

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan berdemokrasi, pemahaman terhadap suatu budaya politik, dapat menjadi titik awal dalam menganalisis kehidupan sistem politik suatu kelompok, negara, atau bangsa, yang kemudian dapat memberi kontribusi dalam menganalisis dan mengembangkan suatu kehidupan demokrasi. Budaya politik adalah aspek politik dari sistem nilai-nilai yang terdiri dari ide, pengetahuan, adat istiadat, mitos, yang dikenal dan diakui oleh sebagian besar suatu masyarakat (Widjaya, 1988: 250). Budaya politik merupakan hal yang bernilai dan berdampak terhadap pelaksanaan suatu sistem politik.

Pemahaman tentang budaya politik merupakan konsep yang menghubungkan antara nilai-nilai, sikap, dan kepercayaan yang dianut bersama dengan relasi kekuasaan. Hubungan elemen-elemen ini berdampak terhadap suatu sistem politik dan realisasinya. Budaya politik secara luas dapat dipahami sebagai sistem kepercayaan yang dimiliki bersama (*a shared system of beliefs*) terhadap suatu pemerintahan, dan peran warganegara dalam pemerintahan tersebut. Dengan kata lain, pemahaman tentang budaya politik ini menyangkut gambaran masyarakat mengenai wajah pemerintahannya dan bagaimana seharusnya pemerintahan tersebut berjalan.

Salah satu aspek budaya politik yang cukup esensial dalam sistem politik dewasa ini adalah ruang publik (*public sphere*) yang dapat mewadahi publik dalam menyampaikan aspirasinya kehadapan pemerintah (negara). Ruang publik inilah yang diharapkan dapat berperan sebagai kontrol publik terhadap jalannya pemerintahan maupun sebagai jembatan kepentingan publik terhadap pemerintah.

Jurgen Habermas menjelaskan ruang publik sebagai ruang (kondisi-kondisi) yang memungkinkan para warga negara (*private sphere*) datang bersama-sama mengartikulasikan kepentingan-kepentingannya untuk membentuk opini dan kehendak bersama secara diskursif (Habermas, 1993: 27, 176). Kondisi-kondisi yang dimaksudkan Habermas adalah pertama, semua warga negara yang mampu berkomunikasi, memiliki hak yang sama dalam berpartisipasi di ruang publik. Kedua, semua partisipan memiliki peluang yang sama untuk mencapai konsensus yang *fair* dan memperlakukan rekan komunikasinya sebagai pribadi-pribadi yang otonom dan bertanggung jawab, dan bukan sebagai alat yang dipakai untuk kepentingan tertentu. Ketiga, ada aturan bersama yang melindungi proses komunikasi dari tekanan dan diskriminasi, sehingga argumen yang lebih baik menjadi dasar proses diskusi<sup>1</sup>. Dengan kata lain, dalam ruang publik, kondisi-kondisi (nilai-nilai) yang tercipta adalah kondisi yang inklusif, egaliter, dan bebas tekanan (Hardiman, 1994: 44).

Berbicara tentang ruang publik dalam pengertian politis (*political public sphere*), berarti bagaimana diskusi publik yang terbentuk dari kepentingan-kepentingan individu dihubungkan dengan kekuasaan negara. Ruang publik politis

---

<sup>1</sup> Habermas (1993), *Ibid.*, hal. 36-37

adalah ruang publik yang menjembatani antara kepentingan publik dan negara, yang mana publik mengorganisasi dirinya sebagai sebagai pemilik opini publik berdasarkan prinsip demokrasi (Habermas, 2002: 102-103). Ruang publik (politis) ini pada esensinya merupakan ruang demokrasi bagi publik untuk menyampaikan aspirasinya terhadap pemerintah sebagai penanggung jawab penyelenggaraan pemerintahan (kekuasaan). Artinya bahwa ruang publik tersebut berasal dari kepentingan publik, oleh kepentingan publik, dan untuk kepentingan publik itu sendiri, tanpa campur tangan dari pihak-pihak tertentu, seperti pribadi atau kelompok, maupun dari pihak pemerintah. Jadi, esensi ruang publik adalah nilai-nilai demokrasi yang mementingkan kepentingan bersama (publik). Nilai demokrasi maksimal inilah yang menjadi inti suatu ruang publik politis.

Di Sulawesi Selatan, khususnya pada masyarakat Bugis Makassar, konsep ruang publik politis sebagai ruang demokrasi, sebagaimana yang disinyalir oleh Habermas sebagai ruang publik politis yang dapat memediasi antara kepentingan publik dengan pemerintah (penguasa), sebenarnya telah ada sejak berlangsungnya masa-masa kerajaan di Sulawesi Selatan.

Dalam tradisi masyarakat Bugis Makassar dikenal istilah *tudang sipulung* yang secara harfiah berarti “duduk bersama”, namun secara konseptual merupakan ruang kultural yang demokratis bagi publik (rakyat) untuk menyuarakan kepentingan-kepentingannya dalam rangka mencari solusi atas permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi.

*Tudang sipulung* ini yang menjadi ruang demokrasi untuk memperoleh kata mufakat atas pertikaian atau permasalahan yang sedang dihadapi. Ruang kultural *tudang sipulung* inilah yang dianggap oleh Habermas sebagai representasi ruang publik politis (*political public sphere*) pada awal abad ke 18 di Eropa. *Tudang sipulung* ini berlangsung secara demokratis karena dilandasi oleh nilai-nilai luhur dan kebijaksanaan adat, di antaranya seperti nilai-nilai kejujuran (*lempu'*), perilaku yang benar (*gau tongeng*), saling menghargai (*sipakatau*), harga diri/malu (*siri'*), yang sangat dihormati dan dijunjung tinggi oleh rakyat maupun penguasa (raja).

Hasil kesepakatan dalam *tudang sipulung* ini kemudian dapat menjadi sebuah keputusan/ketetapan yang mengikat semua unsur yang terlibat dalam *tudang sipulung* tersebut. Disebutkan dalam *Lontara'* Bugis Makassar bahwa keputusan tertinggi suatu kekuasaan berada pada kehendak rakyat (ditangan rakyat). Dengan kata lain, kehendak rakyatlah yang menjadi hukum tertinggi dalam suatu tata urutan hukum adat (Mattulada, 1974: 34).

Jadi, istilah ruang publik sebagai ruang demokrasi yang sering dipakai pada masa sekarang ini, sebenarnya esensi dan aplikasinya telah diterapkan sejak masa-masa kerajaan di Sulawesi Selatan. Namun seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan jaman, konsep dan praktik nilai-nilai (kondisi-kondisi) *tudang sipulung* sebagai ruang berdemokrasi ala masyarakat tradisional Bugis Makassar, perlahan-lahan mulai hilang dan tergantikan dengan nilai-nilai (kondisi-kondisi) ruang publik kontemporer yang (banyak) diintervensi oleh kepentingan pemerintah dan pemilik modal (pasar) yang dimediasi oleh media massa.

Kilasan sejarah Orde Baru (Orba) di Indonesia menunjukkan, bagaimana ruang-ruang yang seharusnya menjadi ekspresi milik publik, dalam realitas sosialnya malah terkooptasi dan terdominasi oleh kepentingan pemerintah (negara). Kekuatan otoriter Orba terbukti telah mendikte ruang-ruang publik. Lembaga-lembaga perwakilan, seperti Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) misalnya, yang seharusnya menjadi penyambung kepentingan publik, malah turut mendukung kepentingan pemerintah (negara). Aktivitas ruang publik dipenuhi oleh doktrin-doktrin pembangunan pertumbuhan ekonomi yang berbalut dengan pelanggaran kekuasaan Orba, yang tentu saja aktivitas kepublikan tersebut berlangsung di bawah teror dan todongan senjata.

Saat ini, angin demokrasi telah berhembus di Indonesia. Angin demokrasi ini telah membuka kembali ruang-ruang kebebasan bagi publik dalam era reformasi. Reformasi 1998 merupakan penegasan atas proses demokrasi tersebut. Kebebasan pers pun memperoleh napasnya kembali setelah sekian lama terbelenggu oleh pemerintahan Orba (negara). Dikeluarkannya UU No. 40/1999 tentang kebebasan pers oleh pemerintahan BJ. Habibie, maka kebebasan berkumpul dan berpendapat semakin terbuka lebar. Dengan berakhirnya kekuasaan negara atas ruang-ruang publik, maka kekuasaan atas ruang-ruang publik diambil alih oleh kekuatan pasar di era kapitalisme. Hal ini kemudian membuat ruang-ruang publik kembali terbelenggu di bawah “cengkaman” kekuatan pasar, dan kekuatan pasar ini menjadi “roh” ruang-ruang publik kontemporer di era liberalisasi pasar dewasa ini di tanah air.

Di Sulawesi Selatan pada umumnya dan di Makassar pada khususnya, fenomena ruang-ruang publik kontemporer banyak muncul dalam wujud warung-warung kopi. Warung-warung kopi menjadi sarana publik Makassar untuk berinteraksi dan berdiskusi. *Trend* warung-warung kopi sebagai tempat berdiskusi mulai terasa di Makassar sejak 2003-an<sup>2</sup>. Sebenarnya, keberadaan warung kopi bukan merupakan hal yang baru muncul di Makassar. Pada masa penjajahan pun telah berdiri beberapa warung kopi, di antaranya warung kopi Phoenam, yang telah berdiri sejak tahun 1946 dan masih bertahan hingga sekarang<sup>3</sup>.

Di antara beragam dan maraknya fenomena warung kopi di Makassar, Phoenam cukup mendapat tempat bagi warga Makassar. Pertama, Phoenam telah hadir sejak tahun 1946 di Makassar dan masih bertahan hingga kini, bahkan telah membuka cabang di beberapa tempat di Makassar, di Sulawesi Selatan, termasuk di Jakarta. Kedua, Phoenam bersama dengan Mercurius, merintis *talkshow* secara reguler yaitu 2 kali sebulan, yang diberi label Obrolan Warkop Phoenam yang membahas isu-isu aktual dan lokal seputar Makassar secara khusus ataupun isu-isu nasional secara umum. *Talkshow* di Phoenam tersebut kemudian mulai ramai diikuti dan diselenggarakan warung-warung kopi lain. Ketiga, keterlibatan tokoh-tokoh publik dalam “menghidupkan” perbincangan publik baik lewat *talkshow* maupun jumpa pers di Phoenam. Keempat, para pencari berita (wartawan) sering menjadikan Phoenam sebagai tempat untuk mencari berita dan informasi untuk kepentingan

---

<sup>2</sup> Lihat liputan *Tribun Timur*, 19 Pebruari 2007).

<sup>3</sup> Lihat Fajar on line di <http://www.fajar.co.id/news.php?newsid=30063> (dipunggah 29 Juli 2007)

medianya. Media lokal harian *Fajar* misalnya, sering memuat hasil-hasil *talkshow* atau hal-hal seputar jumpa pers yang dilakukan di Phoenam sebagai laporan liputannya.

Melihat peran dan posisi strategis Phoenam tersebut di atas, dan beragamnya elemen publik yang terlibat di Phoenam, maka dapat dikatakan bahwa Phoenam telah menjadi representasi ruang publik kontemporer di Makassar, dan *trend setter* sebagai “ruang publik politis” bagi pertarungan ideologis dari berbagai kelompok (publik) yang berkepentingan atas opini publik.

Dalam konteks penelitian pertarungan ideologis di ruang publik Phoenam ini, pengertian ruang publik (politis) Phoenam mengacu kepada elemen-elemen publik yang terlibat di dalam Phoenam Makassar, yaitu media massa, tepatnya stasiun radio Mercurius Makassar dan media harian *Fajar*, *talkshow*, tokoh-tokoh publik yang mewakili publik dalam *talkshow* dan jumpa pers, Phoenam sendiri (warung kopi), dan para pengunjung atau komunitas Phoenam. Definisi operasional ini, yaitu ruang publik Phoenam, selanjutnya akan digunakan seterusnya untuk merujuk dan menjelaskan permasalahan-permasalahan pokok yang ada di dalam penelitian mengenai ruang publik Phoenam ini.

Karena kedudukannya sebagai ruang publik (politis), maka keberadaan ruang publik Phoenam tidak dapat dilepaskan dari relasi-relasi kekuasaan (*power relations*) dan relasi ideologis yang bermain dibaliknya. Relasi ruang publik dan pertarungan ideologis ini dapat dipahami lewat konsep hegemoni dari Antonio Gramsci.

Dalam *Selections from Prison Notebooks* (1996), Gramsci mengungkapkan bagaimana konsep hegemoni tidak hanya menjelaskan dominasi politik lewat kekuatan, akan tetapi juga melalui kepemimpinan intelektual dan moral di dalam sebuah relasi yang kompleks di antara sistem kekuasaan dan berbagai elemen sosial, yang di dalamnya sangat penting peran ruang publik (Gramsci, 1996: 57-58, 80, 161). Jadi, ruang publik dan penerimaan publik (*public consent*) yang terbentuk di dalamnya, merupakan hal yang menjembatani antara kepentingan publik dan kepentingan penguasa (untuk melanggengkan kekuasaan), yang di dalamnya berlangsung pertarungan ideologis secara terus menerus.

Di dalam pertarungan ideologis tersebut, sangat berperan institusi yang mengembangkan, membentuk dan menyebarkan opini publik, yaitu salah satunya, media massa. Sebagai pembentuk dan penyebar opini publik, maka media massa pun merupakan bagian dari ruang publik. Dalam lintasan sejarah, media massa pada rejim Orde Baru (Orba) telah memberi pengalaman buruk bagi publik di tanah air. Media massa lebih berperan sebagai bagian dari aparatus ideologis negara (Althusser dalam Zizek, 1999: 109-113)<sup>4</sup> atau regulasi negara (*state regulation*) yang tidak mampu menempatkan diri sebagai ruang publik yang demokratis. Setelah Orde Baru tumbang, “kebebasan” menjadi napas baru bagi media massa dalam menjalankan peran dan fungsi ruang publiknya. Namun napas kebebasan itu pula yang menguatkan era regulasi pasar (*market regulation*) (Dedy N Hidayat, 2003: 3).

---

<sup>4</sup> Istilah ini mengacu kepada konsep perangkat ideologi dari Althusser, yang membagi ideologi ke dalam dua kategori yaitu *ideological state apparatus* (aparatus ideologis negara) dan *repressive state apparatus* (aparatus represif negara).



Dengan demikian, media massa, dalam hal ini stasiun radio dan surat kabar, berada di dalam ranah pertarungan antara peran dan fungsi ruang publiknya dengan eksistensi dirinya yang berada dalam era regulasi pasar yang menuntut kompetisi yang tinggi, sehingga media massa pun turut bertarung dalam memperebutkan hegemoni atas gagasan ideologis yang sedang diperjuangkannya. Dalam konteks ini, maka peran Fajar dan Mercurius cukup signifikan dalam pertarungan tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini secara garis besar melihat bagaimana perubahan struktural ruang publik di Makassar dari ruang kultural tradisional ke ruang publik kontemporer yang direpresentasikan lewat ruang publik Phoenam. Secara khusus, penelitian ini mengurai berbagai pertarungan kekuasaan di ruang publik Phoenam, dalam rangka mengungkap derajat kepublikan ruang publik Phoenam. Derajat kepublikan ruang publik Phoenam ini dilihat dari seberapa efektifnya komunikasi yang terjalin di dalamnya, apakah sesuai dengan prinsip-prinsip demokrasi maksimal ruang publik (politis). Prinsip-prinsip demokrasi maksimal yang dimaksud adalah kondisi-kondisi yang memungkinkan berlangsungnya proses komunikasi secara inklusif, egaliter dan bebas tekanan atau benar, adil, dan tulus.

Dengan pendekatan *cultural studies* (kajian budaya), penelitian ini bermaksud mengungkap berbagai relasi-relasi ideologis yang “bermain” di balik representasi ruang publik Phoenam, yang pada akhirnya menyingkap praktik-praktik dominasi dan ketidakadilan dalam ruang publik Phoenam, dan kemudian menjadi sebuah kritik terhadap gejala berdemokrasi di Makassar di era kapitalisme kontemporer.

Selain itu, penelitian ini juga relevan untuk menstimulasi dalam mencari model budaya politik yang berlandaskan pada kearifan budaya politik tradisional Indonesia, tepatnya budaya Bugis Makassar, mengingat konsep “berdemokrasi” sebenarnya telah berlangsung sejak abad ke-14 dalam budaya politik tradisional Bugis Makassar, namun perlahan-lahan tergantikan oleh budaya politik kontemporer yang banyak direpresentasikan oleh media massa dan tokoh-tokoh publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan pertama difokuskan pada relasi-relasi kekuasaan yang berlangsung dalam ruang publik Phoenam. Relasi-relasi kekuasaan ini berinteraksi satu sama lain dalam rangka memperebutkan hegemoni atas gagasan ideologis yang sedang diperjuangkan. Relasi kekuasaan yang dimaksud adalah relasi-relasi antar berbagai elemen publik dalam ruang publik Phoenam, yaitu media massa beserta *talkshow* di Phoenam, Phoenam (warung kopi), tokoh-tokoh publik, dan para pengunjung dan komunitas Phoenam. Elemen-elemen inilah yang kemudian membentuk ruang publik Phoenam Makassar. Fokus masalah ini akan melihat bagaimana masing-masing elemen publik ini, dengan berbagai strategi dan konsensus mengorganisir dirinya menuju hegemoni.

Permasalahan kedua difokuskan pada persoalan kemampuan kepublikan ruang Phoenam dalam mewadahi berbagai pertarungan ideologis tersebut. Kemampuan kepublikan tersebut akan bermuara pada derajat kepublikan ruang publik Phoenam dalam memediasi berbagai kepentingan. Parameter derajat kepublikan ini dilihat dari

suasana demokratis yang tercipta dalam ruang publik Phoenam. Suasana demokratis yang dimaksud adalah suasana yang inklusif, egaliter, dan bebas tekanan, bagi elemen-elemen publik untuk terlibat secara *fair*, rasional, dan kritis, dalam ruang publik Phoenam.

Terkait dengan pemaparan di atas, maka permasalahan penelitian ruang publik Phoenam Makassar ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pertarungan ideologis yang berlangsung dalam ruang publik Phoenam Makassar?
2. Bagaimanakah tingkat/ derajat kepublikan ruang publik Phoenam Makassar?

### **1.3 Tujuan dan Relevansi Penelitian**

Berangkat dari permasalahan-permasalahan tersebut di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengungkap berbagai pertarungan ideologis (relasi-relasi kekuasaan) dalam ruang publik Phoenam Makassar,
2. Mengungkap derajat kepublikan ruang publik Phoenam Makassar.

Selain tujuan tersebut, penelitian ini juga secara khusus berelevansi dengan kondisi budaya politik kontemporer Indonesia yang telah mengalami perubahan yang signifikan, dari budaya politik tradisional ke kontemporer, akibat desakan pasar dan globalisasi sehingga (dianggap) perlu untuk mencari “alternatif-alternatif” baru dalam mengembangkan budaya politik Indonesia ke depan. Dalam konteks tersebut, maka penelitian ini berelevansi dalam:

- a. Mencari model berdemokrasi yang sesuai dengan nilai-nilai ke-Indonesiaan, yang bersumber dari nilai-nilai kearifan budaya politik tradisional (lokal) di Indonesia, yaitu budaya politik lokal Bugis Makassar.
- b. Membangkitkan kesadaran ke-Indonesiaan akan nilai-nilai kearifan budaya politik lokal yang dapat menjadi kekuatan dan filter dalam menghadapi maupun mengadaptasi setiap perubahan yang terjadi baik secara politis maupun ideologis.
- c. Menggugah kesadaran akan pentingnya nilai-nilai kekayaan dan kearifan kebudayaan lokal dan nasional dalam mencari alternatif pemikiran dan kepribadian nasional.
- d. Meletakkan esensi budaya politik tradisional dalam dalam konteks budaya politik kontemporer Indonesia sebagai bentuk kritik terhadap kondisi-kondisi budaya politik di Indonesia secara umum dan di Makassar secara khusus.

#### **1.4 Landasan Teori**

##### **1.4.1 Rasionalisasi Kekuasaan dan Perubahan Struktural Ruang Publik (*The Structural Transformation of the Public Sphere*).**

Konsep ruang publik secara detail banyak dibicarakan oleh Jurgen Habermas dalam *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1993). Dalam karya tersebut dibahas dua tema pokok, yaitu pertama, asal mula ruang publik kelas menengah (borjuis), yang muncul di Jerman, Prancis dan Inggris, pada awal abad ke-18, dan kedua, diikuti oleh analisis terhadap perubahan struktural di ruang publik di jaman modern, yaitu pada abad ke-19, yang ditandai oleh bangkitnya kapitalisme,

industri kebudayaan, dan makin kuatnya posisi organisasi-organisasi ekonomi serta kelompok bisnis besar yang mempengaruhi kehidupan ruang publik (Kelner, 2004) (Crossley, 2005: 228).

Karya tersebut merupakan usaha Habermas untuk menggali potensi-potensi kritis dan emansipatoris ruang publik yang akan terbuka dengan sendirinya bila ruang-ruang komunikasi diperluas dan pintu-pintu jaringan komunikasi dibuka secara lebar. Dengan diperluas dan diperlebarnya ruang-ruang komunikasi, maka publik akan memiliki lebih banyak kesempatan mempermasalahkan kehidupan sosial politiknya secara diskursif dan kritis. Hal ini berimplikasi terhadap penerimaan publik terhadap opini yang terbentuk dari hasil diskusi yang kritis rasional tersebut. Dengan demikian, unsur interaksi kritis rasional ini merupakan “batu ujian” bagi suatu opini dalam ruang publik, dan inilah yang dapat menjadi wujud nyata bagi rasionalisasi kekuasaan yang tengah berlangsung dalam masyarakat.

Rasionalisasi kekuasaan bukan sekedar masalah penentuan tujuan-tujuan rasional atas dasar pertimbangan-pertimbangan rasional, melainkan juga menuntut keterlibatan publik secara luas dalam pengambilan keputusan. Artinya, opini yang terbentuk melalui diskusi kritis rasional, benar-benar mencerminkan aspirasi masyarakat, dan hanya kekuasaan yang ditentukan oleh diskusi publik yang kritis merupakan kekuasaan yang dirasionalisasikan. Rasionalisasi kekuasaan pada gilirannya mengangkat isu demokrasi dalam arti bentuk-bentuk komunikasi umum, dan publik yang bebas dari sensor dan dominasi (otonom) yang terjamin secara institusional (Hardiman, 1993: 126-128).

Gagasan Habermas tentang ruang publik otonom ini bisa dimengerti bila dibaca dari kekagumannya terhadap rasionalisme *Aufklärung* (pencerahan). Menurut Habermas, *Aufklärung* tidak hanya mencerahkan akal budi individual, tapi juga akal budi publik sosial. Pandangan Habermas ini sangat dipengaruhi oleh idealisme Kantian (rasionalisme) mengenai *Aufklärung*. Seperti yang dikatakan Kant, *Aufklärung* bahwa penggunaan rasio secara kritis merupakan titik berangkat bagi manusia untuk meninggalkan hakikatnya yang kekanak-kanakan menuju pada keakilbaligan (*mündigkeit*). Dengan menjadi akilbalig (dewasa), berarti manusia telah menjadi otonom/merdeka dan bebas (dalam Sindhunata, 2004: 50-53). Oleh karena itu, penggunaan rasio secara kritis haruslah terbebas dari segala bentuk dominasi, tekanan, manipulasi, karena hanya dengan penggunaan rasio dengan cara inilah yang dapat membawa pencerahan. Jadi, rasionalitas komunikasi yang berlangsung di ruang publik haruslah berdasarkan pada kondisi-kondisi ideal komunikasi yang diperluas ke seluruh publik dan bebas dominasi. Kondisi-kondisi ideal komunikasi di sini bersifat normatif dan evaluatif terhadap kenyataan yang ada.

Agar rasionalitas komunikatif ini terwujud, Habermas mengandaikan berlakunya 3 syarat atau tuntutan (*claim*) komunikasi yang mesti ada agar perilaku komunikatif benar-benar bisa efektif, yaitu pertama bahwa dalam mengungkapkan sesuatu, orang harus benar-benar (jujur) mengemukakan kebenaran. Kedua, dalam mengemukakan kebenaran itu, orang harus mengupayakan keadilan terhadap yang lain. Ketiga, orang harus benar-benar saling tulus dan bersungguh-sungguh menjalin

relasi satu sama lain<sup>5</sup>. Jadi, komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan faktor kebenaran (benar), keadilan (adil), ketulusan (tulus), dalam konteks kehidupan bersama yang disebut Habermas dengan “dunia kehidupan”. Dunia kehidupan ini berkaitan dengan cakrawala, pengetahuan, nilai-nilai, dan norma-norma yang dimiliki, yang menjadi dasar bagi pemahaman dan penilaian.

Pandangan tersebut diletakkan dalam kerangka cita-cita Habermas tentang rasionalitas komunikatif, bahwa manusia dapat mencapai saling pengertian yang benar, adil, dan tulus jika ia terbebas dari segala belenggu yang menghalanginya untuk sampai pada tujuan tersebut. Belenggu tersebut bukan hanya belenggu sosial politik, tapi juga belenggu rasionalitas. Rasionalitas komunikatif merupakan keterbukaan terhadap kritik dan mampu mengajukan argumen yang baik/rasional bagi berbagai keyakinan, putusan, dan tindakan. Rasionalitas komunikatif inilah yang menurut Habermas mampu melawan segala macam kolonisasi ruang publik maupun pribadi.

Dengan demikian, rasionalitas komunikatif di ruang publik hanya akan mungkin dalam hubungan bebas sederajat antar subjek. Dengan kata lain, hubungan antar manusia menurut Habermas adalah hubungan antar subjek dengan subjek (dialogis). Habermas menyimpulkan bahwa tindakan manusia yang paling dasar adalah tindakan komunikasi atau interaksi, yang tujuannya adalah saling pengertian. Bila dalam komunikasi yang bebas (otonom) saling pengertian dapat tercapai, maka hal itu berarti bahwa rasionalitas komunikasi juga telah tercapai (Lubis, 2006: 32).

---

<sup>5</sup> Sindhunata (2004), *Ibid.*, hal. 51; Habermas (1993), *Op.cit.*, hal. 36-37

Dalam bagian pertama *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1993), Habermas menggambarkan ruang publik yang muncul sekitar awal abad 18 tersebut, sebagai jembatan yang menghubungkan antara kepentingan pribadi dari individu-individu dalam kehidupan keluarga, dengan tuntutan serta kepentingan kehidupan sosial dan publik, yang muncul dalam konteks kekuasaan negara.

Mediasi ruang publik juga mencakup kontradiksi yang sering digambarkan antara kepentingan borjuis di satu pihak dan kepentingan warga negara di lain pihak. Tujuannya adalah mengatasi perbedaan-perbedaan dalam berbagai kepentingan dan pendapat pribadi demi kepentingan umum serta mencapai konsensus bersama. Ruang publik ini terdiri dari organ-organ penyedia informasi dan perdebatan politik seperti surat kabar dan jurnal. Termasuk ruang publik adalah juga lembaga-lembaga diskusi politik seperti parlemen, klub-klub politik, klub-klub sastra, perkumpulan publik, pub, warung kopi, balaikota, dan tempat-tempat publik lainnya, yang menjadi ruang terjadinya diskusi sosial politik<sup>6</sup>.

Sebelum menjadi ruang publik (politis) yang secara eksplisit berfungsi politis dalam memediasi hubungan kekuasaan (negara) dengan publik, cikal bakal ruang publik politis sebenarnya telah berkembang lewat jalur-jalur sastra/literer (ruang publik dunia sastra). Masyarakat menengah yang terdidik mempelajari seni-seni perdebatan publik yang rasional kritis melalui kontak dengan dunia sastra. Perlahan-lahan, masyarakat terdidik ini memisahkan diri dari kekuasaan pusat (istana) dan kemudian membentuk oposisi-oposisi di kota. Kota lalu menjadi pusat kehidupan

---

<sup>6</sup> Habermas (1993), *Op.cit.*, 27-56



masyarakat sipil, bukan hanya secara ekonomis, melainkan juga dalam oposisi kultural-politisnya dengan kekuasaan pusat (istana). Melalui ruang-ruang dunia sastra, muncul klarifikasi dan refleksi kritis masyarakat terhadap pengalaman-pengalaman mereka.

Ruang-ruang publik literer (*world of letters*) ini menciptakan publiknya sendiri, yang institusi-institusinya adalah warung-warung kopi, salon-salon, dan *table societies*. Frekuensi pertemuan-pertemuan golongan humanistik-aristokratik dengan golongan intelektual borjuis semakin intens melalui diskusi-diskusi yang berkembang dengan pesat menjadi kritisisme publik, dan kemudian perlahan-lahan berusaha membangun jembatan antara pemahaman kepublikan yang lama dengan pemahaman tatanan kepublikan yang baru, yaitu ruang publik borjuis. Hal inilah yang kemudian melahirkan ruang publik politis/borjuis di abad ke-18.

Sejarah munculnya ruang publik ditandai oleh bangkitnya suatu masa dalam sejarah ketika individu-individu dan kelompok dalam masyarakat dapat membentuk opini publik, memberikan tanggapan langsung terhadap apapun yang menyangkut kepentingan mereka sambil berusaha mempengaruhi praktik-praktik politik. Kemunculan ruang publik tersebut merupakan tanggapan terhadap bentuk-bentuk hirarkis dan tradisional dari feodalisme yang menguasai praktik-praktik politik di Eropa selama beberapa abad.

Ruang-ruang yang tadinya dikontrol oleh sekelompok elit politik dan agama pada abad pertengahan, perlahan-lahan ditentang oleh beragam komunitas. Mereka adalah pada pedagang dan pengusaha yang terus bertambah luas jumlah dan

pengaruhnya, sementara lembaga-lembaga politik mapan saat itu, tidak memungkinkan partisipasi kalangan swasta seperti mereka. Di ruang-ruang publik, mereka mendiskusikan dan menentang pemahaman mengenai hakikat kekuasaan yang berlaku pada saat itu (Juliawan, 2004: 33).

Namun, seiring dengan perkembangan kapitalisme, organ-organ publik yang semula menjadi tempat diskusi publik, lama-kelamaan mulai berubah fungsi. Media tidak lagi menyuarakan kepentingan publik dan perjuangan politik (idealisme), melainkan menjadi ruang iklan. Komersialisasi, tumbuhnya perusahaan-perusahaan besar, meningkatnya intervensi negara demi stabilitas ekonomi dalam kehidupan sosial memperparah proses depolitisasi ini. Ruang publik berubah dari ruang diskusi rasional, debat, dan konsensus menjadi wilayah konsumsi massal dan dikuasai oleh korporasi-korporasi serta kaum elit dominan. Hal inilah yang disebut Habermas sebagai perubahan struktural ruang publik. Habermas menjelaskan bahwa ruang publik pada abad ke 19 telah mengalami *refeudalization* yang menandai babak baru dalam sejarah yang ditandai oleh percampuran antara otoritas politik dan ekonomi, industri budaya yang manipulatif, dan masyarakat terpimpin yang makin tidak demokratis dan bebas<sup>7</sup>.

Berdasarkan analisisnya, Habermas membedakan 2 tipe ruang publik politis. Pertama, ruang publik otentik, adalah ruang publik yang terdiri atas proses komunikasi yang diselenggarakan oleh institusi-institusi non-formal yang mengorganisasikan dirinya sendiri. Komunikasi yang terjadi terjalin secara

---

<sup>7</sup> Kelner (2004), *Loc.cit.*, hal. 5

horisontal, inklusif, bebas tekanan dan diskurif. Kedua, ruang publik tak otentik, adalah kekuatan yang memiliki pengaruh atas keputusan para konsumen, klien, untuk memobilisasi loyalitas, daya beli dan perilaku masyarakat lewat media massa<sup>8</sup>.

Menurut Habermas, otentitas maupun ketidakotentitasan ruang publik ditentukan efektifitas komunikasi yang berlangsung di dalamnya. Jika komunikasi yang berkembang telah memenuhi tuntutan-tuntutan komunikasi yang baik, seperti komunikasi yang *jelas, benar, jujur*, dan *wajar* (sesuai aturan), disertai suasana tanpa tekanan (kebebasan) dan egaliter dalam berkomunikasi, maka komunikasi yang tercipta adalah komunikasi rasional yang harus dibuktikan lewat diskursus. Artinya, bahwa hanya argumen yang lebih baik/rasionallah yang dapat diterima, dan itu hanya dapat terwujud jika komunikasi tersebut bebas dari segala ancaman dan tekanan.

Titik berangkat Habermas mengenai ruang publik liberal/borjuis (otentik) ini adalah kekagumannya terhadap semangat *Aufklärung* (pencerahan) yang mengidealisasikan kemampuan rasio manusia (subjek) dalam menjawab berbagai permasalahan. Namun rasionalitas yang dikembangkan Habermas merupakan kritik terhadap rasionalitas modernisasi kapitalistis yang telah merasionalisasi masyarakat dalam satu bentuk rasionalitas dominan, yang disebutnya sebagai rasionalitas kognitif-instrumental (rasionalitas sasaran). Jenis rasionalitas ini hanya cocok digunakan untuk mengembangkan kontrol teknis atas alam dan proses-proses yang diobjektifkan. Dengan kata lain, jika rasionalitas instrumental ini diterapkan pada wilayah sosial politik, maka hanya mewujudkan model rasionalitas teknokratis,

---

<sup>8</sup> Hardiman (2005), *Ibid.*, hal. 48

misalnya penggunaan IPTEK secara intensif dalam pembangunan sosial, yang juga akan membuka jalan ke arah institusionalisasi tindak ekonomis politik dan administratif, misalnya saja untuk kepentingan ekonomi dan kontrol terhadap sosial.

Dengan demikian, dalam ruang publik liberal/borjuis (otentik) abad ke-18, rasionalitas yang muncul adalah rasionalitas moral-komunikatif yang mana ruang publik dibentuk oleh debat-debat rasional, *fair*, tanpa tekanan, dan konsensus. Sedangkan pada ruang publik di era kapitalisme lanjut (*late capitalism*), rasionalitas yang dominan berkembang adalah rasionalitas instrumental (bertujuan) yang mana perilaku yang dominan adalah pertarungan kepentingan yang mau mencapai sasaran (tujuan) melalui tindakan strategis, sehingga eksistensi ruang publik lebih banyak ditentukan oleh para elit politik, ekonomi dan media, yang mengatur ruang publik sebagai bagian dari sistem manajemen dan kontrol sosial.

Jika pada tahap awal perkembangan masyarakat borjuis, opini publik dibentuk melalui debat terbuka untuk kepentingan umum dan bertujuan membentuk konsensus, sedangkan dalam tahap kapitalisme lanjut, opini publik dibentuk oleh para elit dominan yang menampilkan kepentingan mereka, sehingga yang tercapai bukan lagi konsensus rasional, melainkan “pertarungan” yang mendahulukan kepentingan masing-masing. Pada saat itu, pula ruang publik telah didominasi oleh kekuatan negara dan media yang menampilkan kepentingan ekonomi politik yang terorganisir.

Media massa, yang awalnya, menjadi bagian dari suatu ruang publik yang mengedepankan debat-debat rasional, kemudian berubah ketika negara, para konglomerat serta media massa itu sendiri bergabung menjadi suatu kekuatan yang

justru memperlemah ruang publik. Media massa menjadi “industri” yang memanipulasi opini publik serta menjadikan publik sebagai penonton dan konsumen yang pasif. Akibatnya, debat-debat rasional dan konsensus pun mulai digantikan oleh diskusi yang diatur dan dikontrol oleh periklanan dan agen-agen politik<sup>9</sup>.

Fungsi media pun berubah. Dari memediasi wacana dan debat rasional, kemudian menjadi membentuk, mengonstruksi, dan membatasi wacana publik hanya diseputar tema-tema yang disetujui oleh korporasi media. Saling ketergantungan antara ruang debat publik dengan partisipasi individu pun mulai goyah, dan berubah menjadi ruang pertunjukan politik. Masyarakat yang menjadi konsumen senantiasa menyerap secara pasif semua informasi dan hiburan yang disajikan oleh media<sup>10</sup>.

#### **1.4.2 Ruang Publik dan Pertarungan Hegemonik.**

Habermas menjelaskan pengertian ruang publik politis sebagai ruang (kondisi-kondisi) yang memungkinkan warga negara (*private sphere*) datang bersama-sama mengartikulasikan kepentingan-kepentingannya untuk membentuk opini dan kehendak bersama secara diskursif<sup>11</sup>. Kondisi-kondisi tersebut adalah pertama, semua warga negara yang mampu berkomunikasi, memiliki hak yang sama dalam berpartisipasi di ruang publik. Kedua, semua partisipan memiliki peluang yang sama untuk mencapai konsensus yang *fair* dan memperlakukan rekan komunikasinya sebagai pribadi yang otonom dan bertanggung jawab, dan bukan sebagai alat yang

---

<sup>9</sup> Habermas, (1993), *Op.cit.*, hal. 206

<sup>10</sup> Habermas, *Ibid.*, hal. 171

<sup>11</sup> Habermas, *Ibid.*, hal 27, 176

dipakai untuk kepentingan tertentu. Ketiga, ada aturan bersama yang melindungi proses komunikasi dari tekanan dan diskriminasi, sehingga argumen yang lebih baik menjadi dasar komunikasi<sup>12</sup>.

Kondisi-kondisi ideal yang dikemukakan Habermas tersebut, sejatinya merupakan ciri dari pemerintahan oleh rakyat (demokrasi maksimal). Dalam sistem pemerintahan rakyat, negara harus memberikan kemungkinan seluas-luasnya kepada warganegaranya untuk mengungkapkan opini mereka secara publik. Dengan kata lain, negara tidak memiliki kewenangan terhadap wilayah publik. Oleh karena itu, sistem demokrasi maksimal menuntut adanya 'ruang publik', dalam pengertian sebagai 'ruang bagi kewenangan publik'.

Peran kewenangan publik itu kemudian direpresentasikan oleh tokoh-tokoh publik, yang mewakili publik dalam seminar-seminar, *talkshow*, konferensi pers, atau debat kritis tentang berbagai isu-isu politik, sehingga keberadaannya dapat menjadi jembatan antara publik dan para pengambil keputusan. Adalah figur-figur publik ini, dalam realitasnya, berperan besar dalam membentuk apa yang disebut sebagai opini publik yang terbentuk lewat berbagai diskusi publik di antara elemen-elemen publik.

Dalam konteks politik, suatu ruang publik idealnya menjadi milik publik, dan wadah bagi segala kepentingan publik serta untuk kepentingan publik. Dengan kata lain, ruang publik sejatinya berasal dari kepentingan publik, oleh kepentingan publik, dan untuk kepentingan publik. Namun disebabkan oleh berbagai kepentingan publik yang saling berhadapan dan tumpang tindih di dalam suatu ruang publik, dalam

---

<sup>12</sup> Habermas, *Ibid.*, hal. 36-37

realitasnya sesungguhnya, telah bersinggungan dengan berbagai kepentingan (publik) yang telah menyimpang (distorsi), misalnya untuk kepentingan kelompok atau pribadi, maka hal tersebut dapat mempengaruhi derajat kepublikan ruang publik itu sendiri. Jadi, dalam realitasnya, ruang publik telah menjadi ruang yang di dalamnya terjadi sebuah pertarungan ideologis untuk memenangkan penerimaan publik atas kepentingan yang sedang diperjuangkan, sehingga kedudukan ruang publik tidak dapat dilepaskan dari relasi kekuasaan dan ideologi dibalikinya (Piliang, 2005: 4-5).

Hubungan antara ruang publik dan ideologi dapat dipahami lewat konsep hegemoni dari Gramsci. Titik awal Gramsci tentang hegemoni adalah bahwa suatu kelompok dan anggotanya menjalankan kekuasaan terhadap kelompok-kelompok di bawahnya dengan cara kekerasan dan persuasi. Hegemoni bukanlah dominasi dengan kekuasaan, tetapi hubungan persetujuan dengan cara kepemimpinan politis dan ideologis. Hegemoni adalah suatu organisasi konsensus (Simon, 2004: 19-20).

Antonio Gramsci dalam *Selections from Prison Notebooks* (1996) membedakan antara kepemimpinan dominasi/kekerasan, dan kepemimpinan moral dan intelektual. Ia mengungkapkan bahwa “suatu kelompok sosial bisa, bahkan harus, menjalankan kepemimpinan sebelum merebut kekuasaan pemerintahan, dan hal itu pada gilirannya menjadi sangat penting ketika kelompok itu menjalankan kekuasaan, bahkan seandainya kekuasaan itu telah berada ditangannya (kelompok), maka mereka harus tetap memimpin (menjalankan kepemimpinan)” (Gramsci, 1996: 57-58). Di sini, Gramsci mengembangkan gagasan tentang kepemimpinan dan pelaksanaannya sebagai syarat untuk memperoleh kekuasaan ke dalam konsepnya tentang hegemoni.

Hegemoni merupakan hubungan antara suatu kelompok dengan kekuatan kelompok sosial lain. Kelompok hegemonik, atau kelas hegemonik, merupakan kelompok yang mendapatkan persetujuan dari kekuatan kelompok sosial lain dengan cara menciptakan dan mempertahankan sistem aliansi melalui perjuangan politik dan ideologis<sup>13</sup>. Jadi, suatu kelompok hanya bisa menjadi kelompok hegemonik jika ia memperhatikan berbagai kepentingan dari kekuatan kelompok lain serta menemukan cara untuk mempertemukan kepentingan kelompok tersebut dengan kepentingan-kepentingan kelompoknya sendiri. Kepentingan ini tidak boleh sebatas pada perjuangan lokal saja, yang oleh Gramsci disebut perjuangan ekonomi-korporasi (*economic-corporate*), melainkan harus membuat berbagai konsensus dengan beragam kelompok, agar bisa mewakili semua kelompok dan kekuatan sosial yang lebih besar.

Jika kelompok hegemonik berhasil memadukan kekuatan dalam jangka waktu yang lama dengan berbagai blok aliansi kekuatan kelompok-kelompok sosial lainnya dengan memunculkan *compromise-equilibrium* dalam mempertahankan hegemoninya atas masyarakat melalui kepemimpinan dan dominasi, maka kemudian tercipta apa yang disebut Gramsci sebagai blok historis (*historical block*). Blok historis inilah yang kemudian mewakili sebuah dasar bagi tatanan sosial tertentu, dan di sinilah hegemoni kelompok dominan direproduksi ke dalam lembaga-lembaga, organisasi dan gagasan-gagasan. Benang hegemoni ini kemudian dirajut oleh para intelektual yang secara organisasional berperan dalam berbagai hubungan sosial dimasyarakat.

---

<sup>13</sup> Simon (2004), *Op.cit.*, hal. 22-23



Gramsci menyatakan bahwa semua orang adalah intelektual, namun tidak semua orang mempunyai fungsi intelektual<sup>14</sup>. Hal ini berarti bahwa peran intelektual bukan dicirikan oleh aktifitas berpikir intrinsik yang dimiliki semua orang, namun oleh fungsi yang mereka jalankan. Setiap kelompok/kelas menciptakan satu atau lebih strata intelektualnya sendiri. Intelektual tidak membentuk sebuah kelas namun setiap kelas memiliki intelektualnya tersendiri. Untuk itu, Gramsci membedakan 2 tipe intelektual, pertama intelektual tradisional dan kedua, intelektual organik. Intelektual tradisional merupakan kelompok intelektual yang cenderung menempatkan dirinya digaris depan sebagai kelas yang berkuasa, otonom dan independen, sedangkan intelektual organik merupakan intelektual yang berpikir dan mengorganisir kelompok sosial tertentu, baik dari kelompok hegemonik maupun marginal.

Dengan demikian, proses menuju hegemoni di ruang-ruang publik merupakan hubungan yang kompleks yang melibatkan kelompok-kelompok dan kekuatan-kekuatan sosial lainnya, yang masing-masing pihak berusaha keras memperkuat aliansinya masing-masing, memecah belah aliansi kelompok lain, dan mengubah perimbangan kekuatan demi kepentingan kelompoknya. Strategi membangun suatu kelompok yang lebih besar yang terdiri dari berbagai kekuatan sosial yang disatukan oleh konsepsi bersama dalam rangka membangun hegemoni, inilah yang disebut Gramsci sebagai “perang posisi” (*war of position*)<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Gramsci (1996), *Op.cit.*, hal. 9

<sup>15</sup> Gramsci, *Ibid.*, hal. 206-207; 229-241

Dalam menganalisis *war of position* yang berlangsung antara berbagai kelompok untuk mempertahankan ataupun mencapai hegemoni, Gramsci membedakan strategi yang dijalankan oleh kelompok yang hegemonik dan kelompok yang pinggiran (tidak hegemonik).

Strategi kelompok hegemonik mempunyai karakteristik yang disebut revolusi pasif (*passive revolution*). Revolusi pasif ini merupakan respon terhadap kondisi hegemoni yang terancam sehingga perlu dilakukan proses pengorganisasian kembali secara menyeluruh dalam rangka membangun kembali hegemoni. Sedangkan bagi kelompok pinggiran, strategi yang diterapkan adalah revolusi anti pasif (*anti-passive revolution*) yang dibangun dengan memperkuat perjuangan kelompok dan melancarkan kritik secara terus menerus terhadap kelompok hegemonik<sup>16</sup>.

Langkah menuju hegemoni oleh kelompok pinggiran (tidak dominan) dilakukan dengan membangun hegemoni tandingan (*counter hegemony*) yang memerlukan proses moral dan ideologi yang panjang. Jika ada momen yang tepat maka “perang siasat” (*war of manoeuvre*) atau serangan revolusioner, yang dapat berupa kekerasan, dapat digunakan untuk menjatuhkan kelompok yang hegemonik (Patria, 1999: 181).

Di dalam sebuah sistem kekuasaan, sangat penting diciptakan penerimaan publik (*public consent*) atau opini publik (*public opinion*) terhadap berbagai gagasan dan kebijakan, yang hanya mungkin terbentuk di dalam sebuah ruang publik yang terbuka dan sehat (otentik). Oleh sebab itu, pembentukan opini publik merupakan hal

---

<sup>16</sup> Simon (2004), *Op.cit.*, hal. 25-26

yang sentral dalam prinsip hegemoni, yang untuk itu diperlukan mediasi berupa ruang publik. Di dalam mekanisme hegemoni tersebut, sangat berperan struktur material dan institusi yang mengembangkan dan menyebarkan hegemoni, yang disebut alat hegemoni (*hegemonic apparatuses*), yaitu, diantaranya, media massa (media cetak dan elektronik)<sup>17</sup>.

Media massa ini merupakan jembatan yang memediasi penciptaan opini publik. Karena memediasi penciptaan mekanisme hegemoni, maka media massa selalu berada di dalam sebuah “medan pertarungan” yang di dalamnya berlangsung “perjuangan” tanpa akhir dalam memperebutkan hegemoni. Media massa sebagai sebuah ruang publik, tidak hanya dilihat sebagai sebuah alat kekuasaan dominan semata secara pasif, melainkan juga sebagai ruang publik tempat berlangsungnya pertarungan ideologis, dalam rangka memperebutkan hegemoni atas kepentingan ideologis yang sedang diperjuangkan. Oleh karena itu, media massa sebagai bagian dari ruang publik, memiliki kekuatan yang sangat sentral dan berperan dalam pembentukan hegemoni terutama sebagai media atau alat pembentukan opini publik.

Media massa sebagai alat mekanisme hegemoni (sebagai media pembentukan opini publik), idealnya harus mampu menyerap dan mengartikulasikan berbagai kepentingan dan ideologi lain yang ada, dalam upaya membentuk opini publik yang terbuka dan sehat, serta mencapai penerimaan publik (*public consent*) yang lebih luas. Akan tetapi, perkembangan media massa dalam bentuknya yang sekarang (kontemporer) mempunyai berbagai masalah di dalamnya, terutama masalah pokok

---

<sup>17</sup> Piliang (2005), *Op. cit.*, hal. 6

antara *free press* dan *free market*, antara kepentingan negara, pasar, dan kepentingan media itu sendiri (ideologi media). Media tidak selalu menjadi ruang publik yang demokratis sebagai tempat bertemunya berbagai kepentingan dalam wujud media publik, yang di dalamnya tidak berlangsung prinsip hegemoni, dalam pengertian pertarungan yang demokratis, melainkan dipenuhi oleh berbagai bentuk rekayasa, tekanan, marginalisasi, dan manipulasi. Ruang publik demikian disebut oleh Habermas sebagai ruang publik tidak otentik. Kondisi ruang publik tidak otentik inilah yang menjadi gambaran kondisi ruang publik kontemporer dewasa ini.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ruang publik Phoenam Makassar ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengungkap hal-hal yang berhubungan dengan ruang publik Phoenam Makassar. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan cara turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data primer yang diinginkan, yaitu ke warung kopi Phoenam Makassar dan mengikuti beberapa *talkshow*nya, ke media cetak dan elektronik, dalam hal ini radio Mercurius dan harian Fajar, serta ke para tokoh-tokoh publik (*public figure*) yang merepresentasikan publik di ruang publik Phoenam, dan pengunjung maupun komunitas Phoenam Makassar.

### **1.5.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ruang publik warung kopi Phoenam ini secara terpusat akan dilakukan di warung kopi Phoenam Makassar, yaitu khususnya di jalan Boulevard, ruko Panakukang Mas, Makassar. Dalam penelitian ini juga akan melibatkan institusi media massa yang berperan memediasi *talkshow* di ruang publik Phoenam yaitu radio Mercurius, kemudian media harian Fajar, dan para tokoh-tokoh publik yang merepresentasikan publik, serta pengunjung dan komunitas Phoenam di ruang publik Phoenam Makassar.

### **1.5.3 Pengumpulan Data**

Data primer diperoleh dengan menggunakan metode wawancara dengan teknik rekam dan catat, dengan pemilik warung kopi Phoenam, radio Mercurius dan harian Fajar serta beberapa tokoh publik yang pernah tampil sebagai pembicara atau yang sempat berhubungan dengan ruang publik Phoenam Makassar, serta beberapa pengunjung dan komunitas Phoenam. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampel bertujuan (*purposive sample*) (Moleong, 2006: 224-225). Selain itu, data-data sekunder juga dimanfaatkan untuk mendukung penelitian ini.

Data-data sekunder ini diperoleh dari berbagai pemberitaan di harian Fajar maupun di internet, yang melibatkan ruang publik Phoenam dalam pemberitaannya, wawancara dengan beberapa orang yang dianggap dapat memberikan informasi tambahan, dan data-data dari berbagai referensi lainnya seperti buku, majalah, atau segala yang berhubungan dengan topik penelitian.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Data-data primer dan sekunder tersebut kemudian akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan Kajian Budaya (*cultural studies*) untuk mengungkap relasi-relasi kuasa yang berlangsung dalam ruang publik Phoenam Makassar. Dengan menggunakan pendekatan ini dalam membedah ruang publik Phoenam, maka akan diperoleh penjelasan komprehensif mengenai berbagai pertarungan ideologis yang bermain dibalik ruang publik Phoenam, dan hal tersebut kemudian akan menjelaskan tingkat/derajat kepublikan ruang publik Phoenam Makassar ini.

#### **1.5.5 Langkah-langkah Penelitian**

Langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Menyusun rancangan penelitian
2. Menyiapkan kelengkapan penelitian
3. Mengumpulkan data primer dan sekunder
4. Mengklasifikasi data-data yang telah ada
5. Menganalisis data-data dengan pendekatan *cultural studies*
6. Memaparkan hasil analisis data secara deskriptif
7. Menarik kesimpulan

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang disajikan sebagai berikut:

Bab 1, Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan relevansi penelitian, landasan teoritis, metode penelitian, dan sistematika penyajian.

Bab 2, Gambaran mengenai budaya politik Bugis Makassar, yang berisi paparan tentang *tudang sipulung* sebagai representasi ruang publik tradisional dan warung kopi sebagai representasi ruang publik kontemporer di Makassar, serta keberadaan ruang publik Phoenam di antara ruang-ruang publik kontemporer lain di Makassar.

Bab 3, Pembahasan, berisi berbagai pertarungan ideologis dalam ruang publik Phoenam dan derajat kepublikan ruang publik Phoenam Makassar.

Pembahasan pertama akan mengungkap pertarungan ideologis dari berbagai elemen publik dalam ruang publik Phoenam, dalam hal ini Mercurius, pemilik Phoenam, harian Fajar, tokoh-tokoh publik, dan pengunjung serta komunitas Phoenam dalam ruang publik Phoenam Makassar

Pembahasan kedua akan mengungkap derajat kepublikan yang ada di dalam ruang publik Phoenam, yang ditelusuri melalui wacana perbincangan yang mengemuka dalam ruang publik Phoenam dan representasi tokoh-tokoh publik yang mewakili publik, baik dalam *talkshow* maupun lewat jumpa pers di ruang publik Phoenam Makassar.

Bab 4, Penutup, berisi kesimpulan hasil penelitian dan rekomendasi untuk penelitian lanjutan.