekolah Pascasarjana Univeritas Sahid
PS Doktor Ilmu Komunikasi
Jakarta – 2013

**INTERVENSI TERHADAP KEBUAKAN PUBLIK DI WARUNG KOPI
SEBAGAI RUANG PUBLIK DI KOTA MAKASSAR**

**Mirza Ronda *)
20073230005**

ABSTRAK

Warung kopi di kota Makassar, berbagai latar belakang berkumpul untuk membicarakan berbagai permasalahan yang ada, baik di tingkat kota Makassar, Sulawesi Selatan, maupun issue-isue yang bersifat nasional, bahkan internasional. Masalah penelitian ini ingin mengkaji secara mendalam, bagaimana proses diskursif yang berlangsung di warung tersebut dapat mempengaruhi kebijakan publik? Deskripsi aktor yang terlibat dalam proses diskursif tersebut? Serta mengkaji lebih mendalam latar belakang historis kemunculan warung kopi sebagai ruang publik alternatif bagi masyarakat kota Makassar dalam menyalurkan berbagai pendapatnya. Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana praktek intervensi kebijakan publik oleh para aktor di warung kopi kota makassar dalam mendiskusikan kepentingan publik?."

Paradigma penelitian ini adalah Paradigma Kritis, yakni paradigma yang mengizinkan ilmuwan harus bertanggung jawab, dengan tidak menyederhanakan gambaran tentang dunia sosial tetapi hendaknya ilmuwan dapat bekerja sebagai agen yang aktif dalam membentuk kembali dan menciptakan perubahan yang radikal dalam kehidupan masyarakat. Dipahami bahwa konteks penelitian ini ialah komunikasi sosial yang terjadi di warung kopi yang merupakan salah bentuk ruang publik, dengan menggunakan pendekatan teori tindakan komunikasi yang dikemukakan oleh Habermas, yang merupakan generasi kedua dari tradisi ini. mengizinkan komunikasi yang bersifat *emansipatory* yang bebas dari eksploitasi atau penekanan, yang merupakan merupakan kelanjutan dari pemikiran Marx, yang melihat manusia dalam pekerjaan. Habermas berpandangan bahwa orang memanusiawikan dirinya melalui interaksi. Hanya dengan komunikasi dan interaksi manusia dapat menguasai masyarakat, membentuk gerakan sosial, dan meraih kekuasaan.

Habermas menyatakan bahwa diskursus adalah bentuk komunikasi yang "aneh dan tidak nyata" dimana partisipan mengikat diri mereka pada "kekuatan argumen yang lebih baik tanpa ada paksaan," dengan tujuan mencapai kesepakatan tentang kevalidan atau ketidakvalidan klaim-klaim (idea-idea) yang menjadi persoalan. Dalam proses tersebut diandaikan kalau mewakili "konsensus rasional," yaitu kesepakatan dicapai (yang akan menjadi pendapat umum) bukan karena 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. Sehingga supaya komunikasi apa pun dapat berhasil orang harus berbicara *jelas, benar, jujur, dan tepat*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan etnometodologi, yakni pendekatan yang memperlakukan realitas obyektif sebagai hasil yang interaksional dan diskursif; deskripsi, cerita, atau laporan tidak semata-mata berkisah tentang dunia sosial, ketiganya adalah unsur pembentuk dari dunia tersebut. Dari sisi prosedur, sebuah penelitian etnometodologi, harus selalu disesuaikan dengan wacana dan interaksi yang berlangsung secara alami seiring dengan berlangsungnya penelitian terhadap unsur pembentuk setting/konteks.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran warung kopi di kota Makassar sebagai ruang publik, ruang bertemunya beragam kepentingan berbagai pihak, sekaligus menjadi tempat melakukan pengujian terhadap validasi ujaran berbagai kelompok kepentingan, memberikan ruang pada kelompok-kelompok yang selama ini memiliki akses yang terbatas atau tidak miliki akses sama sekali untuk menggunakan media konvensional, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Kelompok ini seakan menemukan *oase* digurun pasir, yakni warung kopi sebagai tempat untuk menyampaikan dan sekaligus memperjuangkan kepentingan-kepentingan yang selama ini cenderung diabaikan, yakni kepentingan masyarakat akar rumput. Artinya, telah terjadi transformasi masyarakat di kota Makassar, yang ditandai dengan meningkatnya partisipasi kelompok yang selama ini dipandang sebelah mata oleh kelompok penguasa, yakni kelompok-kelompok LSM dan media untuk melakukan diskusi diskusi rasional yang bersifat publik di warung kopi. Fenomena ini tidak terlepas dari bergulirnya roda reformasi di Indonesia, yang membawa perubahan terhadap kebebasan untuk berkumpul, berserikat dan mengemukakan pendapatnya.

Sisi positif dari kehadiran warung kopi sebagai arena diskusi publik, dapat dipandang sebagai *trigger* terhadap diskusi-diskusi tentang kebijakan publik yang diharapkan dapat menyentuh kepentingan publik, yang selama periode rezim Orde Baru, hal ini nyaris tidak dimungkinkan terjadi atau bahkan tidak diperkenankan. Namun dapat saja, diskusi-diskusi di warung kopi tersebut ternyata membawa kepentingan-kepentingan kelompok tertentu, terutama kelompok penguasa, guna melanggengkan kuasa. Sehingga analisis lebih lanjut, tentang bagaimana kelompok-kelompok LSM tersebut menggunakan warung kopi sebagai ruang publik untuk melakukan perlawanan terhadap hegemoni kelompok penguasa, menjadi penting. Jika kelompok LSM ini, sebagai salah satu kekuatan kontrol dalam masyarakat, tidak berhasil atau gagal dalam melakukan hegemoni tandingan, atau bahkan menjadi bagian dari kelompok yang mengendalikan kuasa, maka yang terjadi adalah semakin kuatnya cengkraman kelompok hegemon tersebut, sehingga tidak akan terjadi pluralisme opini.

mewujudkan good governace, yang mengakar pada budaya setempat. Dalam tataran teoritis / akademis, diharapkan studi ini mampu menemukan bahwa pertarungan ideologi di dalam ruang warung kopi tersebut, sarat dengan kepentingan di antara berbagai pihak, konsensus hanya dapat terjadi jika di dasarkan atas prinsip rasionalitas komunikasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Habermas.

c. Penelitian tentang Ruang Publik

Berdasarkan telaah pustaka terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, ditemukan beberapa penelitian yang mengkaji tentang ruang publik. Dalam penelitian ini, lokus atau situsnya adalah Warung Kopi Phoenam sebagai ruang publik, sementara yang dikaji secara mendalam ialah proses diskursus yang terjadi dalam ruang tersebut guna menemukan aktifitas-aktifitas diskusi yang mengarah ke rasionalitas komunikasi atau penguatan dominasi (hegemoni) oleh kelompok-kelompok tertentu. Sementara penelitian tentang ruang publik yang dilakukan oleh Sarwiti Sarwo Prasojo yang berjudul *"Penggunaan Ruang Publik untuk Pemecahan Masalah Sosial di Pedesaan: Studi Kasus Gerakan Sosial Taman Nasional merbabu oleh SPPQT di Salatiga, Jateng"* (2007) dengan lokus pada Balai Desa menemukan bahwa (1) Kesempatan politik berupa perubahan politik otoriter menuju populis memberi peluang munculnya Ornop sebagai organisasi gerakan sosial dalam ruang publik sebagai arena pengambilan keputusan. (2) Forum Rembug sebagai ruang publik gagal sebagai saluran resolusi konflik. (3) Ruang Publik dimanfaatkan oleh

berbagai aktor dengan beragam kepentingan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adri Firmansyah Ponse dengan judul *"Upaya Penciptaan Ruang Publik dalam Bentuk Parodi Politik di Televisi: Studi Program Democracy di metro TV"* (2006) menemukan bahwa penggunaan media televisi sebagai ruang publik melalui salah satu programnya, yakni Democracy justru diintervensi pemilik modal televisi yang berdampak pada ranah media yang seharusnya netral. Yang menarik ialah penelitian yang dilakukan oleh Eni Maryani dengan judul *"Resistensi komunitas melalui media Alternatif: Tinjauan Teori Kritis terhadap Radio 'Angkringan' sebagai Media Alternatif di Desa Timbulharjo, Kecamatan Sewon, Kab Bantul, DIY"* (2007), menemukan bahwa:

1. Desa Timbulharjo berhasil melahirkan intelektual organik yang mampu melakukan perubahan dalam komunitasnya dan memperluas kesadaran kritis yang dimiliki.
2. Melalui Radio Komunitas, mereka berhasil membangun ruang Publik mereka yang menyuarakan kepentingan mereka.
3. Proses produksi dan konsumsi teks radio angkringan memperlihatkan kemampuan kemampuan komunitas melakukan resistensi, Namun terjadi juga proses negosiasi dengan budaya Jawa dan kebijakan yang ada.
4. Kelangsungan Angkringan sebagai media alternatif terlepas dari kuasa kelompok dominan, bukan tanpa kendala.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, maka yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah pada lokus penelitian, Penelitian ini diharapkan dapat

menemukan data yang mendukung teori rasionalitas komunikasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Jurgen Habermas, melalui interaksi partisipan diskursif di Warung Kopi di kota Makassar.

BAB II KERANGKA TEORI

a. Paradigma Kritis

Paradigma Kritis, yakni paradigma yang menginginkan ilmuwan harus bertanggung jawab, dengan tidak menyederhanakan gambaran tentang dunia sosial tetapi hendaknya ilmuwan dapat bekerja sebagai agen yang aktif dalam membentuk kembali dan menciptakan perubahan yang radikal dalam kehidupan masyarakat. Tradisi ini dapat dibedakan dengan tradisi-tradisi lainnya berdasarkan penjelasan methateori, yakni komitmen ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologi. Dalam hubungannya dengan penelitian ini, peneliti memahami realitas yang diamati, yakni proses-proses diskursif yang terjadi dalam ruang publik (Warung Kopi) merupakan realitas 'semu' (virtual reality) yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan-kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi – politik (Historical realism), yakni euforia kebebasan yang merupakan implikasi dari reformasi 1999, yang secara kultural bersinggungan dengan budaya setempat yang disebut sebagai 'Tudang Sipulung'. Hal ini berimplikasi pada upaya atau tehnik prosedural peneliti memahamkan realitas, yakni hubungan antara peneliti dengan subjek yang diteliti dijumpai nilai-nilai bahwa yang diteliti merupakan bagian tak terpisah dari peneliti. Maksudnya peneliti merupakan aktor yang terlibat dalam subjek yang diteliti. Sehingga dari sudut metodologis, guna melakukan analisis komprehensif, peneliti harus mampu menempatkan diri sebagai aktifis/partisipan.

Adapun kualitas penelitian, dimungkinkan, karena konteks historis, sosial, budaya, ekonomi dan politik masyarakat Sulawesi, khususnya Sulawesi Selatan, merupakan hal yang lekat bagi peneliti. Dengan demikian implikasi aksiologis penelitian ini, tegas dinyatakan, untuk mendorong terjadinya perubahan pola relasi komunikasi ke arah yang genuine.

b. Komunikasi Sosial dan Ruang Publik

Fidler (2007 : 1 – 6), komunikasi sosial merujuk pada bagaimana cara seseorang menyampaikan informasi pada orang lainnya, cara mereka berbagi info, atau bagaimana informasi tersebut diterima dan diinterpretasikan. Dijelaskan bahwa presentasi diri kita di depan umum sebagai salah satu wujud komunikasi sosial, menunjukkan motif sosial kita dari pada kemampuan kita dalam berinteraksi secara simbolik, dan menurutnya, bahasa memegang peranan terpenting dalam menentukan simbol dalam berkomunikasi. Satu poin penting lainnya ialah sebuah komunikasi interpersonal sebagai bagian dari komunikasi sosial, selalu terikat atau termotivasi pada sebuah tujuan yang berujung pada tujuan lain. Komunikasi atau diskusi-diskusi yang diselenggarakan dalam warung kopi merupakan salah satu bentuk komunikasi sosial. Sehingga dapat dipahami bahwa konteks penelitian ini ialah komunikasi sosial yang terjadi di warung kopi yang merupakan salah bentuk ruang publik, dengan menggunakan pendekatan teori tindakan komunikasi yang dikemukakan oleh Habermas.

c. Teori Tindakan Komunikasi

Teori tindakan komunikasi (Theory of Communicative Action) oleh Habermas yang bertujuan mengatasi batas Mazhab Frankfurt. Habermas mengemukakan perubahan dari "paradigma kesadaran"

yang menyetujui dualitas Barat atas subjek dan objek, ke paradigma komunikasi. Paradigma ini mengkonseptualisasikan pengetahuan dan praktek sosial bukan dalam dualitas subjek – objek, tetapi melalui suatu rekonseptualisasi subjek sebagai intersubjektif yang inheren. Subjek intersubjektif ini memiliki kapasitas primer bagi komunikasi, bukan hanya kerja.

Habermas percaya bahwa hanya dengan refleksi diri dan komunikasi orang dapat benar-benar mengontrol nasib mereka dan merestrukturisasi masyarakat secara manusiawi. Habermas menolak pandangan Horkheimer dan Adorno. Dalam analisis tentang rasionalitas masyarakat, Horkheimer dan Adorno mengikuti anggapan Marx bahwa manusia menciptakan diri dalam pekerjaan. Menurut Habermas anggapan tersebut kurang memadai (Suseno, 2006 : 220).

Menurut Habermas pekerjaan merupakan sikap manusia terhadap alam. Ada subjek aktif, manusia. Ada objek yang pasif, alam. Hubungan antar manusia tidak dapat dimengerti menurut pola ini. Tetapi hubungan antara dua subjek yang sama kedudukannya, kedua-duanya baik aktif maupun pasif disebut sebagai interaksi dimana interaksi membutuhkan komunikasi yang disebut Habermas sebagai tindakan komunikatif. Sementara rasionalitas pekerjaan adalah rasionalitas sasaran. Sebuah komunikasi itu rasional apabila saling pengertian tercapai. Itulah rasionalitas komunikatif.

Habermas (McCarthy, 2004 : 378 – 379) diskursus adalah bentuk komunikasi yang "aneh dan tidak nyata" dimana partisipan mengikat diri mereka pada "kekuatan argumen yang lebih baik tanpa ada paksaan," dengan tujuan mencapai kesepakatan tentang kevalidan atau ketidakvalidan klaim-klaim (idea-idea) yang

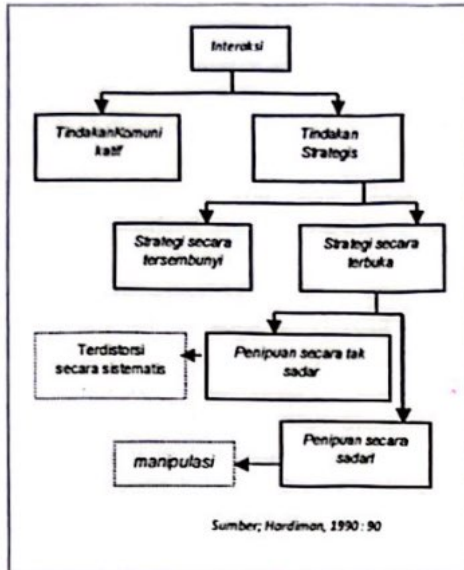
menjadi persoalan. Dalam proses tersebut diandaikan kalau mewakili "konsensus rasional," yaitu kesepakatan dicapai (yang akan menjadi pendapat umum) bukan karena keistimewaan yang dimiliki partisipan tertentu atau keistimewaan situasi yang dihadapi, namun semata-mata karena semua partisipan terikat dengan bukti dan kekuatan yang terkandung dalam argumen-argumen yang diajukan.

Kesepakatan (yang akan menjadi pendapat umum) dipandang valid bukan hanya bagi kita (partisipasi sebenarnya) namun juga dipandang valid "secara obyektif," valid bagi semua subjek rasional (sebagai partisipan potensial). Lebih jauh dikatakan bahwa institusionalisasi diskursus dimana validitas klaim persoalan praktis dan keputusan politis hendaknya terus-menerus dipertanyakan dan diuji; Bagi Habermas (McCarthy, 2004), diskursus merupakan "syarat bagi yang tak bersyarat," untuk konsensus rasional.

Siapapun yang masuk dalam suatu pembicaraan, selalu sudah mengandaikan empat klaim: Kejelasan, Kebenaran, Kejujuran, dan ketepatan (pengertian bersama).

Kriteria kesepakatan/konsensus dlm suatu diskursus tentang sesuatu hal, oleh Habermas diperkenalkan prinsip penguniversalisasian "U" sebagai berikut; Sebuah norma moral hanya boleh dianggap sah kalau akibat dan efek-efek sampingan yang diperkirakan akan mempengaruhi pemuasan kepentingan siapa saja andaikata norma itu ditaati secara umum, dapat disetujui tanpa paksaan oleh semua.

Gambar 2: Tindakan Komunikasi dan Tindakan Strategis



Untuk memastikan semua yang terlibat dalam diskursus memang menyetujui akibat dan efek-efeknya dari sesuatu itu jika diberlakukan secara universal, hanya dengan cara, yakni diskursus argumentatif bersama. Untuk itu, Habermas memperkenalkan etika diskursus "D" sebagai berikut; Hanya norma-norma yang disetujui (atau dapat disetujui) oleh semua yang bersangkutan sebagai peserta diskursus praktis boleh di anggap sah. Lebih lanjut dijelaskan oleh Habermas (Suseno, 2000) bahwa orang hanya dapat mengikuti suatu diskursus apabila ia bersedia menerima peraturan-peraturan diskursus berikut:

- a) Setiap subjek yang bisa bicara dan bertindak boleh ikut dalam diskursus.
- b) Dalam diskursus tersebut:
 - setiap peserta boleh mempersoalkan setiap pernyataan.
 - Setiap peserta boleh memasukkan setiap pernyataan ke dalam diskursus.

- Setiap peserta boleh mengungkapkan sikap-sikap, keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya.

- c) Tidak boleh ada pembicara dihalangi dengan paksaan baik dalam, maupun di luar diskursus untuk melaksanakan hak-haknya yang dirumuskan pada point a dan b.

Selanjutnya akan dijelaskan konsep yang terkait dengan teori Tindakan komunikasi yang juga dijelaskan dalam disertasi ini ialah: Demokrasi, Opini Publik, Ruang Publik, serta Mitos dan Ideologi

(a) Demokrasi

Dalam penelitian ini demokrasi dipahami baik sebagai suatu sistem maupun sebagai suatu sikap merupakan pandangan yang menghargai perbedaan (pluralisme), namun melakukan suatu tindakan tertentu atas dasar konsensus bersama. Artinya sebagai suatu sistem, kebijakan-kebijakan yang dihasilkan dalam sistem demokrasi harus mampu mengakomodir berbagai kepentingan dalam masyarakat. Tanpa hal tersebut, maka sistem tersebut tidak dapat dikatakan sebagai suatu sistem demokrasi. Demokrasi selalu dihubungkan dengan kepentingan umum (publik), dimana perumusan berbagai kebijakan yang bersifat publik menyertakan dukungan publik, melalui penggalangan opini publik. M Ryaas Rasyid dalam pengantar buku karya Culla (2006 : xxv) menyatakan bahwa ruang publik merupakan forum dalam kehidupan sosial warga negara yang menjadi tempat opini publik yang berkenaan dengan berbagai kepentingan umum bisa terbentuk secara jernih dan obyektif. Di ruang publik ini dapat berlangsung berbagai tataran diskusi yang intensif tentang berbagai isu kepentingan umum. Dari ruang publik itu pula segala pandangan kritis, segala keinginan dan

kesepakatan masyarakat dikomunikasikan kepada negara.

(b) Opini Publik

Hasil dari suatu diskusi dalam suatu ruang publik identik dengan opini publik. Doob dalam Eriyanto (1999 : 3) menyatakan bahwa pendapat umum (opini publik) diartikan sebagai apa yang dipikirkan, sebagai pandangan dan perasaan yang sedang berkembang dikalangan masyarakat tertentu mengenai setiap isu yang menarik perhatian rakyat yang diekspresikan dan diungkapkan. Jika tidak diekspresikan dan diungkapkan, hanyalah merupakan pendapat pribadi. Diungkapkan mengandung makna bahwa pandangan dan perasaan yang berupa idea yang terdapat dalam pikiran seseorang atau banyak orang mestilah diungkapkan dalam suatu ruang terbuka yang memberi peluang agar idea (pandangan dan perasaan) tersebut dapat diketahui dan menyebar.

Diekspresikan berarti bahwa idea (pandangan dan perasaan) itu, mestilah melalui suatu mekanisme perdebatan dalam suatu ruang yang terbuka bagi siapa saja untuk mendiskusikan idea tersebut. Ruang terbuka berupa ruang publik, dalam hal ini berwujud warung kopi di kota Makassar. Dengan demikian, idea berupa pandangan dan perasaan sekelompok individu dapat menjadi pandangan banyak orang atau opini publik.

(c) Ruang Publik

Dalam pemikiran Habermas diharapkan, adanya suatu kondisi atau suatu dunia (ruang) di mana terjadi suatu komunikasi yang bebas dari dominasi, suatu *uncoersive communication*, di dalam masyarakat. Diskusi yang semacam itu hanya mungkin muncul di dalam wilayah sosial yang bebas dari sensor dan dominasi. Wilayah itulah yang disebut dengan public

sphere (ruang public). Semua individu berhak dan memiliki hak yang sama untuk terlibat dalam ruang publik tersebut. Mereka-mereka itu pada dasarnya adalah individu privat, bukan dengan kepentingan bisnis atau politik tertentu. Adanya jaminan bagi mereka untuk berkumpul dan mengekspresikan ide dan gagasan serta pendapat secara bebas tanpa ada perasaan takut atau tekanan dari pihak manapun.

(d) Mitos dan Ideologi

Dalam teori kritis, mitos dianggap sebagai produk kelas sosial tertentu untuk melakukan dominasi. Mitos dapat dipahami sebagai suatu pengetahuan turun temurun dari suatu kelompok masyarakat tertentu tersebut dan dipercayai benar dengan sumber yang kebanyakan tak teridentifikasi (mistis). Selain itu, mitos merupakan idea tentang dunia kehidupan masa depan yang ada dalam alam pikir manusia sekarang. Sehingga faham-faham tentang bagaimana dunia beroperasi dimasa yang akan datang, atau dengan kata lain, bagaimana tatanan sosial ke depan, atau lebih populer disebut sebagai "ideologi", dapat dikategorikan sebagai mitos.

Ideology merupakan merupakan produk kelas social tertentu yang digunakan sebagai alat untuk membangun dan mempertahankan relasi kekuasaan atas kelas social lainnya secara asimetris dengan cara penggunaan makna-makna atau symbol-simbol tertentu yang mewakili ideology tersebut, dalam suatu interaksi social, secara terus-menerus dalam suatu ruang yang mampu menghadirkan semua kelas dalam suatu kelompok social tertentu. Dihubungkan dengan penelitian ini maka dapat dikata bahwa Warung Kopi yang berada di berbagai tempat di kota Makassar, sebagai suatu 'ruang interaksi' merupakan tempat yang ideal bagi produksi, re-produksi dan distribusi serta

konsumsi makna atau symbol ideology tertentu.

Demokrasi dalam hal ini dapat dikategorikan sebagai sebuah ideology karena dalam konsep ini mengandung makna relasi kekuasaan. Demikian halnya diskursus yang terjadi di warung kopi kota Makassar, yang oleh sebagian orang setempat mengkonsepkan dengan istilah *Tudang Sipulung*. *Tudang Sipulung* oleh masyarakat Bugis – Makassar dimaknai sebagai salah 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 dimana para pihak membicarakan pelbagai masalah sosial, ekonomi, politik, dan Budaya, dan terjadi pengenalan 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) dalam proses tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa empat klaim: Kejelasan, Kebenaran, Kejujuran, dan ketepatan (pengertian bersama), terjadi dalam proses komunikasi dalam warung kopi tersebut, sehingga diperoleh konsensus atau kesepakatan bersama, sehingga terjadi rasionalitas komunikasi antara state dan civil society, dan atau berbagai pihak yang terlibat dalam diskursus tersebut. Bukan sebagai arena penciptaan mitos baru.

Namun selain bentuk tersebut, dapat saja Warung Kopi di kota Makassar oleh kelompok dominan dijadikan ruang untuk melanggengkan mitos-mitos sosial, politik, ekonomi dan budaya, guna memperkuat

dan melanggengkan dominasi terhadap kelompok lainnya, melalui penciptaan simbol-simbol yang dipertukarkan dalam interaksi baik dengan secara terbuka (berupa tindakan-tindakan penekanan baik secara fisik maupun psikologis) ataupun dengan cara tersembunyi, yakni dengan cara manipulatif (penipuan secara sadar) atau penipuan secara tak sadar dan melakukan distorsi komunikasi.

BAB III METODOLOGI

a. Etnometodologi

Garfinkel dan Sacks (dalam Coulon, 2008) menyatakan bahwa "fakta sosial adalah pelaksanaan tindakan para anggota." Realitas sosial selalu diciptakan oleh para aktor, dan bukan suatu data yang sudah ada. Pengamatan yang cermat dan analisis proses yang dilaksanakan, memungkinkan pengungkapan aturan dan prosedur dari para aktor, untuk menginterpretasi secara terus-menerus realitas sosial dan menemukan perbaikan hidup.

Holstein dan Gubrium (dalam Denzin dan Lincoln, 1997), menyatakan bahwa peneliti etnometodologi hendaknya memusatkan perhatian pada bagaimana setiap anggota dapat menciptakan, mengolah, dan mereproduksi 'rasa' akan struktur sosial. Dalam etnometodologi menolak pertimbangan, apakah aktifitas setiap anggota benar atau keliru.

Hal ini dijelaskan oleh Schutz (Coulon, 2008) dengan membuat analogi tentang penonton sepak bola. Singkatnya, dijelaskan bahwa setiap orang pada saat menyaksikan pertandingan yang sama dari sudut yang berbeda, akan menyatakan bahwa mereka menyaksikan hal yang sama. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketika para aktor (penonton) mengatakan bahwa mereka tidak menyaksikan hal yang sama,

dapat mengganggu pengetahuan antar subyek (realitas sosial). Namun dalam kenyataannya tidak demikian. Berkat dua 'idealisasi' yang digunakan para aktor tersebut, yakni idealisasi tentang pertukaran sudut pada di satu pihak, dan idealisasi penyesuaian sistem pembeda di dipihak lain, terbentuklah realitas. Sehingga dikatakan bahwa kedua idealisasi tersebut, merupakan "tesis umum dari resiprokasi perspektif", yang menandai karakter sosial dari struktur dunia kehidupan.

b. Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data penelitian ialah warung Kopi Phoenam yang merupakan kondisi lingkungan (refleksivitas) yang menghadirkan setting/konteks, dimana peneliti melakukan pengamatan terhadap interaksi para aktor melalui pertukaran wacana yang dikursif.

Teknik Pengumpulan data, ialah observasi partisipan, dan wawancara mendalam terhadap sejumlah orang yang aktif terlibat dalam proses diskusi di warung kopi tersebut. Dalam melakukan pengamatan, digunakan empat (4 klaim) validitas ujaran, yakni Kejelasan (understandability); "aku mengungkapkan diri dengan jelas sehingga apa yang mau dikatakan dapat dimengerti" - Kebenaran (truth); "aku mau menyampaikan sesuatu" - Kejujuran (truthfulness); "aku mau mengungkapkan diriku - dan ketepatan atau pengertian bersama (rightness); "omonganku harus cocok dengan norma-norma komunikasi, kita harus mau mencapai saling pengertian".

Selain itu, dilakukan juga pengamatan tentang kriteria diskursus sebagai berikut;

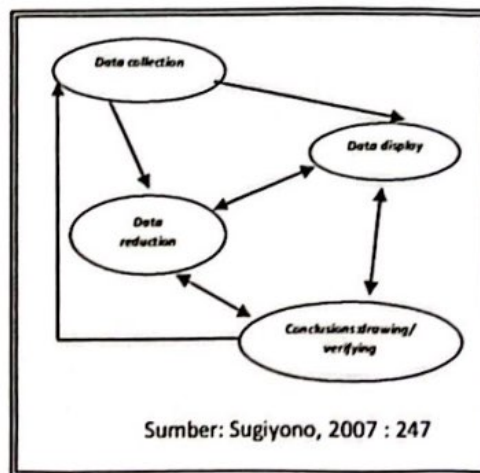
- a) Setiap subjek yang bisa bicara dan bertindak boleh ikut dalam diskursus.
- b) Dalam diskursus tersebut:
 - setiap peserta boleh mempersoalkan setiap pernyataan.

- Setiap peserta boleh memasukkan setiap pernyataan ke dalam diskursus.
- Setiap peserta boleh mengungkapkan sikap-sikap, keinginan-keinginan dan kebutuhan-kebutuhannya.
- c) Tidak boleh ada pembicara dihalangi dengan paksaan baik dalam, maupun di luar diskursus untuk melaksanakan hak-haknya yang dirumuskan pada point a dan b.

c. Analisis Data

Menggunakan model Miles & Huberman, yakni dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data. Teknik ini melibatkan 4 aktifitas, yakni data reduksi, data display, conclusions drawing/verification sebagai berikut;

Gambar 4: Komponen dalam analisis data



BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

a. Sekilas Tentang Kota Makassar

Jika berkunjung ke kota Makassar, tatkala meninggalkan Bandara Hasanuddin, maka udara panas akan menerpa wajah kita. Hal ini dapat dimaklumi karena secara geografis kota ini, yang berada tepat di pinggir pantai yang dikenal sebagai pantai losari. Tidak hanya itu, pengunjung akan disugahi dengan pemandangan rumah makan atau toko yang menjual aneka ragam barang yang terkesan mendominasi indra penglihatan. Pengunjung tidak perlu merasa khawatir untuk mencari tempat sarapan, makan siang atau makan malam. Begitu pengunjung meninggalkan tempat menginapnya, niscaya paling jauh 100 meter dia akan menemukan rumah makan. Di kota ini, kita bisa menemukan restoran, mulai dari yang bertaraf kaki lima sampai dengan yang internasional. Tidak heran, jika kota ini dikenal juga sebagai kota wisata kuliner.

Jika melihat segi kesejarahan kota ini, dari awalnya memang kota ini merupakan kota niaga. Sehingga tidaklah mengherankan jika sampai dengan saat ini infrastruktur (rumah makan dan toko) tersebut, menjadi pemandangan yang akrab di kota tersebut. Awal kota dan bandar makassar¹ berada di muara sungai Tallo dengan pelabuhan niaga kecil di wilayah itu pada penghujung abad XV.

Antara tahun 1930-an sampai tahun 1961 jumlah penduduk meningkat dari kurang lebih 90.000 jiwa menjadi hampir 400.000 orang, lebih daripada setengahnya pendatang baru dari wilayah luar kota. Hal ini dicerminkan dalam penggantian nama

kota menjadi Ujung Pandang berdasarkan julukan "Jumpandang" yang selama berabad-abad lamanya menandai Kota Makassar bagi orang pedalaman pada tahun 1971. Baru pada tahun 1999 kota ini dinamakan kembali Makassar, tepatnya 13 Oktober berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 1999 Nama Ujung Pandang dikembalikan menjadi Kota Makassar.

Luas wilayah kota administratif Makassar² adalah 175, 77 Km². Wilayah Administratif pemerintahan terdiri atas 14 kecamatan dan 143 desa/kelurahan. Adapun batas-batas wilayah kota Makassar ialah sebagai berikut; Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Pangkep (Pangkajene'ne' Kepulauan); Sebelah Selatan, berbatasan dengan Kabupaten Gowa; Sebelah Barat berbatasan langsung dengan Selat Makassar; Dan sebelah Timur berbatasan dengan dengan Kabupaten Maros.

b. Arti Warkop bagi Masyarakat Kota Makassar

Syarifuddin Bahrum, pengajar di Universitas Muhamadiyah Makassar (UMM), antropolog yang juga pengamat budaya lokal dan etnis tionghoa menjelaskan bahwa:

Kebiasaan masyarakat Bugis – Makassar hidup guyub, berkumpul bersama, dan bercerita tergambar dalam kehidupan di pedalaman (pedasaan) dewasa ini. Anda bisa menjumpai ibu-ibu berbincang-bincang sambil mencuci di sungai, walaupun sudah sangat jarang dijumpai. Atau para lelaki yang akan melaut di pinggir muara sungai, berbincang sambil minum kopi menunggu persiapan perahunya

¹ Lihat, *website kota Makassar*

² Lihat: *Profil Kabupaten/Kota; Wilayah Sulawesi, Maluku, dan Papua*, Kemen LH, 2004.

selaesai dimuati. Juga anda dapat melihat baik pagi, siang, atau malam setelah salat Isya orang-orang lagi berbincang-bincang di lego-lego (teras) rumahnya, dan tidak ada rumah yang memiliki lego-lego yang kecil. Umumnya luas dan minimal dapat memuat 5 orang dewasa dengan leluasa mengobrol di tempat tersebut.

Reformasi pada 1998 membawa perubahan besar dalam kebebasan masyarakat. Hal ini berimplikasi terhadap diskusi-diskusi yang dikembangkan kelompok-kelompok Ornop (LSM) di berbagai kota di Nusantara. Termasuk di dalamnya di kota Makassar, Sulawesi selatan. Warung kopi yang tadinya hanya tempat berkumpul untuk membahas berbagai hal hanya secara permukaan (Non-substansi) berubah menjadi arena diskusi yang teragendakan, mendalam, dengan hasilkan berbagai penawaran solusi terhadap berbagai masalah atau isue yang sedang berkembang.

c. Warkop Sebagai Ruang Publik di Kota Makassar

Fenomena maraknya Warung Kopi, sejak 1998 di kota Makassar, dapat diidentifikasi sebagai ruang publik yang bersifat politis, yang menjadi ruang mediasi antara kepentingan negara dengan kepentingan masyarakat yang direpresentasikan oleh kelompok Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Di warung kopi tersebut, peristiwa-peristiwa diskursif yang melibatkan negara (direpresentasikan oleh birokrat daerah dan anggota DPRD) dengan masyarakat (direpresentasikan oleh kelompok LSM), membahas isue-isue atau masalah-masalah sosial, politik, dan budaya yang aktual baik lokal, regional, maupun nasional.

Faruk M Beta, Wakil Ketua DPRD Kota Makassar dari Partai Golkar, yang belakangan menjadi Ketua DPRD,

menggantikan ketua DPRD yang berhalangan tetap, pada saat ditemui di Warung Kopi Phoenam bersama dengan beberapa tokoh LSM setempat, mengungkapkan;

"Disini kita pada umumnya lelaki di kota Makassar sering bertemu dan bertegur sapa dengan dengan teman-teman. Kalo pengen ngobrol, kita ikut nimbrung pada pembicaraan yang sedang terjadi, jika mau minum kopi kita duduk-duduk saja meminum kopi sambil baca koran, sebagai bahan yang kita dapat sampaikan nanti di kantor, dan kalo kita cerita-cerita, macam-macam topik bisa kita bahas, termasuk 'ayam ketawa'

Seorang pengamat warung kopi, Hinca I P Panjaitan, dalam buku *Demokrasi di Warung Kopi* menyatakan sebagai berikut:

"Warung kopi bukanlah milik warga Makassar. Seluruh pelosok negeri punya warung kopi. Di daerah saya, nun jauh di tanah Batak, Sumatera Utara, kami mengenalnya dengan lapo. Lapo kadang diplesetkan dengan 'Lapangan Politik'. Sebab semua masalah bisa lahir di situ, sekaligus dipecahkan dengan bijak tanpa protokoler dan birokrasi berbelit. Warung kopi adalah panggung tanpa batas, tanpa diskriminasi. Syaratnya anda berdialog dan berinteraksi. Niscaya kehadiran anda di warung kopi menjadi warna tersendiri."

Dijelaskan lebih lanjut dengan mengatakan bahwa:

"Saya berdialog (di warung kopi) dengan para kandidat (legislatif atau eksekutif), mulai dari sopir 'pete-pete', rektor, pengusaha muda, sampai ke

jendral. Dialog yang indah, berkelas, dan memberdayakan.”

Apa yang disampaikan oleh Panjaitan tersebut, menghantar pada pemahaman bahwa warung kopi di kota Makassar sebagaimana kota-kota di Sumatera dan Kalimantan menjadi arena atau saluran diskusi bagi siapa saja yang memiliki pandangan tertentu yang hendak disampaikan, yang bisa saja membentuk suatu pendapat umum, yang kemungkinan dapat dijadikan acuan bagi pemerintah dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan kebijakan tertentu.

d. Warkop sebagai Arena Demokrasi & Pengembangan Opini Publik

Sedikit – banyak obrolan sambil lalu, spontan dan tidak teragendakan di warung kopi tersebut berdampak pada kebijakan pemerintah daerah provinsi. Contoh kasus adalah pengamatan yang dilakukan pada diskusi yang tidak teragendakan yang melibatkan peserta diskusi yang terdiri dari beberapa elemen masyarakat, yakni: staf ahli walikota, orang dekat gubernur, direktur LSM setempat yang juga dekat dengan elite pemerintah daerah (provinsi / kota), wartawan cetak (Tribun Timur) dan radio (radio Celebes), maka dapat dikatakan bahwa minimal diskusi yang terjadi di warung kopi tersebut membangun wacana publik yang kemudian menjadi dasar untuk membuat kebijakan, yakni pengadaan kendaraan dinas bagi ketua dan anggota KIPD.

Selain itu, ada yang menarik dari segi warung kopi sebagai arena demokrasi, yakni komunitas Meja Bundar. Komunitas ini terdiri dari beberapa orang individu dari berbagai latar kepentingan, yang pasti, komunitas ini mayoritas anggota LSM dan wartawan di kota Makassar. Sisanya, ada

anggota parlemen, staf ahli walikota, dan individu independen yang menyatakan dirinya tidak terlibat dalam salah satu unsur tersebut. Bisa pengusaha atau pun sebenarnya makelar proyek. Komunitas ini, secara terjadwal melakukan diskusi tentang berbagai permasalahan yang sedang menjadi perhatian publik di kota Makassar. Komunitas ini, bekerjasama dengan Warung Kopi Phoenam untuk memfasilitasi tempat diskusi dan dengan Radio Swasta, yakni Mercurius untuk menyiarkan secara langsung diskusi yang sedang terjadi. Komunitas ini, kemudian menerbitkan sebuah buku pada tahun 2010 dengan judul “Demokrasi Warung Kopi” yang berisi obrolan-obrolan atau diskusi yang pernah mereka lakukan beserta komentar berbagai pihak tentang diskusi tersebut.

diturunkan oleh Saudara M, seorang aktifis LSM yang menjadi salah satu sumber informasi penelitian ini, dan tidak mau disebutkan namanya, sebagai berikut:

“Mereka memiliki pengaruh. Mereka memiliki posisi tawar. Jika mau mendatangkan mereka maka bikin meja bundar. Mereka dekat dengan penguasa tapi bukan bagian dari penguasa. Mereka sampai mampu mendapatkan slot acara di radio Mercurius (salah satu radio swasta terkemuka di Makassar), yang diberi nama 0 – 0.”

Lebih lanjut dijelaskan;

“Andi Mangara, Yosi (Orang radio), Pahir (Aktifis), Husen Abdullah (RCTI), Noer Kroempot (wartawan cetak) merupakan motor gerakan diskusi. Mereka ini Unhas semua dan sudah terjalin diskusi di kampus yang tergabung dalam kelompok HMI, ada lagi kelompok diskusi tersendiri yang groupnya pak Syahrul yang diberi

nama Gembel (gemar belajar), andi Mangara dan Pahir kelompok diskusi bulu'kunyi, kelompok Hamid Awaluddin, dll, ini yang berkumpul. Dari unhas dulu mereka bikin group-group lagi, kemudian Kelompok-kelompok ini disatukan lagi dalam JK – Wiranto dulu. Itu menjadi JK – W. yang kelompok-kelompok di unhas itu, di warung kopi bersatu jadi team sukses, jadi apa namanya itu, jadi JK center. Dan kelihatan sekali, basis utamanya HMI. KAHMI lah ya.banyak itu, KAHMI di situ, banyak.”

Penjelasan saudara M ini menghantar pada pemahaman bahwa warung kopi tidak steril dari tekanan pengaruh kelompok-kelompok tertentu di kota tersebut. Baik secara tegas menampakkan identitas diri atau pun secara tersembunyi. Warung kopi Phoenam misalnya, meskipun tidak jelas menampakkan afiliasinya pada satu kelompok kepentingan tertentu, tetapi pengunjung setia warung kopi tersebut umumnya teridentifikasi berafiliasi dengan partai Golkar, dan semua orang Makassar mengetahui bahwa pemilik Phoenam, Bapak Alber, dekat dengan para politisi Makassar 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 Cappel jelas pemiliknya adalah fungsionaris partai Golkar, sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya. Warung Kopi yang relatif bebas dari pengaruh partai ialah Warung Kopi 76. Pengunjung dari warung kopi ini teridentifikasi; mahasiswa, dosen, anggota LSM, wartawan, sales. Atau mereka yang sedang berbelanja di depan warung kopi tersebut.

e. Warkop sebagai Ruang Pengaruh kebijakan Publik

Salah satu LSM di kota Makassar, yakni YKPM mencoba membedah kebijakan pemerintah kota, melalui suatu program yang diberi nama “Sosial Audit” pada tahun 2010 - 2011. Program tersebut membedah kebijakan pemerintah daerah dalam dua bidang saja, yakni pendidikan dan kesehatan. Melalui serangkaian diskusi warung kopi bersama dengan dua dinas terkait, ditemukan berbagai kejanggalan dalam dua kebijakan tersebut. Temuan tersebut dikonfirmasi ke dinas terkait dan walikota dalam suatu diskusi warung kopi pada bulan maret 2010, hasilnya:

- Sebuah buku yang berjudul Taktik Politik Gratis, yang berisi temuan kejanggalan kebijakan tersebut, sekaligus motif yang melatari munculnya kebijakan itu.
- Satu bulan setelah dilangsungkannya diskusi, keluar kebijakan pemerintah kota, yang merubah mekanisme bantuan yang tadinya bantuan diberikan melalui sekolah atau puskesmas, berubah menjadi bantuan langsung kepada penerima manfaat.

Zohra Andi Baso, salah satu tokoh LSM di kota Makassar, yang menjadi moderator dalam diskusi warung kopi tersebut menyatakan:

“Ya... memang ada perubahan mekanisme pemberian bantuan dari pemerintah kota kepada penerima manfaat program pelayanan pendidikan dan kesehatan, setelah diskusi-diskusi tentang kedua bidang itu. Tetapi apakah karena diskusi-diskusi itu penyebab dari perubahan mekanisme? Kita (LSM) jangan terlalu cepat bertepuk dada, bahwa itu terjadi setelah diskusi, ya, tetapi apakah berubah karena diskusi itu? Masih perlu dipertanyakan.”

Namun, pada pemilu pada Sulawesi Selatan yang berlangsung pada bulan Januari 2013, pasangan Ilham Arif Sirajuddin (Walikota Makassar) dan Aziz Kaharmusakar, mengusung tema kampanye "9 bebas" dua di antaranya ialah bebas biaya pendidikan dan kesehatan. Hasil dari kampanye dengan tema "9 Bebas" tersebut, pasangan ini mendapatkan suara lebih kurang 43 % dari penduduk Sulawesi Selatan yang menggunakan hak suaranya dalam pemilu pada tersebut.

f. Warkop sebagai tempat Pelarian Masalah Domestik

Alfian Muhammad, dalam satu kesempatan perjumpaan di salah satu warung kopi menyatakan, "suami yang mengatakan pada istrinya akan ke warung kopi, niscaya tidak akan mendapatkan pertanyaan lanjutan". Lebih lanjut dikatakan bahwa:

"Kita laki-laki di Sulawesi kalo bilang sama istri di rumah mau ke warkop tidak meki lagi ditanya-tanya. Sudah tau tongmi dia tauwa kalo kita mau carita-carita sama aganta toh! Tapi itu laki-laki di Makassar sekarang, suka tidak tau diri. Justru kalo dia mau bikin janji sama sama orang yang istrinya tidak boleh tau (janjian sama perempuan lain), na bilangi sama istrinya kalo dia ke warkop, padahal naparkirki mobilna di depan warkop terus dia pergi sama orang lain. Kalo istrina lewatki depan warkop, na liatki adaji mobil suaminya, tenangmi tauwa hatinya. Padahal tidak jujukirki suaminya, toh! He...he...he...."

Hal ini diperkuat oleh Naryo, Pensiunan PNS, pada satu kesempatan wawancara di warung kopi Kumala dengan mengatakan bahwa;

Disini.... kalo diwarkop begini melampiaskan persoalan-persoalan di luar akhirnya kalo di sini terlupakan.

Ngobrol-ngobrol... disini sih, bukan masalah kopinya, ketenangan. Kalo minum kopi sebenarnya di rumah juga bisa. Disini yang dibeli suasananya. Ngumpul sama teman-teman carita, akhirnya ada urusan bisnis, kita ketemu di warkop, akhirnya kita dapat memecahkan persoalan-persoalan.

Pernyataan tersebut memberi gambaran, betapa maklumnya perempuan di kota Makassar khususnya, Sulawesi Selatan pada umumnya terhadap kebutuhan suami mereka akan perkawanan. Salah satu karakter yang menonjol dari suku-suku yang berdomisili di Sulawesi Selatan ialah kesetia-kawanan. Hal ini tergambarkan dari pameo mereka yang berbunyi "*pada idi pada elo, sipatuo sipatkong*" yang berarti kurang lebih "walau kita memiliki kemauan yang berbeda di antara kita, tapi kita harus saling menghidupi dan saling mengulurkan tangan untuk saling membantu". Pertemuan di warung kopi menjadikan mereka individu-individu yang berbagi kesenangan dan tentunya kesulitan-kesulitan hidup yang mereka alami. Dengan mendatangi warung kopi, sebagaimana yang dikemukakan oleh pa Naryo, pada bagian sebelumnya, pikiran menjadi lebih tenang. Bukan berarti masalah terselesaikan, tetapi mereka menemukan berbagai alternatif tindakan pemecahan masalah dari hasil pertemuan dengan teman-teman mereka di warung kopi.

g. Warkop sebagai Ajang Bisnis

Di warung kopi kota Makassar ada anekdot tentang pengusaha di warung kopi yang mereka sebut sebagai makelar atau panggilan sinisnya "Pa'kappalla Tallang" sebagai berikut: "Jika pagi hari ceritanya tentang miliar, siang hari ceritanya tentang ratusan juta, sore hari ceritanya tentang puluhan juta, malam menjelang pulang, yang bersangkutan minta dibayarkan

kopinya." demikian dikatakan oleh saudara Alfian Muhammad. Warung kopi di kota Makassar, dalam hal urusan bisnis, jika menyangkut bisnis dengan skala kecil, umumnya dilakukan di warung kopi kategori pertama. Sedangkan untuk yang skala besar biasanya di lakukan di hotel atau 'kapeh' untuk sebutan cafe bagi orang yang berdomisili di kota Makassar.

h. Perempuan dan Warung Kopi

Lau Shi Fong (Vicky Lau) mengingatkan fakta tentang warung kopi tempo dulu dengan menyatakan bahwa:

"kita ingat waktu kita masih muda dulu toh... dari dulu sampai sekarang, warung kopi semacam ini, kita (maksudnya kaum lelaki) yang melayani mulai habis magrib. Banyak yang mabo', kasian kalo ada perempuan di sini, rawan toh... Perempuan datang sini hanya pagi sampe sore, yang layani kalo bukan mama', cici', ato memey'. Biasanya, pagi sampe sore, kita (lelaki) kerja dulu di tempat lain, untuk cari tambah-tambah."

Penjelasan ini mengantar kita pada pemahaman bahwa warung kopi pada malam hari memang identik dengan kehidupan lelaki dan minuman keras. Warung kopi yang dimasuki perempuan pada malam hari, biasanya adalah warung kopi yang menjual mie siram. Jadi mereka datang hanya untuk menyantap hidangan mie siram. Namun saat ini, hampir semua warung mie siram telah meninggalkan warung kopi dan membuka rumah makan khusus mie siram. Misalnya, Mie Titie.

i. Mitos Tudang Sipulung & Diskusi Warung Kopi

Berdasarkan pelacakan yang dilakukan terhadap istilah atau konsep tersebut, ditemukan bahwa konsep ini dapat ditemukan terutama di Kabupaten

Sidenreng Rappang (Sidrap), istilah ini digunakan terbatas hanya untuk menunjuk pada pertemuan berbagai pihak untuk membicarakan masalah "waktu yang tepat untuk bercocok tanam". Atau ritual "tau lotang"³ yang pada waktu tertentu berkumpul di salah satu desa, yakni Amparita. Pada ritual tersebut, masing-masing orang tidak diperkenankan untuk berbicara antara satu dengan yang lainnya, hanya sekedar berkumpul.

Dalam perkembangannya, berdiskusi secara demokratis di warung kopi sambil menikmati secangkir kopi dimaknai sebagai *tudang sipulung*. Sebagaimana yang dikatakan oleh salah seorang informan penelitian ini bahwa ngobrol-ngobrol di warung kopi merupakan jelmaan dalam bentuk lebih lanjut dari adat '*Tudang Sipulung*'.

Nampaknya 'penciptaan' konsep Tudang Sipulung digunakan oleh sebagian anggota masyarakat setempat untuk menghilangkan persepsi atau lebling dari etnis lain tentang suku Bugis – Makassar yang keras dan cenderung agresif, yang dipromosikan melalui pemberitaan-pemberitaan media televisi. Temuan data berupa wawancara dan cerita-cerita rakyat yang berkembang ditemukan bahwa dalam konteks lokal, sifat cinta damai merupakan bagian dari mereka. Ini dapat kita telusuri dari cerita-cerita orang tua dulu tentang masa lalu, yang disebut sebagai mappunene, yang artinya kurang lebih sama dengan mendongeng.

Salah satu cerita yang mengisahkan hal itu ialah bekal yang diberikan orang tua kepada anaknya yang akan merantau;

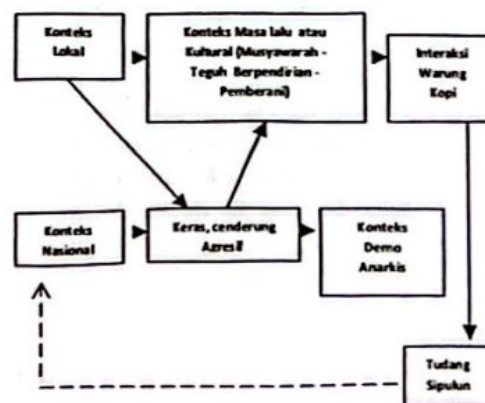
Alkisah, seorang anak raja akan berlayar merantau ke negeri seberang. Sebelum

³ (Wawancara dengan penduduk kota Makassar dan sekitarnya, 29 Maret s/d 3 April 2011, di Makassar).

berangkat berlayar, menghadaplah anak raja tersebut kepada ayahnya, yang merupakan raja di wilayah tersebut. Sang anak meminta bekal kepada ayahandanya untuk di bawa serta dalam perantauan. Maka sang ayah berkata, ada tiga modal yang saya berikan kepada kamu sejak kecil, yang dapat kamu gunakan dalam perantauan kamu, yakni timu'ta', lasota', sibawa kawali'ta'

Dua dari Ketiga bekal merantau ini dimaknai oleh suku Bugis – Makassar, sebagai kepandaian dalam melakukan lobby dengan kepandaian berbicara dan atau mengawini anak gadis masyarakat setempat, dan yang ketiga ialah keberanian menghadapi tantangan. Meskipun terjemahan harafiah dari kawali adalah badik, namun dengan tiga bekal inilah masyarakat Bugis – Makassar merantau. Kepandaian masyarakat ini dalam berbicara menjadikan mereka dapat diterima dimana saja mereka menginjakkan kakinya, selain juga secara umum terkenal sebagai orang yang memiliki istri yang banyak, dan pantang surut dalam menerima tantangan. Khusus modal yang kedua, ada anekdot yang menyatakan bahwa Bugis adalah 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 terdiri dari kelas sosial tertentu, dan terlibat dalam diskusi-diskusi tersebut. Jadi dia merupakan hasil konstruksi sosial, tidak dapat ditemukan rujukan historisnya, dalam arti bahwa tidak ditemukan lembaga sosial dalam budaya Bugis – Makassar yang disimbolkan dengan istilah tersebut. Dia hanya merupakan cerita-cerita, yang tidak spesifik menyatakan bahwa ada kelembagaan sosial yang berfungsi mengumpulkan para pihak untuk

memecahkan masalah yang timbul dalam masyarakat lokal. Masyarakat bugis – Makassar masa kini yang kemudian memberikan sebutan *Tudang Sipulung* pada peristiwa berkumpulnya para pihak tersebut, yang mereka temukan dalam cerita-cerita tempo dulu, dan didapatkan dari mulut ke mulut melalui dongeng atau cerita Sawerigading yang bersumber dari cerita Lontar. Namun sekaligus simbol tersebut merupakan hasil transformasi secara kultural melalui dongeng dan kebahasaan dari aktor sosial warung kopi dalam mengkonteks nasionalkan konteks demokrasi lokal di kota Makassar secara khusus dan Sulawesi Selatan Umum. Artinya, Simbol atau konsep Tudang Sipulung merupakan jawaban terhadap pertanyaan atau bahkan persepsi masyarakat luar terhadap situasi ketertiban dan keamanan di kota tersebut bila melihat pemberitaan demo mahasiswa yang cenderung tak terkendali dan anarkis. Temuan ini digambarkan pada diagram berikut.



Gambar : Proses Konstruksi Simbol Tudang Sipulung

B. Diskusi:

a. Rasionalitas Komunikasi di Warung Kopi Kota Makassar

Ruang publik yang ideal menurut Habermas adalah ruang publik yang *bebas dari kepentingan*. Karena bebas dari kepentingan maka klaim validitas dapat dikritik secara terbuka, memungkinkan untuk mengidentifikasi dan mengoreksi kesalahan-kesalahan atau ada peluang untuk "belajar dari kesalahan". Dijelaskan oleh McCharty (2009) bahwa Jika hal ini dilakukan dalam level reflektif, bentuk-bentuk argumentasi berubah wujud menjadi sesuatu yang dapat ditransmisikan dan dikembangkan dalam tradisi budaya dan bahkan dimasukkan ke dalam institusi budaya spesifik.

Dihubungkan dengan penelitian ini, yakni komunikasi sosial di warung kopi, melalui observasi dan wawancara dengan beberapa nara sumber, ditemukan bahwa ternyata warung kopi di kota Makassar merupakan ruang yang terbuka bagi siapa saja untuk masuk dan turut terlibat dalam perbincangan yang sedang terjadi di dalamnya. Bermodalkan Rp 8.000,- (delapan ribu rupiah saja) seseorang sudah dapat memasuki warung kopi di Kota Makassar, duduk santai menikmati secangkir kopi dan jika dia berminat dalam satu pembicaraan pada suatu kelompok, maka yang bersangkutan dapat terlibat berpartisipasi, apakah sebagai peserta aktif –yang turut berdiskusi- ataukah sebagai peserta pasif yang hanya mendengarkan diskusi yang sedang berlangsung. Jika pun tidak berminat, banyak aktifitas yang dapat dilakukan pengunjung warung kopi di kota Makassar. Misalnya, membuka Laptop,⁴ membaca surat kabar atau majalah yang

disediakan pengelola, atau bahkan membuka papan catur yang juga telah tersedia dan mengajak pengunjung lainnya untuk bermain.

Sejalan dengan berputarnya roda reformasi di Republik ini, bermunculan banyak warung kopi yang dikelola oleh etnis Bugis – Makassar. Muncullah warung kopi Daeng Sija, Dottoro, Cappo, Kopi Zone, Bissu, Masagena dan sebagainya, yang bertebaran di berbagai lokasi di kota Makassar dan tidak lagi menempati pojok-pojok jalan di daerah pecinan dan umumnya menggunakan nama-nama khas sebutan etnis setempat sebagaimana yang disebutkan di atas.

Menjamurnya warung kopi di kota Makassar, tidak terlepas dari jasa warung kopi Phoenam, radio Mercurius, dan kelompok LSM setempat. Pada tahun 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, yakni 'kongkow-kongkow' di warkop. Berbagai hal mereka bicarakan, mulai dari urusan bisnis, politik, hukum, sampai hanya sekedar mengisi waktu senggang bersama teman-teman. ... Tidak ada sekat atau strata sosial. ... pembicaraan di warkop lebih 'blak-blakan'."

Syarifuddin Bahrum (udin), antropolog dan sekaligus pengamat budaya di kota Makassar, mengungkapkan bahwa kebiasaan masyarakat Bugis Makassar yang senang berkumpul memang merupakan bagian dari kebudayaan mereka. Pada masalah, sebelum berangkat bertani, biasanya mereka mampir terlebih dahulu ke rumah kerabat atau tetangganya untuk

⁴ Hampir semua warung kopi di kota Makassar memberikan fasilitas *free wifi* bagi pengunjungnya.

sekedar bercerita tentang berbagai hal sambil meminum secangkir kopi yang disediakan oleh tuan rumah, di *lego-lego* (teras) rumah yang bersangkutan. Sehingga muncullah istilah *tudang ri lego-legoe*. Bagi yang pekerjaannya melaut, biasanya sebelum berangkat berlayar (Sompe'), sambil menunggu kapal dimuati keperluan selama melaut dan barang yang akan diperdagangkan, mereka duduk-duduk minum kopi sambil bercengkrama di saung yang dibangun secara darurat pada hulu sungai, sambil melihat para wanita yang sedang mencuci di pinggir sungai tersebut. Namun sejalan dengan modernisasi dewasa ini, *lego-lego* rumah hampir disetiap rumah di kota Makassar hilang fungsinya, sejalan dengan dibangunnya rumah-rumah model minimalis. Sedikit banyak fungsi teras rumah (*lego-lego*) menghilang, bersamaan dengan dibangunnya model-model rumah yang bertipe minimalis tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan pada bagian terdahulu, bahwa Ketua DPRD kota Makassar malah mengakui bahwa jarang bercengkrama dengan tetangganya karena jarang bertemu, dan mereka justru sering bertemu dengan tetangga di saat berada di warung kopi. Sehingga bercengkrama di rumah beralih ke warung kopi.

Lebih lanjut dijelaskan oleh Mangara dan Syafei (2008) bahwa peluang inilah yang ditangkap oleh radio Mercurius Top FM. Suasana santai di warkop sangat cocok sebagai forum diskusi dengan format penyajian yang berbeda dari biasanya. Kalangan birokrat, aktifis LSM, wartawan, sampai makelar mobil sering hadir hanya untuk sekedar berbagi ide dan informasi. Mengutip pernyataan Hinca Panjaitan, seorang pengamat media, yang menyatakan bahwa, "Banyak kalangan hadir di sini (warkop). Jangan sia-siakan kehadiran mereka. Sangat bagus kalau dibuat forum diskusi non-formal yang

melibatkan mereka." Beranjak dari pengamatan tersebut, pada bulan Maret tahun 2002, radio Mercurius Top FM membuat satu program yang diberi nama Obrolan Warung Kopi (OWK) yang disiarkan secara *on air* dari Warung Kopi Phoenam, dengan mengangkat tema pertama Pilgub Sulawesi Selatan. Harian Kompas di edisi Kamis 16 Mei 2002, menurunkan berita utama dengan judul, "Sambil Ngopi, Lahirlah Calon Gubernur".

Di sisi lain, bergulirnya acara tersebut, secara tidak 'sengaja' juga memancing LSM-LSM terkemuka di kota tersebut untuk menyelenggarakan diskusi-diskusi terbuka di warung kopi yang membahas berbagai hal di kota Makassar secara spesifik, dan Sulawesi Selatan umumnya. Hal ini dimungkinkan terjadi, karena bersamaan dengan perencanaan program OWK, warung kopi Phoenam, menyetting sebuah ruangan khusus untuk tempat pertemuan semacam itu, dengan ukuran kurang lebih 6 x 10 meter persegi. Uniknya, di awal-awal masa itu, penyelenggara pertemuan, tidak memerlukan biaya untuk sewa ruangan. Cukup dengan membayar kopi dan panganan yang dicicipi oleh pengunjung, diskusi terbuka dengan biaya yang murah, dan mendapatkan publisitas gratis⁵ dapat dilaksanakan. Namun dalam perkembangannya, penyelenggara harus mengeluarkan sewa biaya ruangan, yang menurut pengakuan mereka relatif kecil. Dengan dana minimal Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah) dan maksimal Rp 2.000.000,- (dua juta rupiah), sebuah diskusi terbuka

⁵ Kelompok wartawan banyak yang berkumpul di warung kopi. Selain itu, pembicaraan dalam diskusi tersebut, secara mulut ke mulut menyebarkan informasi yang mereka dapatkan dari arena diskusi di warung kopi tersebut.

bisa dilaksanakan.⁶ Dalam perkembangannya, diskusi-diskusi terbuka ini, bukan hanya dilaksanakan oleh kelompok-kelompok LSM terkemuka, bahkan pemda pun, dalam mensosialisasi hal-hal tertentu menggunakan arena warung kopi tersebut. Apakah sebagai penyelenggara atau sebagai nara sumber. Gambaran ini menjelaskan, betapa pentingnya peran ke tiga pihak tersebut dalam perkembangan warung kopi di kota Makassar. Beberapa wirausahawan lokal yang melihat peluang kemudian membuka usaha warung kopi, yang menyediakan fasilitas yang sama dengan warung kopi Phoenam. Sehingga diskusi-diskusi terbuka yang tadinya hanya ada di warung kopi Phoenam, menyebar ke hampir seluruh warung kopi di kota Makassar. Bahkan menyebar ke berbagai kota di sekitar kota Makassar. Misalnya, Maros dengan cafe trans, Pare-pare dengan Cafe Carlos, dan sebagainya.

Berdasarkan pengamatan selama penelitian, diskusi di warung kopi dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yakni diskusi yang teragendakan dan yang tidak teragendakan. Diskusi-diskusi yang teragendakan tersebut, sebagian besar difasilitasi oleh kelompok yang dekat dengan penguasa, walaupun dikatakan bukan bagian dari penguasa. Namun tetap menarik untuk mempertanyakan independensi mereka. Meski sempat terungkap bahwa diskusi-diskusi yang dibangun di warung kopi ini, tujuannya ialah memperjuangkan demokrasi yang substansial bukan demokrasi yang prosudural. Namun tentunya, dengan waktu yang terbatas, dan difasilitasi oleh seorang moderator, maka tidak semua

pendapat personal dari peserta diskusi dapat diungkapkan dalam forum tersebut. Moderator juga dapat memilih peserta dan nara sumber yang berbicara. Dalam seleksi tersebut, tentunya secara alamiah disadari atau pun tidak disadari, afiliasi kelompok, kepentingan kelompok akan menjadi pertimbangan. Tetap saja dalam diskusi itu, ada yang termanipulasi, dan ada pula yang hanya diam dan memperhatikan situasi sekeliling, untuk mengetahui opini yang dominan dalam diskusi tersebut.

Situasi ini, mengungkapkan dan sekaligus menguatkan penjelasan Habermas tentang komunikasi yang terdistorsi secara sistematis. Dalam hal ini, para moderator dalam diskusi teragendakan itu memiliki perilaku tindakan rasional-bertujuan (strategis), yakni memiliki *orientasi pada sukses*. Gagal atau berhasilnya suatu tindakan diukur dari sejauhmana keberhasilannya dalam mewujudkan suatu tujuan. Dalam konteks diskusi yang teragendakan di ruang kopi, nampak jelas bahwa tujuan dari para komunikator komunikasi dalam diskusi tersebut ialah mengembangkan opini publik di kota tersebut. Opini publik tersebut, digunakan baik untuk mendukung suatu kebijakan yang sudah diimplementasikan, maupun yang sedang di rancang regulasinya, atau bahkan mengembangkan opini tandingan guna mempengaruhi kebijakan publik. Sebagai contoh adalah diskusi di Warung Kopi Phoenam pada Rabu, 6 Desember 2006 dalam rangka menyambut Pilgub Sulsel (Mangara & Syafei, 2008).

Uraian ini mengarahkan kita pada pemahaman bahwa ternyata warung kopi di kota Makassar yang menjadi arena komunikasi sosial di wilayah tersebut, tidak terbebas/steril dari berbagai kepentingan. Banyak kepentingan yang bermain dan memperjuangkan diri melalui diskusi-diskusi yang dibangun dan

⁶ Bandingkan jika penyelenggaraan diskusi dilaksanakan di hotel atau tempat-tempat yang khusus digunakan untuk pertemuan semacam itu.

terlaksana secara teragendakan. Kepentingan ini multipihak ini sering kali berhimpitan. Kepentingan pemda atau birokrat dalam memperjuangkan kebijakannya untuk mendapatkan dukungan masyarakat, mendapatkan dukungan dari individu independen yang memiliki kepentingan untuk memasuki arena kekuasaan. Sementara dukungan dari pihak LSM biasanya karena kepentingan dalam kemudahan mengakses informasi tentang sumber-sumber pendanaan dan juga kemudahan untuk mendapatkan pendanaan dari pihak funding internasional karena hubungan baik mereka dengan pemda setempat, dewasa ini, menjadi salah satu pertimbangan utama dari funding untuk memberikan pendanaan kepada proyek-proyek yang diajukan oleh LSM setempat.

Namun demikian, diskusi-diskusi yang tidak teragendakan, pertemuan yang bersifat spontan yang kemudian berlanjut menjadi ajang diskusi, dapat dikelompokkan dalam tindakan komunikasi yang bersifat rasional. Semua peserta secara bebas dan terbuka mengungkapkan klain validitas ujarannya dengan menggunakan dasar rasionalitas dan pengalaman-pengalaman subyektif mereka tentang hal yang didiskusikan. Masing-masing peserta mendapatkan kesempatan untuk melakukan kritik dan terbuka untuk menerima kritik, sehingga tercipta pemahaman intersubjektif di antara peserta diskusi atau disebut juga sebagai konsensus.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam warung kopi di kota Makassar dapat terbangun opini publik yang bersifat genuine dan ada yang bersifat artifisial. Artinya, dalam warung kopi di kota Makassar terjadi dua bentuk komunikasi, yakni pertama, komunikasi yang bersifat rasional yang bebas dari tekanan dan pengarahan pihak-pihak tertentu, melalui

diskusi yang tidak teragendakan dan komunikasi yang bersifat strategis atau manipulatif dan persuasif, melalui diskusi-diskusi yang teragendakan, yang dikesankan tanpa tekanan atau bebas dari kuasa kelompok-kelompok tertentu, namun diarahkan oleh fasilitator yang merupakan orang-orang yang dekat dengan penguasa atau tokoh-tokoh LSM yang memiliki kepentingannya sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Implikasi Penelitian

Dari kesimpulan penelitian, jika dihubungkan dengan teori Rasionalitas komunikasi Habermas, temuan ini menjelaskan bahwa diskusi-diskusi teragendakan di warung kopi kota Makassar dijalankan oleh aktor atau pelaku tindakan rasional-bertujuan (strategis) memiliki *orientasi pada sukses*. Gagal atau berhasilnya suatu tindakan diukur dari sejauhmana keberhasilannya dalam mewujudkan suatu tujuan yang juga dikategorikan dalam interaksi sosial, namun dalam hal ini interaksi tidak bersifat *genuine*. Tujuan dari diskusi atau interaksi ini ialah memajukan kepentingan kelompok tertentu. Bisa saja kelompok itu adalah aktifis LSM, pemerintah, atau mantan aktifis yang dekat dengan pemerintah namun bukan bagian dari pemerintah. Adapun tujuannya ialah menggalang opini tertentu dalam masyarakat guna mendukung kebijakan atau program yang digulirkan. Bahkan dalam Pilkada, warung kopi digunakan sebagai ajang kampanye para kontestan.

Hal ini dijelaskan Habermas bahwa di dalam suatu interaksi, para pelaku tindakan strategis bisa dengan sadar menipu pihak lain sehingga menjadi manipulasi. Akan tetapi, di dalam interaksi pelaku bisa

dengan 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 maka terjadilah apa yang disebut sebagai '*komunikasi yang terdistorsi secara sistematis.*'

Selanjutnya Habermas menyatakan bahwa semua wilayah kehidupan sosial kita yang memungkinkan kita membentuk opini publik disebut sebagai ruang publik oleh Habermas. Sehingga warung kopi di kota Makassar dapat disebut sebagai salah satu bentuk ruang publik. Semua warga masyarakat pada prinsipnya boleh memasuki dunia macam itu. Mereka sebetulnya adalah pribadi-pribadi bukan dengan kepentingan bisnis atau profesional, bukan pejabat atau politikus, tetapi percakapan mereka membentuk suatu publik, sebab bukan persoalan pribadi mereka yang diperlakukan, melainkan soal kepentingan umum yang dibicarakan tanpa paksaan. Barulah dalam situasi tersebut berlaku sebagai publik, sebab mereka memiliki jaminan untuk berkumpul dan berserikat secara bebas dan menyatakan serta mengumumkan opini-opini mereka secara bebas pula.

Dihubungkan dengan temuan hasil penelitian ini, dalam konteks diskusi teragendakan, dapat disimpulkan bahwa ternyata tidak ditemukan ruang publik sebagai arena diskusi yang terbebas dari kuasa dan kepentingan. Artinya warung kopi di kota Makassar menjadi arena bertemunya beragam kepentingan dari berbagai pihak yang memperjuangkan kepentingannya dengan berbagai cara, bisa saja terjadi manipulasi, manakala aktor yang terlibat dalam proses diskusi di warung kopi tersebut, melakukan tehnik-tehnik persuasi dalam mempengaruhi aktor lainnya. Biasanya sang aktor menggunakan

analogi, statistik, kesaksian, kutipan, muslihat atau semua tehnik tersebut. Sementara pihak lain bisa saja dengan menyampaikan janji-janji tertentu sebagai iming-iming kepada aktor lainnya, agar yang bersangkutan mengikuti ide atau pendapat aktor yang bersangkutan. Atau interaksi para aktor secara sadar menipu diri mereka sendiri seakan-akan tidak bertindak secara strategis sementara menampakkan diri mereka seolah-olah ingin mencapai saling pemahaman. Dalam proses diskusi ini, terkesan yang dikemukakan, aktor yang bersangkutan adalah argumentasi logis, tetapi tidak memberi peluang kepada aktor yang lainnya untuk melakukan kritisi terhadap apa yang dikemukakannya, atau dalam bahasa Habermas ialah '*komunikasi yang terdistorsi secara sistematis*' telah terjadi di warung kopi kota Makassar.

Namun dalam konteks diskusi (bincang-bincang) warung kopi yang bersifat spontan, terjadi tindakan komunikasi yang bersifat rasional, atau komunikasi yang *genuine*. Suatu interaksi komunikasi yang bersifat *genuine* adalah interaksi yang dilakukan dalam tindakan-tindakan komunikatif. Pelaku tindakan komunikatif memiliki *orientasi pada pencapaian pemahaman*. Dalam hal ini, sukses tidak menjadi ukuran, dan tindakan ini tidak bersifat egosentris. Keberhasilan tindakan justru tampak pada tercapainya saling pemahaman kedua belah pihak komunikasi.

Terlepas dari temuan-temuan penelitian ini, tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran warung kopi di kota Makassar sebagai ruang publik, ruang bertemunya beragam kepentingan berbagai pihak, sekaligus menjadi tempat melakukan pengujian terhadap validasi ujaran berbagai kelompok kepentingan, memberikan ruang pada kelompok-kelompok yang selama ini

memiliki akses yang terbatas atau tidak memiliki akses sama sekali untuk menggunakan media konvensional, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Kelompok ini seakan menemukan oase digurun pasir, yakni warung kopi sebagai tempat untuk menyampaikan dan sekaligus memperjuangkan kepentingan-kepentingan yang selama ini cenderung diabaikan, yakni kepentingan masyarakat akar rumput. Artinya, telah terjadi transformasi masyarakat di kota Makassar, yang ditandai dengan meningkatnya partisipasi kelompok yang selama ini dipandang sebelah mata oleh kelompok penguasa, yakni kelompok-kelompok LSM dan media untuk melakukan diskusi diskusi rasional yang bersifat publik di warung kopi. Fenomena ini tidak terlepas dari bergulirnya roda reformasi di Indonesia, yang membawa perubahan terhadap kebebasan untuk berkumpul, berserikat dan mengemukakan pendapatnya. Sisi positif dari kehadiran warung kopi sebagai arena diskusi publik, dapat dipandang sebagai *trigger* terhadap diskusi-diskusi tentang kebijakan publik yang diharapkan dapat menyentuh kepentingan publik, yang selama periode rezim Orde Baru, hal ini nyaris tidak dimungkinkan terjadi atau bahkan tidak diperkenankan. Namun dapat saja, diskusi-diskusi di warung kopi tersebut ternyata membawa kepentingan-kepentingan kelompok tertentu, terutama kelompok penguasa, guna melanggengkan kuasa. Sehingga analisis lebih lanjut, tentang bagaimana kelompok-kelompok LSM tersebut menggunakan warung kopi sebagai ruang publik untuk melakukan perlawanan terhadap hegemoni kelompok penguasa, menjadi penting. Jika kelompok LSM ini, sebagai salah satu kekuatan kontrol dalam masyarakat, tidak berhasil atau gagal dalam melakukan hegemoni tandingan,

atau bahkan menjadi bagian dari kelompok yang mengendalikan kuasa, maka yang terjadi adalah semakin kuatnya cengkraman kelompok hegemon tersebut, sehingga tidak akan terjadi pluralisme opini.

B. Saran

a) Teoritis

Secara teoritis dengan penelitian ini, ditemukan fakta yang mendukung teori rasionalitas komunikasi Habermas dalam konteks diskusi atau interaksi komunikasi di warung kopi yang tidak teragendakan. Namun pada konteks interaksi komunikasi (diskusi) yang teragendakan yang terjadi adalah komunikasi yang terdistorsi secara sistematis. Dalam perspektif teori kritis, yang melakukan tindakan strategis selalu dihubungkan dengan pihak pemilik kapital atau bekerjasama dengan pihak penguasa. Namun dalam temuan penelitian ini, pihak LSM juga memiliki kepentingan untuk melakukan distorsi komunikasi dalam warung kopi tersebut. Pihak LSM, guna mendapatkan dana dari pihak "tertentu" diharuskan untuk "eksis". Sementara penyandang dana asing (*funding*) yang tidak lain adalah perpanjangan tangan dari pemilik kapital besar di Amerika Serikat atau pun Eropah. Dengan demikian, saran teoritis dari penelitian ini, adalah diperlukan perspektif teori kritis dalam memahami gejala interaksi komunikasi di warung kopi kota makassar sebagai salah satu wujud dari ruang publik, guna memlihat kepentingan yang bermain dalam arena ruang publik berupa warung kopi tersebut.

b) Metodologis

Secara metodologis, penelitian dengan sudut pandang etnometodologi mensyaratkan kemampuan peneliti untuk meraih pemahaman lokal tentang kejadian-

kejadian spesifik dan kelompok-kelompok sosial spesifik, karena realita tersusun secara sosial. Kaum interpretif percaya bahwa pemahaman ini dapat dicapai hanya dari sudut pandang pelaku. Dalam rangka memperoleh pemahaman, seorang peneliti harus berusaha meminimalkan jarak antara yang mengetahui dan yang diketahui, dan temuan-temuannya merupakan penciptaan interaksi antara periset dan komunitas. Ini memerlukan "penelitian dari dalam" yakni peneliti harus menceburkan dirinya ke dalam latar sosial, mengkombinasikan pengamatan dan wawancara dengan pengalaman pribadinya sendiri dilapangan. Hasil dari penelitian ini, menurut Weber ialah *verstehen* (pemahaman) yang bersifat lokal. Sementara, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan teman-teman LSM, ternyata di Indonesia, banyak warung kopi sejenis di kota Makassar yang tersebar dari Aceh sampai dengan Irian. Jika melihat warung kopi di hampir seluruh pulau besar di Indonesia. Sehingga menjadi penting untuk mengetahui dan menjelaskan komunikasi sosial di warung kopi secara nasional dengan menggunakan pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif.

c. Praktis

Secara praktis, perlu ditumbuh kesadaran rasional dari para aktor komunikasi di warung kopi tentang arti penting warung kopi sebagai arena komunikasi sosial oleh masyarakat kota Makassar yang dapat digunakan sebagai alat untuk menjangkau opini publik yang *genuine*, sehingga kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah merupakan representasi dari keinginan masyarakat kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, Ben. 2007
Teori Sosial Kritis, Kritik – Penerapan dan – Implikasinya, (Terjemahan : Nurhadi), Kreasi wacana, Yogyakarta.
- Arge, Rahmān. 2007
Permainan Kekuasaan, Rumah Karya Arge, Jakarta.
- Barker, Crish. 2000
Cultural Studies, Theory and Practice, Sage Publications, London.
- Coulon, Alain. 2008
Etnometodologi, (Alih Bahasa: Jimmy Ph), Yayasan Lengge dan KKSK, Ampenan – Jakarta.
- Culla, Adi Suryadi. 2006
Rekonstruksi Civil Society; Wacana dan Aksi Ornop Indonesia, YLBHI – WALHI – LP3ES, Jakarta.
- Danesi, Marcel. 2010
Pesan, Tanda, dan Makna, (Alih Bahasa: Evi Setyarini dan Lusi Lian Piantari), Jalasutra, Yogyakarta.
- Denzin, Norman K and Lincoln, Yvonna S. (ed.). 2009
Handbook Qualitatif Research, (Alih Bahasa: Dariyatno dkk.), Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Eriyanto. 1999.
Metodologi Polling: Memberdayakan Suara Rakyat, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- _____. 2001.
Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media, LKIS, Yogyakarta.
- Fairclough, Norman. 1998.
Critical Discourse Analysis; The Critical Study of Language, Addison Wesley Longman Inc., New York.
- _____. 2005.
Analising Discourse; Textual Analysis for Social Research, Routledge, New York.
- Fauzi, Ibrahim Ali. 2003
Jurgen Habermas, Teraju, Jakarta
- _____. 2007
Penyingkapan Kuasa Simbol; Apropriasi Refleksi Pemikiran Pierre Bourdieu, Juxtapose, Yogyakarta
- Fiedler, Klaus (ed.), 2007
Social Communication, Psychology press, New York
- Fiske, John. 2006
Cultural and Communication Studies, (Alih Bahasa : Yosali Iriantara dan Idi Subandi Ibrahim), Jalasutra, Yogyakarta
- Habermas, Jürgen. 2009.
Teori Tindakan Komunikatif I; Rasio dan Rasionalitas Masyarakat, (Alih Bahasa: Nurhadi), Kreasi Wacana, Bantul.
- _____. 2009.
Teori Tindakan Komunikatif I; Kritik atas Rasio Fungsionalis, (Alih Bahasa: Nurhadi), Kreasi Wacana, Bantul.
- _____. 1997
The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, Cambridge Massachusetts: The MIT Press
- _____. 1975
Krisis Legitimasi, (terjemahan: Yudi Santoso), Qalam, Yogyakarta
- Hardiman, F Budi. 1990
Kritik Ideologi, Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan, Pustaka Filsafat Kanisius, Jakarta
- _____. 2003
Menuju Masyarakat Komunikatif, Pustaka Filsafat, Kanisius, Jakarta
- Hidayat, Dedy N. 2002
Paradigma dan Metodologi Penelitian, (Makalah Pelatihan Reset Komunikasi, disampaikan pada 20 – 23 Agustus 2002), Pusat kajian Komunikasi, FISIP – UI.
- Juliawan, B Hari. 2003
Ruang Publik Habermas, Solidaritas Tanpa Intimitas, Jurnal Basis, No 11 – 12 Tahun ke -53, November – Desember, Jakarta.
- Latif, Yudi dan Ibrahim, Idi Subandi (ed). 1996
Bahasa dan kekuasaan; Politik Wacana Di Panggung Orde Baru, Mizan, Bandung.
- Lechte, John. 2007
50 Filsuf Kontemporer, dari Strukturalisme sampai Postmodernitas, (terjemahan :

- Gunawan Admiranto), Pustaka Filsafat Kanisius, Jakarta
- Lippmann, Walter. 1988
OPINI UMUM, Antara Rekayasa dan Realitas, (Alih bahasa: S Maimoen), Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2009
Teori Komunikasi, (Alih bahasa: Mohammad Yusuf Hamdan), Humanika Salemba, Jakarta.
- Mangara, Andy dan Mohammad Syafei. 2008
Demokrasi dari Warung Kopi, Gora Pustaka Indonesia bekerjasama dengan Bhakti, Makassar.
- Marijan, Kacung. 2010.
Sistem Politik Indonesia; Konsolidasi Demokrasi Pasca - Orde Baru, Kencana Predana Group, Jakarta
- McCarthy, Thomas. 1994
The Critical Theory of Jurgen Habermas, The MIT Press, Massachusetts, USA.
- Miles, Matthew B dan Huberman, A Michael. 1992
Analisis Data Kualitatif, (Alih Bahasa: Tjetjep Rohendi Rohidi), Universitas Indonesia, Jakarta.
- Miller, Katherine. 2005
Communication Theories; Perspective, Processes, and Contexts, McGraw - Hill Companies, Inc., New York.
- Nimmo, Dan. 1989 (a)
Komunikasi Politik; Komunikator, Pesan, dan Media, (Alih Bahasa: Tjun Surjaman), CV. Remaja Karya, Bandung.
- _____. 1989(b)
Komunikasi Politik; Khalayak dan Efek, (Alih Bahasa: Tjun Surjaman), CV. Remaja Karya, Bandung.
- Parera, Frans M dan Koekerist, T. Jakob (ed.). 1999
Reformasi Kehidupan Bernegara; dari Krisis ke Reformasi, PT. Kompas Media Nusantara, Jakarta.
- Salim, Agus. 2001
Teori dan Paradigma Penelitian Sosisal; Pemikiran Norman K Denzin & Egon Guba, dan Penerapannya, Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Said, Mashadi. 2008.
Konsep Jati Diri Manusia Bugis, Sebuah Telaah Filsafati tentang Kearifan Bugis, Churia Press, Ciputat, Tangerang Selatan.
- Sugiyono. 2007
Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Suseno, Frans Magnis. 2006
12 Tokoh Etika Abad ke - 20, Pustaka Filsafat Kanisius, Jakarta
- Rogers, Everett M. 1997
A History of Communication Studi; A Biographical Approach, The Free Press, New York.

- Titscher, Stefan, dkk. 2009
Metode Analisis Teks dan Wacana,
(Alih Bahasa : Gazali dkk), Pustaka
Pelajar, Yogyakarta.
- Thompson, John B. 2004
*Kritik Ideologi Global – Teori Sosial
Kritis tentang Relasi Ideologi dan
Komunikasi Massa*, (Alih Bahasa :
Haqqul Yaqin), IRCISoD,
Yogyakarta.
- Tudor, Henry. 1984
*Mitos dan Ideologi Politik (Konsep-
Konsep Kunci)*, (Terjemahan :
Hasan Basari), Sangkala Pulsar,
Jakarta