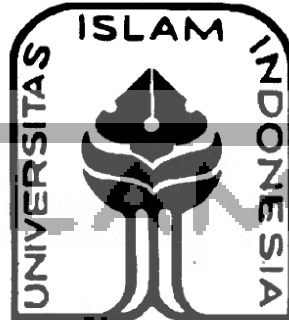


MAKNA TURIS ASING BAGI TUKANG BECAK YOGYAKARTA



الإسلام جامعة

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh

Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga

NIM : 12321082

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

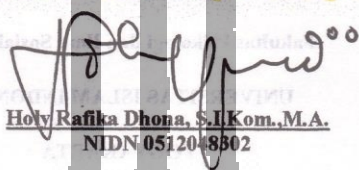
2019


Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta

Disusun oleh
Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga
12321082

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di
hadapan tim penguji skripsi.

27 FEB 2019
Tanggal :

Dosen Pembimbing Skripsi,

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A.
NIDN 0512048302



الحمد لله الذي جعلنا من المسلمين

SKRIPSI
Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta

Disusun oleh

Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga
12321082

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas
Islam Indonesia

Tanggal : 27 FEB 2019

Dewan Penguji :

1. **Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.**
NIDN 0512048302

2. **Ali Minanto, S.Sos., M.A.**
NIDN 0520028302

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Puli Hariyanti, Sos., M.I.Kom.
NIDN-0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga

NIM : 12321082

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 27 Februari 2019

Yang menyatakan,



Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga

NIM 12321097

MOTTO

Jangan menyerah. Hal memalukan bukanlah ketika kita jatuh, tetapi ketika kita tidak mau bangkit lagi. (Midorima Shintarou – Kuroko no Basuke)



Ibu sekaligus Bapak, serta adikku yang kucintai.
Terimakasih atas semua dukungan yang diberikan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah robbil' alamin, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah. Sholawat serta salam kepada junjungan nabi kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, serta pengikut-pengikut beliau hingga akhir zaman. Begitu banyak nikmat yang telah diberikan oleh Allah, berupa kesehatan lahir maupun batin, sehingga pengerjaan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar sampai dengan sekarang ini.

Adapun maksud dari penulisan karya ilmiah ini ialah sebagai pelengkap pernyataan, guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Skripsi ini sendiri mengkaji tentang **Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta** dengan menggunakan metode kualitatif.

Penulis menyadari bahwa selama proses pengerjaan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan baik materi maupun non-materi dari berbagai pihak, sehingga semua dapat terlaksana dan selesai dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Fuad Nashori, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Puji Hariyanti, Sos.M.I.Kom. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
3. Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Puji Hariyanti, Sos.M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan membantu penulis selama prosen perkuliahan selama ini.
5. Segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama dibangku perkuliahan.

6. Segenap Staff dan Karyawan divisi Akademik, Divisi Perkuliahan dan Divisi Umum Prodi Ilmu Komunikasi universitas Islam Indonesia, atas informasi dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.
7. Pak Budi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
8. Orangtua saya, ibu Sri Riyanti, serta adikku Bagus Adimas, yang telah memberikan apapun yang dibutuhkan penulis sebagai bentuk perhatian dari sebuah keluarga.
9. Kepada seluruh keluarga besar Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia.
10. Untuk semua teman-teman peneliti, Diantaranya Yudha Tirta, Fajar Gum, Desti, Mahasiswa Teladan serta teman-teman angkatan penulis yang tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas waktu, kebersamaan, serta bantuan yang tak terkira kalian berikan kepada penulis selama ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam pengembangan di masa datang dan semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca lainnya. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Yogyakarta,

Penulis

Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	10
ABSTRACT.....	11
BAB I PENDAHULUAN.....	12
A. Latar Belakang.....	12
B. Rumusan masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
E. Tinjauan Pustaka.....	18
Penelitian Terdahulu.....	18
F. Landasan teori.....	21
a. Interaksi Sosial.....	21
a. Bentuk-bentuk interaksi sosial.....	23
b. Teori interaksi simbolik.....	25
G. Metode Penelitian.....	45
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Kota Yogyakarta.....	49
B. Becak di Yogyakarta.....	53
BAB III.....	55
TEMUAN DAN PENYAJIAN DATA.....	55
A. Makna Turis Asing bagi Tukang Becak.....	55
1. Kemampuan Bahasa Asing.....	57
2. Penampilan.....	59
3. Kelompok dan Sendiri.....	62

4. Asal Negara	63
5. Makna Kehadiran Turis Asing bagi Tukang Becak.....	65
B. Peran Interaksi Sosial antara Turis Asing dengan Tukang Becak	69
1. Tidak adanya koordinasi antara para tukang becak dengan beberapa para pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta	71
2. Bentuk Komunikasi Pertama dan Bentuk Interaksi Sosial yang Dilakukan para Tukang Becak ketika Bertemu para Turis Asing.....	79
3. Intensitas Pemberian Balas Jasa yang Melebihi Harga Awal	89
4. Dampak dari Pelayanan yang telah Diberikan	92
5. Peran penting orang sekitar dalam profesi Tukang Becak.....	94
6. <i>Mindset</i> Turis Asing dapat Berbahasa Inggris	101
BAB IV PEMBAHASAN	116
A. Faktor-Faktor Dasar yang Memengaruhi Makna Kehadiran Turis Asing bagi Tukang Becak	116
B. Peran Interaksi Sosial antara Tukang Becak dan Turis Asing	130
Bab V PENUTUP.....	156
1. KESIMPULAN	156
2. SARAN	157
Daftar Pustaka.....	158
Lampiran Transkrip Wawancara.....	160



ABSTRAK

Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga. 12321082. Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2019

Becak merupakan salah satu alat transportasi dan merupakan salah satu infrastruktur pendukung pariwisata yang terdapat di Kota Yogyakarta. Kehadiran turis asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta juga mempengaruhi para tukang becak dalam memaknai kehadiran turis asing tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis serta mengungkap makna turis asing bagi tukang becak di Kota Yogyakarta.

Paradigma penelitian adalah interaksi sosial dan grounded research. Jenis penelitian adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara mendalam. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif.

Hasil yang peneliti dapatkan selama penelitian adalah adanya faktor interaksi sosial yang mempengaruhi tukang becak dalam memaknai kehadiran turis asing di Kota Yogyakarta. Hal ini terbukti dari terciptanya ragam makna yang timbul pada tukang becak atas hadirnya turis asing.

Kata Kunci : Becak, Turis Asing, Makna Turis Asing.

ABSTRACT

Bambang Ermasetyo Bayu Wiyoga. 12321082. The Meaning of Foreign Tourists for Pedicab Yogyakarta. Communication Program Studies, Faculty of Psychology and Socio Cultural, Islamic University of Indonesia. 2019.

Pedicab is a one of transportation and is one of the supporting infrastructure of tourism in the city of Yogyakarta. The presence of foreign tourists who come to visit Yogyakarta also affects the pedicab drivers in interpreting the presence of foreign tourists. The purpose of this study is to analyze and uncover the meaning of foreign tourists for pedicab drivers in the city of Yogyakarta.

The research paradigm is social interaction and grounded research. This type of research is qualitative. Data collection techniques in this study were observation and in-depth interviews. The data analysis technique in this research is descriptive.

The results that researchers got during the study were social interaction factors that influence pedicab drivers in interpreting the presence of foreign tourists in the city of Yogyakarta. This is evident from the creation of a variety of meanings that arise in the pedicab driver for the presence of foreign tourists.

Keywords: Pedicab, Foreign Tourists, The Meaning of Foreign Tourists.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebuah daerah otonomi setingkat provinsi di Indonesia dengan ibukota provinsi yaitu Yogyakarta, sebuah kota dengan berbagai predikat, baik dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi Yogyakarta dalam kacamata pariwisata. Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata belanja, bahkan yang terbaru wisata malam. Wisata belanja yang dari dulu dan sampai sekarang ini selalu diminati para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan internasional adalah wisata belanja di kawasan Malioboro, pusat kerajinan perak di Kotagede, wisata budaya Candi Prambanan serta keraton Kesultanan Yogyakarta, dan masih banyak lagi.

Kawasan wisata di Yogyakarta, dalam hal ini adalah malioboro, selain disebut sebagai jantung Kota Yogyakarta juga disebut sebagai pusat keramaian yang meliputi berbagai kegiatan, baik pemerintahan, perdagangan, jasa, pariwisata, dan lain sebagainya. Malioboro menjadi primadona wisatawan dan pemudik selama liburan yang memilih Kota Yogyakarta sebagai tujuan wisata. Terdapatnya banyak pedagang yang menajajakan segala macam oleh-oleh, makanan khas, kerajinan tangan di pasar Bringharjo pada kawasan Malioboro juga menjadi daya tarik tersendiri guna menarik wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta untuk mencari oleh-oleh atau cinderamata bahkan untuk sekedar belanja di daerah Malioboro.

Sementara itu, wilayah Kotagede yang masih merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Sleman, adalah sebuah kawasan pusat kerajinan perak yang terdapat di Kota Yogyakarta. Kawasan ini pernah mengalami kejayaannya pada era 1970-1980, yang telah menciptakan gambaran tersendiri bagi para wisatawan, hal ini dikarenakan banyak perhiasan dan aksesoris perak menarik yang ditawarkan disana. Kerajinan perak yang terdapat di Kotagede memiliki ciri khas tersendiri dimana proses pembuatan kerajinan yang masih menggunakan cara manual. Banyaknya pengrajin perak yang tersebar merata di seluruh kawasan Kotagede memudahkan para wisatawan untuk datang berkunjung ke daerah sentra kerajinan perak tersebut.

Keberadaan Candi Prambanan yang terletak di sebelah timur Kota Yogyakarta juga menambah pilihan bagi para wisatawan yang tertarik mengunjungi warisan budaya Indonesia yang terdapat di Kota Yogyakarta tersebut. Candi yang erat ikatannya dengan legenda Roro Jonggrang yang oleh masyarakat dipercaya sebagai kisah cinta penuh tragedi yang melatarbelakangi pembangunan candi ini. Di Candi Prambanan juga terdapat pagelaran sendratari Ramayana yang dilakukan pada hari-hari tertentu yang diadakan oleh pihak pengelola guna menarik minat wisatawan agar berkunjung ke Candi tersebut. Selain itu, menjelang hari raya Nyepi, ribuan umat Hindu dari seluruh Indonesia akan menghadiri upacara Tawur Kesanga yang diadakan lokasi wisata Candi Prambanan.

Pariwisata pada saat ini merupakan suatu kebutuhan mutlak manusia, baik yang melakukan perjalanan wisata maupun masyarakat sekitar daerah tujuan wisata. Wisatawan butuh dipuaskan keinginannya, sementara masyarakat sekitar lokasi berharap akan mendapatkan implikasi positif berupa peningkatan pendapatan dan kesejahteraan. Fenomena ini harus menjadi perhatian para pembantu kebijakan sebagaimana diamanatkan bahwa pembangunan kepariwisataan nasional diarahkan menjadi sektor andalan dan unggulan secara luas akan diterjemahkan sebagai penghasilan devisa terbesar yang akan mendorong pertumbuhan

ekonomi, meningkatkan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha.

Pembangunan kepariwisataan pada umumnya diarahkan sebagai sektor andalan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan kawasan wisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat.

Ketersediaan infrastruktur pendukung pariwisata yang terdapat pada daerah kawasan wisata merupakan salah satu factor yang menentukan keberhasilan sebuah daerah menjadi sebuah daerah wisata, tak terkecuali pada kawasan wisata di Yogyakarta. Tanpa adanya infrastruktur pendukung yang memadai, maka sebuah daerah wisata akan mustahil untuk berkembang. Mudahnya akses menuju daerah wisata, informasi terkait daerah tujuan wisata, serta tingkat keamanan daerah wisata, adalah salah satu dari contoh infrastruktur pendukung pariwisata tersebut.

Salah satu infrastruktur pendukung pariwisata di kota Yogyakarta yang akan dibahas kali ini adalah keberadaan tukang becak dalam peran sebagai pendukung pariwisata pada kawasan sentral-sentral daerah wisata di kota Yogyakarta. Becak di kawasan wisata kota Yogyakarta, tidak hanya menjadi sebuah alat transportasi belaka. Namun juga menjadi sebuah wadah dimana terjadinya sebuah proses penyampaian informasi tempat-tempat wisata, antara penumpang becak dengan pengemudi becak itu sendiri.

Menurut wikipedia Indonesia, becak berasal dari bahasa *Hokkien* yaitu *be-chia* yang artinya adalah kereta kuda, yang merupakan sebuah alat transportasi darat dengan tiga roda. Umumnya becak banyak ditemukan di Negara-negara Asia. Sebagai sebuah alat transportasi tradisional, becak sendiri dengan mudah kita jumpai hampir di setiap daerah di Indonesia, tak

terkecuali di kota Yogyakarta. Di tengah banyaknya bangunan tinggi yang menjulang di setiap penjuru kota, becak masih tetap menjadi salah satu alat transportasi favorit bagi di kota Yogyakarta. Hadir dan menjadi saksi bisu atas perkembangan pesat sebuah kota yang kaya akan nilai-nilai budaya, tidak menjadikan becak itu sendiri sebagai sebuah bagian dari masa lalu yang lantas hilang ditelan oleh pesatnya zaman.

Di Yogyakarta, khususnya pada kawasan wisata, becak masih dapat kita jumpai dengan mudah. Kehadiran becak memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang hendak mengelilingi tempat-tempat wisata, maupun yang hendak membeli cinderamata bagi sanak-keluarga dirumah. Menurut Surono¹, terdapat jalur-jalur basah bagi para pengemudi becak dalam meningkatkan pendapatan perhari dari mengemudikan becak itu sendiri. Hal tersebut terjadi dikarenakan, pada jalur tersebut, terdapat banyak pusat keramaian mulai dari tempat penginapan, tempat-tempat wisata serta toko cinderamata yang seringkali dijadikan tujuan favorit bagi para wisatawan.

Hal tersebut jelas mempengaruhi pendapatan para pengemudi becak. Bukan karena upah yang mereka dapatkan dari mengantarkan penumpang ke lokasi-lokasi tersebut, tetapi karena setiap mereka mengantarkan penumpang untuk menginap di sebuah penginapan, atau berbelanja pada sebuah toko cinderamata, para tukang becak tersebut akan mendapatkan komisi dari sang pemilik tempat belanja, tergantung dari lama atau tidaknya, banyak atau sedikitnya sang penumpang membeli barang di toko tersebut. Hubungan saling menguntungkan inilah yang menjadikan alat transportasi tradisional seperti becak, masih tetap terjaga keberadaannya di wilayah Kota Yogyakarta.

Menjadikan becak sebagai daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, jelas merupakan suatu bentuk pemanfaatan

¹ Surono, "Becak: Persaingan Dan Pembagian Wilayah Kerja", Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya, UGM, 2011.

kendaraan tradisional sebagai suatu produk pariwisata. Menurut Rafika², pemanfaatan tersebut terjadi agar bangunan, dalam hal ini adalah kendaraan tradisional, dapat terus bertahan sehingga mampu bersaing ditengah era modernisasi. Namun di sisi lain, aktivitas pemanfaatan kendaraan tradisional itu sendiri, bukanlah merupakan hal yang gampang. Hal ini dikarenakan, selain harus memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat, juga diperlukan tindakan-tindakan pelestarian.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa pertanyaan penilitan diantaranya adalah:

1. Bagaimana tukang becak memaknai kehadiran turis asing dalam melaksanakan kegiatannya?
2. Bagaimana interaksi sosial antara tukang becak dengan turis asing dalam kegiatannya guna meningkatkan industri pariwisata Kota Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul dan latarbelakang yang diambil, maka penulis merumuskan tujuan-tujuan penulisan sebagai berikut :

1. Mengetahui dan memperoleh gambaran bagaimana perspektif tukang becak dalam memaknai kehadiran turis asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta.
2. Mengetahui dan memperoleh gambaran tentang perilaku interaksi antara tukang becak dengan turis asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta.

² Rafika Hayati, "Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Wisata Warisan Budaya di Kota Makassar", Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Kajian Pariwisata, Universitas Udayana, 2014.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna di kemudian hari. Baik dari segi teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat seperti :

1. Bagi Peneliti

Dengan hasil penelitian ini diharapkan peneliti dapat menambah wawasannya dengan diperoleh informasi tentang bagaimana persepektif tukang becak dalam mendukung pariwisata Kota Yogyakarta agar dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke kota Yogyakarta. Serta juga di harapkan dapat menerapkan secara nyata teori-teori yang telah di dapat selama masa perkuliahan pada dunia kerja nantinya.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat. Diantaranya yaitu :

1. Bagi Pemerintahan Provinsi D.I Yogyakarta divisi Pariwisata dan Budaya

Dengan didapatkannya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai saran kepada Pemerintahan Provinsi D.I Yogyakarta divisi Pariwisata dan Budaya sebagai salah satu solusi dan upaya guna meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke kota Yogyakarta. Terutama untuk divisi Pariwisata dan Budaya.

2. Bagi Pihak Lain

Dengan hasil penelitian yang di peroleh ini diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian dengan topik yang sama.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang juga membahas tentang interaksi komunikasi dalam mendukung pariwisata dengan fokus yang berbeda-beda. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Surono³ dari Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada tentang Persaingan Dan Pembagian Wilayah Kerja para pengendara becak, andong pada kawasan wisata di Kota Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2011 ini membahas tentang pilihan pekerjaan sebagai tukang becak pada masyarakat Yogyakarta serta sistem pembagian wilayah kerja para tukang becak tersebut.

Kemudian, terdapat juga penelitian sejenis oleh Rafika Hayati⁴ yang merupakan mahasiswa Program Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana tentang pemanfaatan bangunan bersejarah di Kota Makassar sebagai wisata warisan budaya. Penelitian tersebut membahas pelestarian serta pemanfaatan bangunan-bangunan tua peninggalan zaman pemerintahan kolonial Belanda yang berada di penjuru Kota Makassar. Hal ini dimaksudkan agar bangunan-bangunan bersejarah tersebut dapat bertahan diantara bangunan-bangunan megah serta beragam fasilitas modern yang terdapat di Kota tersebut.

Penelitian tentang becak dan pariwisata juga pernah dilakukan oleh Herdita Patriandi Narangga dan Bambang Iskandriawan⁵ pada tahun 2012. Keduanya merupakan civitas dari Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan di Institut Sepuluh

³ Surono, "Becak: Persaingan Dan Pembagian Wilayah Kerja", Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya, UGM, 2011.

⁴ Rafika Hayati, "Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Wisata Warisan Budaya di Kota Makassar", Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Kajian Pariwisata, Universitas Udayana, 2014.

⁵ Patriandi Narangga, Herdita. Bambang Iskandriawan, "Desain Becak Wisata Kota Blitar". Jurnal Penelitian. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

November Surabaya. Pembahasan pada penelitian desain becak wisata kota blitar yang dilakukan oleh kedua peneliti tersebut memang lebih merujuk kepada bagaimana bentuk desain kreatif dari becak wisata yang terdapat di Kota Blitar. Namun disamping hal tersebut, pada penelitian tersebut juga penulis temukan bahwa, segala bentuk kreatifitas dalam mendesign becak wisata dilakukan agar masyarakat semakin mudah dan semakin banyak yang menggunakan alat transportasi modifikasi tersebut.

Selanjutnya, terdapat pula penelitian tentang becak bermotor yang dilakukan oleh Mochamad Hardyan Desmawanto, Sudarsono, Shinta Hadiyantina⁶, yang merupakan civitas akademik dari Fakultas Hukum Universitas Brawijaya. Penelitian tersebut membahas tentang perkembangan serta peraturan perundang-undangan tentang modifikasi becak yang merupakan alat transportasi tradisional, menjadi alat transportasi modern.

Sri Susilo dan Amiluhur Soeroso dalam penelitiannya yang berjudul tentang strategi pelestarian kebudayaan lokal dalam menghadapi globalisasi pariwisata, membahas tentang pelestarian kebudayaan lokal di Kota Yogyakarta, khususnya seni rias, seni kerajinan, dan seni musik. Dalam penelitian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa, dalam melestarikan sebuah kebudayaan agar mampu bersaing ditengah zaman modernisasi, perlunya interaksi intens antar masyarakat serta pemerintah agar kebudayaan tersebut tetap terjaga. Pemberian edukasi terkait budaya oleh guru-guru di sekolah yang kompeten sehingga mampu menanamkan rasa cinta serta mampu menimbulkan minat mempelajari kebudayaan lokal dirasa sangat perlu guna pelestarian kebudayaan Kota Yogyakarta tersebut.

⁶ Hardyan Desmawanto, Mochamad. Sudarsono. Hadiyantina. Shinta, "Eksistensi Peraturan Daerah Tentang Becak Bermotor", Jurnal Penelitian, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Rudianto, Tasrif Syam dan Muhammad Said Harahap⁷ yang berjudul komunikasi lintas budaya wisatawan asing dan penduduk lokal di bukit lawang, membahas tentang bagaimana sikap serta upaya yang dilakukan oleh turis asing yang menetap di daerah wisata bukit lawang, agar tidak mengalami gegar budaya. Pentingnya menguasai bahasa setempat dan bahasa Indonesia menjadi salah satu faktor pendukung agar tidak terjadi kesalahpahaman antara turis asing dan warga setempat yang tinggal disana.

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Trisca Ayu Pratidina pada tahun 2016, yang pernah tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. Dimana penelitian tersebut membahas tentang aksi banting harga yang dilakukan tukang becak di kawasan wisata Malioboro. Dalam penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksi yang dilakukan oleh para tukang becak tersebut dilandasi karena adanya kompetisi dalam menjalankan profesi sebagai tukang becak yang terpaksa bersaing dengan alat transportasi konvensional seperti *TransJogja*, *Go-jek*, dan lain-lain. Selain itu, hal tersebut juga dipicu karena adanya dorongan dari pemilik toko atau pusat oleh-oleh yang agar para tukang becak itu mampu menarik minat wisatawan agar mau berkunjung ke toko atau pusat oleh-oleh mereka.

⁷ Rudianto. Said harahap, Muhammad. Syam, Tasrif, "Komunikasi Lintas Budaya Wisatawan Asing dan Penduduk Lokal di Bukit Lawang", Jurnal Simbolika, Vol. 1, No. 2(September 2015)

F. Landasan teori

a. Interaksi Sosial

Manusia adalah makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat. Sebagai akibat sifat tersebut manusia tidak mungkin dapat hidup seorang diri, lepas dari hidup bermasyarakat, berkelompok atau hidup bersama. Manusia hidup berkelompok karena kesadaran akan kepentingan bersama, meskipun dalam banyak hal dalam kehidupan masyarakat kita mengetahui banyak kepentingan yang tidak sama bahkan saling bertentangan. Sebagian besar kebutuhan hanya dapat terpenuhi apabila yang bersangkutan mengadakan hubungan dengan orang lain. Hal ini terutama karena sifat keterbatasan manusia, baik keterbatasan dalam hal kemampuan untuk berfikir maupun keterbatasan dalam hal kekuatan fisik.

Interaksi sosial dapat diartikan sebagai sebuah proses hubungan sosial antar individu dengan individu yang lain, antara suatu kelompok dengan kelompok yang lain, maupun hubungan antara individu dengan suatu kelompok, dimana didalam proses tersebut terdapat simbol-simbol yang memiliki suatu makna dan nilai tersendiri bagi penggunanya. Dalam penelitiannya, Virgia Ningrum Fatnar dan Choirul Anam⁸ mengemukakan bahwa terdapat beberapa pengertian dari interaksi sosial menurut para ahli, diantaranya:

- i. Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan

⁸ Virgia Ningrum Fatnar. Choirul Anam, "Kemampuan Interaksi Sosial Antar Remaja Yang Tinggal di Pondok Pesantren Dengan Yang Tinggal Bersama Keluarga", Jurnal Fakultas Psikologi Vol. 2, No 2(Desember 2014), hal. 71.

antar orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.

ii. Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain dimana mereka dapat mempengaruhi satu sama lain, sehingga tercipta sebuah hubungan timbal balik. Interaksi sosial juga merupakan salah satu cara individu memelihara hubungan, sehingga terjadi sebuah peningkatan kualitas dan kuantitas dalam diri individu tersebut dalam bertingkah laku sosial.

iii. Interaksi sosial yaitu sebuah kerjasama bersama antar perorangan maupun antar kelompok dimana dalam proses terjadinya interaksi sosial tersebut terdapat beberapa proses pertentangan, penyesuaian, persaingan yang dilakukan oleh tiap individu maupun kelompok demi mencapai sebuah tujuan.

Berlangsungnya suatu proses interaksi didasarkan pada berbagai faktor, antara lain faktor imitasi, sugesti, identifikasi dan simpati. Faktor-faktor tersebut dapat bergerak sendiri-sendiri secara terpisah maupun dalam keadaan tergabung. apabila masing-masing ditinjau secara lebih mendalam, maka faktor imitasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses interaksi sosial. Salah satu segi positifnya adalah bahwa imitasi dapat mendorong seseorang untuk mematuhi kaedah-kaedah dan nilai-nilai yang berlaku. Imitasi dapat juga mengakibatkan hal-hal negatif dimana misalnya, yang ditiru adalah tindakan-tindakan yang menyimpang.

Faktor sugesti berlangsung apabila seseorang memberi suatu pandangan atau sesuatu sikap yang berasal dari dirinya yang

kemudian diterima oleh pihak lain. Berlangsungnya sugesti dapat terjadi apabila pihak yang menerima dilanda oleh emosi, yang dapat menghambat daya berpikirnya secara rasional. Sementara itu, faktor identifikasi sebenarnya merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Identifikasi sifatnya lebih mendalam daripada imitasi, oleh karena kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar proses ini. Proses identifikasi dapat berlangsung dengan sendirinya (tidak sadar) maupun secara sadar atau disengaja.

Sementara itu, proses simpati adalah suatu proses dimana seseorang merasa tertarik pada pihak lain. Di dalam proses ini perasaan memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerjasama dengannya. Proses simpati dapat terjadi jika terdapat faktor saling mengerti yang terjalin pada suatu keadaan. Menurut Soerjono Sukanto, suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat yaitu: adanya kontak sosial, dan adanya komunikasi.

a. Bentuk-bentuk interaksi sosial

Bentuk-bentuk interaksi sosial dapat berupa kerja sama (cooperation), persaingan (competition) dan bahkan juga berbentuk pertentangan atau pertikaian (conflict). Suatu pertikaian mungkin mendapatkan suatu penyelesaian. Penyelesaian tersebut hanya akan dapat diterima untuk sementara waktu, dimana proses tersebut dinamakan akomodasi, yang berarti bahwa kedua belah pihak belum

tentu puas secara keseluruhan. Dalam bukunya yang berjudul Sosiologi: Konsep dan Teori, Dewi Wulansari mengemukakan bahwa interaksi sosial memiliki beberapa bentuk, diantaranya adalah:

1. Kerjasama

Merupakan sebuah aktivitas yang terjadi dalam suatu proses sosial antar individu maupun antar kelompok dimana agar mencapai tujuan bersama, mereka saling bantu-membantu dan tolong-menolong menggunakan komunikasi yang efektif.

2. Pertikaian

Adalah suatu kondisi dimana terjadinya usaha dari salah satu pihak dalam menjatuhkan pihak yang lainnya. Hal ini terjadi dikarenakan adanya perbedaan pendapat serta tujuan antar masing-masing individu maupun antar suatu kelompok.

3. Persaingan

Dalam persaingan, masing-masing pihak melakukan suatu upaya perjuangan dalam mencapai tujuan masing-masing namun hal tersebut dilakukan secara damai, tanpa ada upaya saling menjatuhkan seorang individu ataupun kelompok yang menjadi pesaingnya.

4. Akomodasi

Merupakan suatu upaya penyelesaian agar terjalin sebuah kerjasama yang baik kembali antar suatu kelompok maupun individu yang bertikai.

b. Teori interaksi simbolik

Dalam teori interaksi simbolik, juga di bahas mengenai tema dan asumsi teori simbolik, pentingnya makna bagi perilaku manusia, manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang kepada mereka, makna di ciptakan dalam interaksi antar manusia, makna dimodifikasi melalui proses interpretif, pentingnya konsep diri, individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, konsep diri memberikan motif penting untuk perilaku, hubungan antara individu dan masyarakat, orang dan kelompok di pengaruhi oleh proses sosial dan budaya, struktur social dihasilkan melalui interaksi social, tema, asumsi, konsep penting, pikiran, diri, masyarakat serta manajemen makna terkoordinasi berdasarkan penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen.

Dalam teori manajemen makna terkoordinasi berdasarkan penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen juga terdiri dari beberapa pokok bahasan yaitu, asums-asumsi manajemen makna terkoordinasi, hierarki dari makna yang terorganisasi, isi, tindak tutur, episode, hubungan, naskah kehidupan, pola budaya, koordinasi makna : mengartikan urutan, pengaruh terhadap koordinasi, aturan dan pola yang berulang yang tidak diinginkan, serta rangkaian seimbang dan rangkaian tidak seimbang. Sekilas mengenai teori simbolik, orang bergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam Bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran

pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas. (West&Turner, 2012:98)

1. Tema dan Asumsi Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubugannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema-tema teori ini dan dalam prosesnya, di jelaskan pula kerangka asumsi teori ini. Ralph LaRossa dan Donald C.Reitzes (1993) telah mempelajari teori Interkasi Simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga. Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasari interaksi simbolik dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan tiga tema besar, yaitu :

- Pentingnya makna bagi perilaku manusia
- Pentingnya konsep mengenal diri
- Hubungan antar individu dengan masyarakat

(West&Turner, 2012:98)

a. Pentingnya Makna bagi Perilaku Manusia

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif diantara orang-orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi simbolik menurut teori interaksi simbolik adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama

berkomunikasi akan menjadi sangat sulit. Bahkan tidak mungkin untuk terjadi. Menurut La Rossa dan Reitzes, tema ini mendukung tiga asumsi dari karya Herbert Blummer (1939). Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut :

- Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka
- Makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia
- Makna dimodifikasi melalui proses interpretif (West&Turner, 2012:99)

b. Makna Diciptakan dalam Interaksi Antarmanusia

Mead menekankan dasar intersubjektif dari makna. Makna dapat ada, menurut Mead hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenai symbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi. Teori interaksi simbolik mengambil pendekatan ketiga terhadap makna, melihat makna sebagai sesuatu yang terjadi diantara orang-orang. Makna adalah “produk social” atau “ciptaan yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka berinteraksi” (Blumer, 1996, hal.5). oleh karena itu, jika Roger dan Helen tidak berbagi bahasa yang sama dan tidak ada kesepakatan pada denotasi dan konotasi dari symbol-symbol yang mereka pertukarkan, tidak ada makna yang sama yang di hasilkan dari pembicaraan tersebut. Selanjutnya, makna yang di ciptakan oleh Helen dan Roger adalah unik bagi mereka dan hubungan mereka. (West&Turner, 2012:100)

c. Makna Dimodifikasi melalui Proses Interpretif

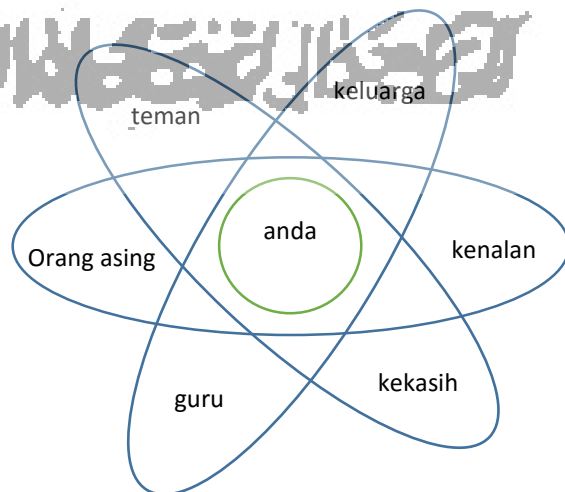
Blumer menyatakan bahwa proses interpretasi ini memiliki dua langkah yang dapat di ambil. Langkah pertama yaitu, para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Blumer memiliki argument bahwa bagian dari setiap proses ini berbeda. Baik dari sisi pendekatan psikologis serta terdiri dari orang-orang yang terlibat di dalam komunikasi dengan dirinya sendiri. Dalam hal ini di contohkan ketika Roger bersiap-siap untuk bekerja pada pagi hari, dia akan berkomunikasi dengan dirinya sendiri tentang bagian yang bermakna bagi dirinya sendiri. Sedangkan langkah kedua adalah melibatkan si orang yang terlibat untuk memilih, mengecek, dan melakukan transformasi makna didalam konteks dimana mereka berada. Ketika Roger berbicara dengan Helen, ia mendengar pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan area-area yang ia putuskan sebagai sesuatu yang bermakna. Selanjutnya, dalam proses interpretasinya, Roger bergantung pada pemberian makna social yang sama dan relevan dan yang secara budaya dapat di terima. Jadi Roger dan Helen bias berbicara relative mudah karena mereka berdua dating dari latar belakang budaya pendamping (ko-budaya) yang serupa. (West&Turner, 2012:100)

d. Pentingnya Konsep Diri

Tema kedua pada teori interaksi simbolik berfokus pada pentingnya **konsep diri** (*self-concpt*)

atau seperangkat persepsi relative stabil yang di percaya orang mengenai dirinya sendiri. Ketika Roger (atau setiap actor social) menanyakan pertanyaan “siapakah saya” jawabannya berhubungan dengan konsep diri. Karakteristik yang diakui oleh Roger tentang ciri-ciri fisiknya, peranan, talenta, keadaan emosi, nilai, keterampilan dan keterbatasan social, intelektualitas, dan seterusnya membantu konsep dirinya. Pernyataan ini merupakan hal yang sangat penting untuk interaksionisme simnolik. Selanjutnya, toeri interaksi simbolik sangat tertarik dengan cara orang mengembangkan konsep diri. Teori interaksi simbolik menggambarkan individu denga diri yang aktif, didasarkan pada interaksi social dengan orang lain (lihat gambar 1.1). tema ini memiliki dua asumsi tambahan, menurut LaRossan dan Reitzes (1993) :

- Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain
- Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku. (West&Turner, 2012:101)



Gambar 1.1 Pentingnya Konsep Diri

e. Individu Mengembangkan Konsep Diri melalui Interaksi dengan Orang Lain

Asumsi ini menyatakan bahwa kita membangun perasaan akan diri (*sense of self*) tidak selamanya melalui kontak dengan orang lain. Orang-orang tidak terlahir dengan konsep diri. Mereka belajar mengenai tentang dirinya melalui interaksi. Baik interaksi dengan keluarga (sebagai pihak pertama bagi bayi) ataupun dengan orang lain setelah mereka cukup bertumbuh dan berkembang. Menurut teori interaksi simbolik, bayi tidak mempunyai perasaan mengenai dirinya sendiri sebagai individu.

Selama tahun pertama kehidupannya, anak-anak mulai untuk membedakan dirinya dari alam sekitarnya. Ini merupakan perkembangan paling awal dari konsep diri. Teori interaksi simbolik menyatakan bahwa proses ini terus berlanjut melalui proses anak mempelajari bahasa dan kemampuan untuk memberikan respons kepada orang lain serta menginternalisasi umpan balik yang dia terima. Roger mempunyai perasaan akan diri sebagai hasil dari kontaknya dengan orang tua, guru, dan koleganya. Interaksi mereka dengan Roger memberitahukan kepada Roger siapa dirinya. (West&Turner, 2012:102)

Peneliti-peneliti awal mengenai keluarga seperti EdgarBurgess (1926) merefleksikan asumsi ini ketika mereka mendiskusikan mengenai pentingnya keluarga sebagai sebuah instansi untuk

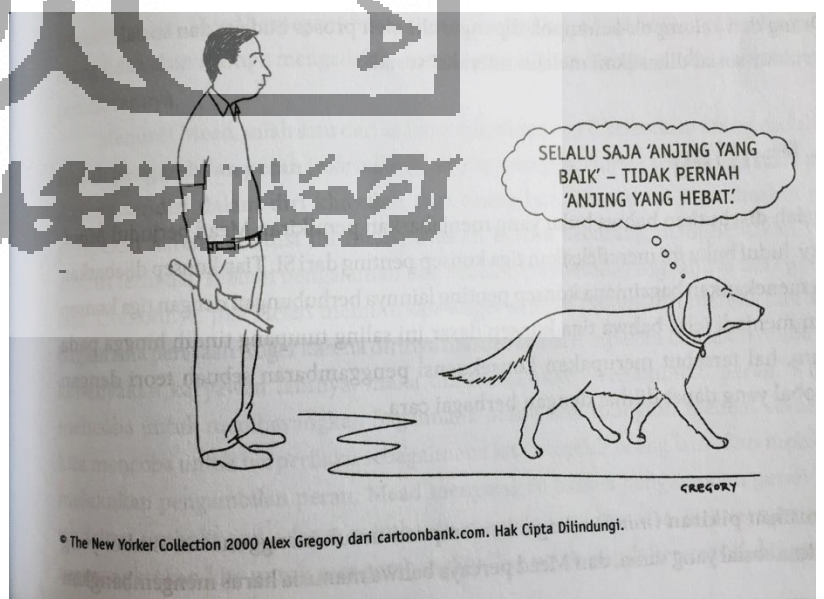
bersosialisasi. Selanjutnya, Burgess menyatakan bahwa anak dan orang tua mungkin berselisih paham mengenai konsep diri atau citra anak-anaknya. Alicia Cast (2003) mempelajari penggunaan kekuasaan pada pasangan yang sudah menikah dan hasil yang ia dapatkan mendukung asumsi teori interaksi simbolik ini. Ia menyatakan bahwa konteks social dan interaksi adalah suatu yang penting ketika menyelidiki tentang diri. (West&Turner, 2012:102)

f. Konsep Diri Memberikan Motif Penting untuk Perilaku

“**Konsep diri** seperangkat perspektif yang relative stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri”. Pemikiran bahwa keyakinan, nilai, perasaan, penilaian-penilaian mengenai diri memengaruhi perilaku adalah sebuah prinsip penting pada teori interaksi simbolik. Mead berpendapat bahwa karena manusia memiliki diri, mereka memiliki mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri. Mekanisme ini digunakan untuk menuntun perilaku dan sikap. Penting juga untuk diingat bahwa Mead melihat diri sebagai sebuah proses, bukan struktur. Memiliki diri memaksa orang untuk mengonstruksi tindakan dan responsnya, daripada sekadar mengekspresikannya. Jadi misalnya jika anda merasa yakin akan kemampuan anda dalam pelajaran teori komunikasi, maka akan sangat mungkin pula bahwa anda akan berhasil dengan baik dalam pelajaran itu.

g. Orang dan Kelompok Dipengaruhi oleh Proses Sosial dan Budaya

Asumsi ini mengakui bahwa norma-norma social membatasi perilaku individu. Contohnya ketika Roger bersiap untuk hari pertamanya ditempat kerja yang baru, ia memilih jas biru tua, kemeja *oxford* putih dan dasi berwarna merah tua dengan garis biru. Pakaian kesukaannya adalah celana jins dan kemeja flannel, tetapi dia memilih berpakaian yang dirasanya lebih pantas secara social dengan konteks kerjanya. Selain itu, budaya secara kuat memengaruhi perilaku dan sikap yang kita anggap penting dalam konsep diri. Di Amerika Serikat, orang yang melihat diri mereka sebagai orang yang asertif (tegas) adalah orang yang sering kali bangga pada atribut ini dan merefleksikannya dengan baik pada konsep diri mereka.



Gambar 1.2 Orang dan Kelompok
Dipengaruhi oleh Proses Sosial dan Budaya
“The New Yorker Collection 2000 Alex
Gregory dari Cartoonbank.com. Hak cipta
dilindungi”

h. Struktur Sosial Dihasilkan melalui Interaksi Sosial

Asumsi ini menengahi posisi yang diambil oleh asumsi sebelumnya. Teori interaksi simbolik mempertanyakan pandangan bahwa struktur social tidak berubah serta mengakui bahwa individu dapat memodifikasi situasi social. Contohnya, banyak tempat kerja di AS mempunyai ketentuan “Jumat kasual”, ketika karyawan memakai pakaian yang lebih kasual dibandingkan dengan pakaian kantor yang telah disepakati secara social. Dengan demikian, para partisipan dalam interaksi memodifikasi struktur dan tidak secara penuh di batasi oleh hal tersebut. Dengan kata lain, teoritikus interaksi simbolik percaya bahwa manusia adalah pembuat pilihan. Dalam cerita pembuka, Roger memilih untuk memperkenalkan dirinya kepada Helen. Dia tidak diharuskan untuk berbuat demikian oleh dorongan-dorongan di luar kontrolnya. Dalam membuat pilihan, Roger memperlihatkan individualitasnya dan menunjukkan bahwa dia tidak sepenuhnya dibatasi oleh budaya atau situasi. Sebagai rangkumannya, berikut adalah daftar mengenai tema-tema yang berkaitan dengan teori interaksi simbolik dan asumsi-asumsi yang mendukungnya :

- Tema

- Pentingnya makna bagi perilaku manusia
- Pentingnya konsep diri
- Hubungan antara individu dan masyarakat

- Asumsi

- Manusia bertindak terhadap orang lain berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka
- Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia
- Makna dimodifikasi melalui sebuah proses interpretif
- Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain
- Konsep diri memberikan sebuah motif penting untuk berperilaku
- Orang dan kelompok-kelompok dipengaruhi oleh proses budaya dan social
- Struktur social melalui interaksi social (West&Turner, 2012:104)



Menurut Herbert Blumer, interaksi simbolik adalah sebuah proses interaksi dalam rangka membentuk arti atau makna bagi setiap individu. Sedangkan menurut Scott Plunkett, definisi dari interaksi simbolik ialah suatu cara kita dalam menginterpretasikan serta memberikan arti atau makna terhadap dunia melalui interaksi kita dengan orang lain⁹. Jadi dapat

⁹ Teori Interaksi Simbolik – Konsep – Asumsi – Kritik, <https://pakarkomunikasi.com/teori-interaksi-simbolik>, akses tanggal 15 Desember 2017.

disimpulkan bahwa teori interaksi simbolik ialah adalah sebuah keadaan dimana setiap individu melakukan proses interaksi, dan individu-individu tersebut saling menciptakan serta bertukar simbol, namun memiliki makna yang berbeda-beda. Sudut pandang interaksi simbolik berupaya untuk memahami perilaku manusia dari sudut pandang seorang subjek. Sudut pandang ini menyarankan bahwa perilaku setiap individu-individu harus dilihat sebagai sebuah proses yang dapat mengakibatkan setiap individu membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan melihat serta mempertimbangkan penilaian individu lain yang menjadi pasangan atau mitra mereka dalam berinteraksi.

Fokus dari teori ini adalah bagaimana setiap individu menafsirkan setiap simbol-simbol yang diciptakan saat mereka berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Teori ini menekankan pentingnya dua hal, yaitu setiap individu dalam kelompoknya tidak pernah lepas dari interaksi sosial. Kemudian, interaksi dalam sebuah kelompok memunculkan simbol-simbol tertentu yang sifatnya cenderung berubah-ubah. Sebuah interaksi pasti menciptakan beberapa simbol-simbol tertentu, yang biasanya disetujui oleh setiap individu-individu dalam sebuah kelompok tertentu. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesalahan saat masing-masing individu dalam kelompok tersebut melakukan sebuah proses interaksi.

Teori ini berusaha untuk dapat memahami bagaimana sebuah perilaku individu dalam perspektif seorang subjek. Karena pada dasarnya, setiap individu bertindak hanya berdasarkan bagaimana penafsiran mereka dalam mengartikan setiap objek yang ada di sekitar mereka. Menurut Mulyana (2006)¹⁰, esensi dari teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yaitu berkomunikasi serta saling melakukan pertukaran simbol-simbol yang memiliki makna. Bahwa setiap individu dapat ditelaah dan dianalisis melalui setiap interaksinya dengan

¹⁰ Dadi Ahmadi, Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar

individu yang lain. Dengan demikian, teori ini menjadikan seorang individu sebagai subjek utama dalam sebuah realitas sosial.

2. Manajemen Makna Terkoordinasi Berdasarkan Penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen

Dalam teori manajemen makna terkoordinasi berdasarkan penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen juga terdiri dari beberapa pokok bahasan yaitu, asumsi-asumsi manajemen makna terkoordinasi, hierarki dari makna yang terorganisasi, isi, tindak tutur, episode, hubungan, naskah kehidupan, pola budaya, koordinasi makna : mengartikan urutan, pengaruh terhadap koordinasi, aturan dan pola yang berulang yang tidak diinginkan, serta rangkaian seimbang dan rangkaian tidak seimbang. Sekilas mengenai teori simbolik, orang bergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam Bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas. (West&Turner, 2012:98)

Sekilas mengenai teori Manajemen Makna Terkoordinasi ialah dalam sebuah percakapan dan melalui pesan-pesan yang kita kirimkan dan terima, orang saling menciptakan makna. Saat kita menciptakan makna dunia sosial kita, kita menggunakan berbagai aturan untuk mengonstruksi dan mengoordinasikan makna. Maksudnya, aturan-aturan membimbing komunikasi yang terjadi diantara orang-orang. Manajemen makna terkoordinasi sendiri berfokus pada relasi antara individual dengan masyarakatnya. Melalui sebuah struktur hierarkis, orang-orang mengorganisasikan makna dari berates-ratus pesan yang diterima dalam sehari. (West&Turner, 2012:115)

a. Asumsi-asumsi Manajemen Makna Terkoordinasi

Pada bagian ini, teori manajemen makna terkoordinasi berfokus pada diri dan hubungannya dengan orang lain. Teori ini penting karena berfokus pada hubungan antara individual dengan masyarakatnya (Philipsen, 1995). Secara umum, manusia dapat menciptakan dan menginterpretasikan makna.

Selain itu, muncul juga beberapa asumsi, diantaranya :

- Manusia hidup dalam komunikasi
- Manusia saling menciptakan realitas sosial
- Transaksi informasi tergantung kepada makna pribadi dan interpersonal

Asumsi pertama dari teori manajemen makna terkoordinasi merupakan pentingnya komunikasi. Yaitu manusia hidup dalam komunikasi. Sekilas, premis ini memberikan pernyataan yang sedikit aneh mengenai komunikasi. Fakta bahwa manusia mendiami proses komunikasi. Akan tetapi, Pearce (1989) “berpendapat bahwa komunikasi adalah dan akan selalu menjadi lebih penting bagi manusia dari yang seharusnya” (hal 3). Asumsi kedua dari teori manajemen makna terkoordinasi adalah bahwa manusia saling menciptakan realitas sosial. Walaupun kita telah sedikit membahas hal ini sebelumnya, asumsi ini layak

untuk di telusuri lebih jauh. Kepercayaan orang-orang saling menciptakan realitas sosial mereka dalam percakapan tersebut disebut sebagai **konstruksionisme sosial** (*social constructionism*). Sedangkan realitas sosial merujuk pada pandangan seseorang mengenai bagaimana makna dan tindakan sesuai dengan interaksi interpersonalnya. Ketika dua orang terlibat dalam pembicaraan, masing-masing telah memilih banyak sekali pengalaman bercakap-cakap dimasa lalu dari relaitas-realitas sosial sebelumnya. Percakapan

yang kini terjadi, akan memunculkan realitas baru karena dua orang dating dengan sudut pandang yang berbeda. Melalui cara inilah dua orang menciptakan realitas sosial yang baru. (West&Turner, 2012:115-117)

Asumsi ketiga yang ada dalam teori manajemen makna terkoordinasi ini adalah hal yang berkaitan dengan cara seseorang untuk mengendalikan sebuah percakapan. Sebagaimana transaksi informasi tergantung pada makna pribadi dan interpersonal. Hal ini sama sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Donald Cushman dan Gordon Whiting (1972). **makna pribadi** (*personal meaning*) didefinisikan sebagai makna pribadi yang dicapai ketika seseorang berinteraksi dengan yang lain sambil membawa pengalamannya yang unik ke dalam interaksi. Cushman dan Whiting berpendapat bahwa makna pribadi didapatkan dari pengalaman-pengalaman orang yang dialami bersama, walaupun begitu “sangat tidak mungkin bahwa kedua individu ini akan menginterpretasikan pengalaman yang sama dengan cara yang sama... dan juga sama tidak mungkin bahwa mereka akan memilih pola simbolik yang sama untuk merepresentasikan pengalaman tersebut” (hal 220). Makna pribadi membantu orang-orang menemukan informasi tentang diri kita sendiri, melainkan juga membantu kita dalam penemuan kita mengenai orang lain. (West&Turner, 2012:117)

Makna interpersonal (*interpersonal meaning*) adalah hasil yang muncul ketika dua orang sepakat akan interpretasi satu sama lain mengenai sebuah interaksi. Cushman dan Whiting (1972) berpendapat makna interpersonal dapat dipahami dalam berbagai macam

konteks, termasuk keluarga, kelompok kecil dan organisasi. Mereka melihat bahwa makna interpersonal saling diciptakan oleh para partisipan. Mencapai makna interpersonal mungkin akan memakan waktu, karena hubungan bersifat kompleks dan dihadapkan pada berbagai isu komunikasi. (West&Turner, 2012:117)

Pada dasarnya ketiga asumsi ini membentuk suatu latar belakang yang berguna untuk mendiskusikan teori manajemen makna terkoordinasi. Sebagaimana telah dindikasikan oleh ketiga asumsi ini sebelumnya, teori manajemen makna terkoordinasi ini berdasarkan pada konsep komunikasi, realitas sosial dan makna.

b. Hierarki dari Makna yang Terkoordinasi

Menurut para teoritikus dari teori manajemen makna terkoordinasi, manusia akan mengorganisasikan makna dengan cara yang berbentuk hierarki. Menyatakan bahwa orang mengorganisasikan makna berarti mengatakan bahwa mereka sanggup menentukan penekanan yang diberikan pada pesan tertentu. Hierarki ini digambarkan pada gambar 1.3. Para teoritikus dari teori manajemen makna terkoordinasi mengemukakan setidaknya ada enam level makna, yaitu isi, tindak tutur, episode, hubungan, naskah kehidupan dan pola budaya. (West&Turner, 2012:119). Diharapkan dari teori ini bahwa pembaca dapat memahami mulai dari level-level yang paling rendah. Dimaksudkan bahwa setiap tipe berakar pada tipe yang lain.



Gambar 1.3 Hierarki Makna Sumber: Diadaptasi dari Pearce & Cronen, 1980

1. Isi

Isi (*content*) adalah konversi dari data mentah menjadi makna. Level ini merupakan langkah awal dilakukan dimana data mentah dikonversikan menjadi sebuah makna.

2. Tindak Tujur

Tindak tujur (*speech acts*) adalah tindakan yang dapat kita lakukan melalui berbicara. Contohnya, bertanya, memberikan pujian, memberikan cacian atau bahkan manajemen.

3. Episode

Episode adalah rutinitas komunikasi yang memiliki awal, pertengahan serta akhir yang jelas. Dapat diartikan bahwa **episode** sendiri berguna untuk mendeskripsikan konteks dimana seorang bertindak. Pada level ini, akan terlihat pengaruh dari konteks episode terhadap makna. Dalam proses sebuah interaksi, kemungkinan besar masing-masing dari individu akan memiliki beberapa perbedaan dalam bagaimana mereka **menandai**

(*punctuate*) atau menekankan sebuah episode. **Menandai** sendiri adalah bagaimana seseorang menginterpretasikan atau menekankan sebuah episode.

4. Hubungan

Hubungan (*relationship*) adalah kesepakatan dan pengertian antara dua orang. Ini diartikan sebagai dua orang yang menyadari potensi dan batasan mereka sebagai mitra atau pasangan dalam sebuah hubungan. Sebuah hubungan dapat diartikan sebagai sebuah kontrak. Hal ini berarti terdapatnya tuntutan dalam berperilaku. Selain itu, hal ini juga mengisyaratkan adanya masa depan yang akan datang. Pada level ini, dinyatakan sebuah batasan-batasan hubungan dalam parameter tersebut untuk tindakan dan perilaku. Para teoritikus sendiri menggunakan sebuah istilah yaitu **keterlibatan** (*emmeshment*) untuk menggambarkan batasan dimana seseorang mengidentifikasi dirinya sendiri sebagai bagian dari suatu hubungan. **Keterlibatan** sendiri dapat diartikan sebagai tingkat batas dimana dua orang mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari suatu system.

5. Naskah Kehidupan

Naskah kehidupan adalah kelompok-kelompok episode masa lalu atau masa kini yang menciptakan suatu system makna dimana dapat dikelola bersama dengan orang lain.

6. Pola Budaya

Pola budaya adalah gambaran tentang dunia dan bagaimana hubungan seseorang dengan hal tersebut. Ketika mendiskusikan pola pola budaya, Pearce dan Cronen (1980) menyatakan bahwa manusia mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok

tertentu dalam kebudayaan tertentu. Lebih jauh lagi, tiap dari kita berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat kita. Nilai-nilai ini berkaitan dengan jenis kelamin, ras, kelas dan identitas religious. (West&Turner, 2012:121)

Individualism adalah memprioritaskan kebutuhan atau nilai pribadi di atas kebutuhan atau nilai kelompok (identitas kelakuan). Sedangkan **kolektivisme** adalah tindakan yang memprioritaskan kebutuhan atau nilai kelompok di atas kebutuhan atau nilai individu (identitas kekitaan)

c. Koordinasi Makna : Mengartikan Urutan

Dalam diskusinya mengenai koordinasi, Pearce (1989) dengan bijak menyatakan bahwa “koordinasi lebih mudah ditunjukkan daripada dijelaskan” (hal 37). Maksudnya, cara untuk memahami koordinasi adalah dengan mengamati orang-orang berinteraksi dalam sehari-hari. Karena orang memasuki suatu percakapan dengan kemampuan dan kompetensi yang berbeda-beda. Mencapai koordinasi dapat menjadi sulit pada saat-saat tertentu. Selain itu, koordinasi dengan orang lain merupakan hal yang penuh tantangan. Sebagiannya, karena orang lain juga sedang berusaha untuk mengoordinasikan tindakannya dengan tindakan kita. **Koordinasi** (*coordination*) adalah usaha untuk mengartikan pesan-pesan yang berurutan. (West&Turner, 2012:122)

d. Pengaruh terhadap Proses Koordinasi

Koordinasi sendiri di pengaruhi oleh moralitas dan ketersediaan sumber daya, tidak hanya itu namun juga dipengaruhi oleh hal lainnya. Pada bagian ini akan di bahas secara lebih detail untuk kedua hal tersebut. Pada dasarnya

tingkatan moral sendiri adalah suatu kesempatan bagi seorang individu untuk menyampaikan sudut pandang etis dalam sebuah percakapan ataupun dialog. Setiap orang akan membawa tingkatan moral ke dalam sebuah percakapan untuk menciptakan dan menyelesaikan suatu episode.

Selain moralitas, koordinasi juga dapat dipengaruhi oleh sumber daya yang ada pada seseorang. **Sumber daya** (*resources*) adalah cerita, symbol serta gambar yang digunakan oleh orang untuk memahami dunia mereka. Semua para teoritikus manajemen makna terkoordinasi membahas mengenai **sumber daya** (*resources*) mereka merujuk pada “cerita, gambar, symbol dan institusi yang digunakan orang untuk memaknai dunia mereka” (Pearce, 1989, hal. 23). Sumber daya juga termasuk persepsi, kenangan dan konsep yang membantu orang untuk mencapai koherensi dalam realitas sosial mereka. (West&Turner, 2012:124)

e. Aturan dan Pola Berulang yang Tidak Diinginkan

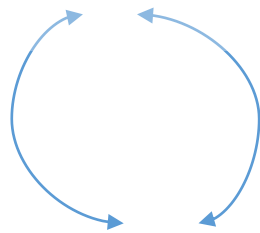
Salah satu cara yang digunakan individu untuk mengelola dan mengoordinasikan makna adalah melalui penggunaan aturan. Bagi Pearce dan Cronen, aturan memberikan kesempatan pada orang untuk memilih dari alternative-alternatif yang ada. Ketika aturan sudah di buat dalam sebuah percakapan, para partisipan akan memiliki kerangka simbolik bersama yang cukup untuk memiliki sebuah komunikasi (Cushman & Whiting, 1972). Pearce dan Cronen (1980) mendiskusikan dua tipe aturan, yaitu konstitutif dan regulative. **Aturan konstitutif** adalah mengorganisasikan perilaku dan membantu kita untuk memahami bagaimana makna harus di interpretasikan. Sedangkan **aturan regulatif** adalah tuntunan bagi orang-orang dalam berperilaku. Tipe aturan pertama berfungsi untuk memberitahukan kepada kita apa makna dari perilaku tertentu.

Sedangkan tipe kedua berfungsi untuk membantu dalam memberikan tuntunan tertentu untuk seseorang berperilaku. (West&Turner, 2012:125)

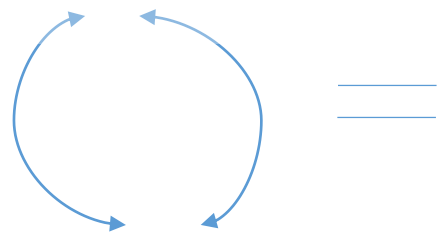
Pola berulang yang tidak diinginkan (URP) merupakan konflik yang berulang dimana itu tidak diinginkan untuk terjadi dalam sebuah hubungan. Merupakan suatu episode konflik yang memiliki urutan dan sering kali keterjadi sedangkan tidak diinginkan untuk terjadi.

f. Rangkaian Seimbang dan Rangkaian Tidak Seimbang

Hierarki makna yang sebelumnya telah menunjukkan bahwa beberapa level yang rendah dapat merefleksikan ulang dan memengaruhi makna dari level-level yang lebih tinggi. Pearce dan Cronen (1980) menyebut proses berefleksi ini di sebagai **rangkaian** (*loop*). Karena hierarki tidak dapat berjalan terus menerus, para teoritikus berpendapat bahwa beberapa level dapat berefleksi kembali. Hal ini mendukung pendapat bahwa mereka yang menyatakan bahwa komunikasi adalah proses yang berkesinambungan, dinamis dan senantiasa berubah. Ketika rangkaian berjalan dengan konsisten sebagai **rangkaian seimbang** (*charmed loop*). Rangkaian seimbang terjadi ketika satu bagian dari hierarki mendukung level yang lain. Selain itu penetapan-penetapan makna yang ada bersifat konsisten dan telah di sepakati di sepanjang rangkaian. (West&Turner, 2012:127-129)



Gambar 1.5 Rangkaian Seimbang



Gambar 1.6 Rangkaian tidak Seimbang

G. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan Teori Interaksi Sosial dan *Grounded Research*. Teori Interaksi Sosial adalah teori yang melihat bagaimana manusia memaknai suatu simbol dalam proses interaksinya dengan antar manusia maupun antar kelompok yang lain. Sebuah komunikasi yang efektif terjadi karena adanya makna atau simbol-simbol yang dibagikan. Sedangkan *Grounded Research*, merupakan sebuah metode penelitian yang bersifat kualitatif, menekankan temuan-temuan baru berdasarkan hasil dari data yang diperoleh di lapangan dengan metode induktif dan bersifat generatif.

b. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada beberapa kawasan sentra pariwisata kota Yogyakarta, diantaranya adalah daerah wisata Malioboro, serta di kawasan Prawirotaman. Tempat ini dipilih menjadi lokasi penelitian karena banyaknya wisatawan asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta. Sedangkan untuk waktu pengerjaannya diperkirakan akan membutuhkan waktu empat bulan.

c. Narasumber

Objek penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah pengendara becak. Hal ini penulis lakukan agar mendapatkan gambaran yang jelas bagaimana para tukang becak memaknai turis asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta, dalam perannya meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung.

d. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah hal yang teramat penting dalam sebuah penelitian karena akan dijadikan sebagai dasar dalam sebuah penelitian, dan penelitian ini akan memakai tiga jenis data yang akan dianalisis, yaitu:

a. Data Primer

Adalah data yang langsung didapat dari subjek peneliti. Biasanya data primer ini didapat melalui observasi atau pengamatan secara langsung dan wawancara dengan subjek penelitian. Observasi atau pengamatan adalah sebuah aktifitas terhadap suatu proses atau objek kajian dengan tujuan untuk merasakan dan memahami sehingga kemudian dapat menarik kesimpulan pada suatu fenomena yang terjadi berdasarkan gagasan yang telah disusun sebelumnya. Wawancara ada suatu proses percakapan guna memperoleh suatu informasi terkait penelitian yang dilakukan antara peneliti dengan seorang informan yang dirasa memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Data primer ini akan dijadikan acuan dalam proses analisa nantinya. Dalam penelitian ini data primer akan diperoleh ketika penulis melakukan observasi dan wawancara di lapangan kepada beberapa narasumber kawasan sentra wisata kota Yogyakarta.

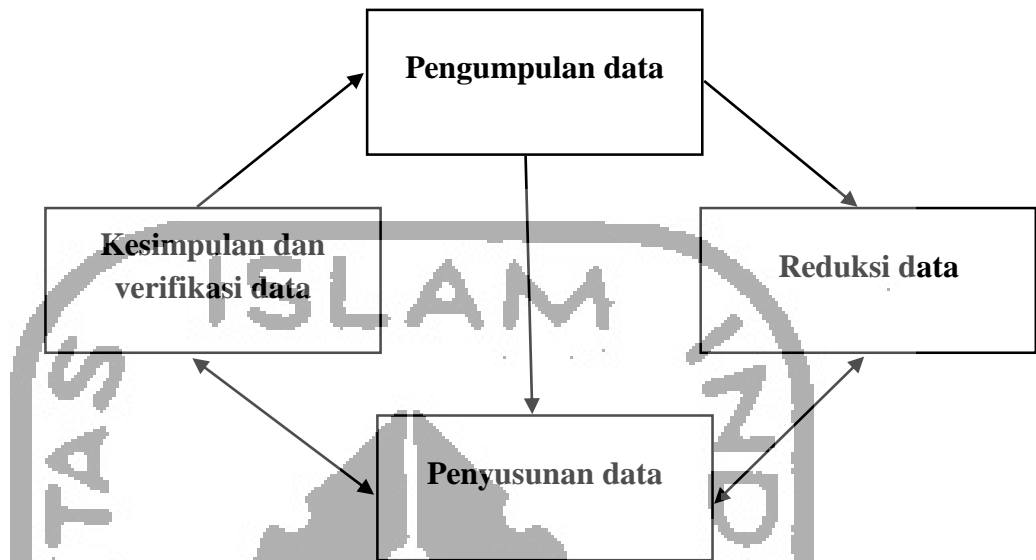
b. Data Sekunder

Adalah data yang didapat bukan langsung dari subjek penelitian. Data sekunder ini didapat dari referensi atau wacana yang berkaitan dengan topik penelitian, atau pengalaman orang atau lembaga yang ada keterkaitan dengan topik penelitian. Keberadaan dari data sekunder ini adalah untuk menambah data yang nantinya akan dianalisis.

c. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kualitatif dengan tujuan berusaha menerangkan dalam bentuk uraian.

Tahapan dalam analisis data ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Langkah berikutnya adalah reduksi data dengan cara abstraksi, yaitu usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada di dalamnya. Selanjutnya adalah menyusunnya dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorisasikan dalam langkah selanjutnya yaitu coding atau penyusunan data. Tahap terakhir adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data.



Gambar 1.4 Proses Analisis Data



BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Kota Yogyakarta

1. Geografis

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi dari 34 provinsi¹¹ yang ada di Indonesia serta terletak di pulau Jawa. Hal tersebut menjadikan Kota Yogyakarta berbatasan langsung dengan Kabupaten Klaten di bagian Timur Laut, kemudian Kabupaten Wonogiri di bagian Tenggara dan Kabupaten Purworejo di bagian Barat serta Kabupaten Magelang di bagian Barat Laut. Sementara itu, untuk bagian selatan dibatasi oleh Laut Indonesia.

Secara geografis, Daerah Istimewa Yogyakarta terletak antara 7°.33' - 8°.12' Lintang Selatan dan 110°.00' - 110°.50' Bujur Timur, tercatat memiliki luas 3.185,80 km² atau 0,17 persen dari luas Indonesia (1.860.359,67 km²), merupakan salah satu dari provinsi terkecil setelah provinsi DKI Jakarta, yang memiliki beberapa Kabupaten diantaranya adalah Kabupaten Kulonprogo, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Sleman, serta Kota Yogyakarta. (Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, https://yogyakarta.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Daerah-Istimewa-Yogyakarta-Dalam-Angka-2010.pdf : diakses 2 September 2017)

¹¹ Kemendagri.go.id (diakses pada tanggal 2 September 2017)

2. Demografis

Berdasarkan catatan dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Yogyakarta dalam situs resmi Pemerintah Kota Yogyakarta, penduduk kota Yogyakarta tahun 2015 berjumlah 3.595.691 jiwa terdiri dari 1.789.565 laki-laki dan 1.805.691 perempuan dengan luas Kota Yogyakarta 3185,80 km², sementara itu tingkat kepadatan penduduknya mencapai 1155 jiwa/km². Komposisi jumlah penduduk terbanyak dimiliki oleh Kabupaten Sleman dengan jumlah penduduk 1.075.126 jiwa, kemudian Kabupaten Bantul dengan 919.440 jiwa, Kabupaten Gunungkidul 755.744 jiwa, Kabupaten Kulon Progo 436.123 jiwa, dan Kota Yogyakarta 408.823 jiwa (<http://www.kependudukan.jogjapro.go.id/olah.php?module=statistik&periode=4&jenisdata=penduduk&berdasarkan=jumlahpenduduk&prop=34&kab=00&kec=00> : akses 2 September 2017).

3. Potret Industri Pariwisata Kota Yogyakarta

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang paling banyak dikembangkan di banyak negara-negara berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tampak dari banyaknya pembangunan yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah destinasi wisata, serta meningkatnya promosi-promosi yang dilakukan guna meningkatkan jumlah pengunjung daerah wisata tersebut. Di Indonesia sendiri, Peraturan Undang-Undang Nomer 32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah telah menjadikan pemerintah daerah tanpa memiliki ketergantungan terhadap pemerintah pusat, untuk membangun, mengembangkan, serta mengelola seluruh potensi yang dimiliki dari daerah yang

dimilikinya. Hal ini tentu memberikan dampak yang besar bagi perkembangan pembangunan dari sebuah daerah, termasuk perkembangan pada sektor pariwisata.

Selain melalui perbaikan serta pembangunan guna meningkatkan industri pariwisata, pemerintah daerah juga mulai meluncurkan berbagai slogan pariwisata dari daerah masing-masing guna memberikan identitas dari daerah tersebut. Diantaranya ada Daerah Khusus Ibukota Jakarta yang memiliki slogan Enjoy Jakarta, kemudian Kota Surabaya dengan slogan Sparkling Surabaya, serta slogan Jogja Istimewa yang dimiliki oleh Daerah Istimewa Yogyakarta, dan masih banyak ragam slogan dari berbagai kota di Indonesia lainnya.

Kota Yogyakarta yang mendapat julukan sebagai kota pelajar merupakan salah satu tempat tujuan wisata yang menarik Indonesia. Memiliki potensi wisata yang berciri-khas, diantara lain adalah wisata budaya, wisata kuliner, wisata belanja, dan wisata alam. Salah satu destinasi wisata yang sangat ramai dikunjungi oleh para wisatawan saat berkunjung ke kota Yogyakarta adalah kawasan Malioboro. Malioboro merupakan sebuah kawasan belanja, dimana para pengunjung dengan mudah menemukan segala macam pernak-pernik khas kota Yogyakarta dengan harga terjangkau.

Bergeser sedikit ke arah selatan dari daerah Malioboro, kita dapat menjumpai Kraton Yogyakarta. Kraton yang didirikan oleh Sultan Hamengku Buwono I¹² pada tahun 1755 ini merupakan istana resmi Kesultanan Yogyakarta. Walaupun Kraton Yogyakarta merupakan tempat tinggal Sultan yang memerintah kota yogya, tidak serta merta menjadikan pengunjung untuk tidak dapat mengunjungi beberapa tempat di kompleks kraton tersebut.

¹² https://id.wikipedia.org/wiki/Keraton_Ngayogyakarta_Hadiningrat

Pengunjung dapat menyaksikan berbagai barang koleksi milik kesultanan di museum kraton, serta pada waktu-waktu tertentu, pengunjung juga dapat melihat atraksi budaya di kraton tersebut. Hal inilah yang membuat banyak wisatawan lokal dan wisatawan luar negeri tertarik untuk mengunjungi Kraton Kesultanan Yogyakarta.

Di timur Kota Yogyakarta, wisatawan dapat menemukan candi Prambanan yang merupakan sebuah candi peninggalan agama Hindu. Candi yang terletak pada wilayah perbatasan antara Kota Yogyakarta dan provinsi Jawa Tengah ini termasuk dalam situs warisan dunia versi UNESCO¹³ (https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Prambanan akses pada 12 Juni 2016). Menurut Wikipedia.org, candi yang sempat ditelantarkan sekitar tahun 930 tanpa alasan yang belum diketahui ini, ditemukan pada masa saat pendudukan Inggris Raya di tanah Jawa pada tahun 1733. Semenjak saat itu, candi Prambanan hingga kini dapat dinikmati oleh banyak orang yang selain tertarik dengan kemegahan candi peninggalan agama Hindu tersebut, juga tertarik dengan beberapa mitos tentang candi Prambanan dan pagelaran sendratari Ramayana yang diadakan oleh pihak pengelola candi.

Berdasarkan beberapa fakta tersebut, rasanya slogan Jogja Istimewa dianggap pantas disanding oleh Daerah Istimewa Yogyakarta. Seiring dengan beraneka ragam potensi wisata yang dimiliki oleh kota Yogyakarta, jumlah wisatawan baik dalam maupun luar negeri pun terus meningkat. Seperti yang dirilis Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 1 Juni 2016, sebanyak 59,53 persen wisatawan yang datang berkunjung pada bulan April 2016. Data tersebut mengalami kenaikan sebesar 6,56 poin dibandingkan pada bulan

¹³ https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Prambanan(diakses pada 12 Juni 2016)

sebelumnya. Peningkatan jumlah wisatawan seperti yang dilansir BPS Kota Yogyakarta juga menjadikan pembangunan sarana prasarana pendukung pariwisata semakin berkembang. Terhitung sejak tahun 2006 hingga 2014, terdapat 85 bangunan hotel berbintang dengan total kamar sebanyak 8763 kamar, sedangkan untuk hotel melati terdapat 1081 bangunan dengan total kamar sebanyak 13831 kamar¹⁴(<https://yogyakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/41> akses pada 2 September 2017).

B. Becak di Yogyakarta

Selain dikenal dengan Gudeg, Bakpia, dan Batiknya, siapapun yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta pasti tidak asing dengan salah satu alat transportasinya yaitu becak. Di Kota Yogyakarta, becak dikenal sebagai salah satu alat transportasi yang ramah lingkungan dimana para pengunjung dapat berkeliling sambil menikmati keindahan Kota Yogyakarta dengan menggunakan alat transportasi tersebut.

Sebagai salah satu angkutan umum yang keberadaannya mulai susah dijumpai di Kota-kota besar di Indonesia, keberadaan becak di Yogyakarta sendiri memberikan suatu daya tarik bagi para wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta. Meskipun becak masih sangat mudah dijumpai di sudut-sudut wilayah wisata Kota Yogyakarta, namun pada kenyataannya jumlah becak terus menurun dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta seperti yang dilansir kepada antaranews.com¹⁵ bahwa tercatat pada tahun 2018, jumlah kendaraan becak di Yogyakarta hanya tinggal berjumlah 3.325 unit

¹⁴ <https://yogyakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/41> (diakses pada 2 September 2017)

¹⁵ Eka Arifa Rusqiyati, "Dishub Yogyakarta: jumlah becak kayuh makin berkurang," <https://www.antaranews.com/berita/733582/dishub-yogyakarta-jumlah-becak-kayuh-makin-berkurang> (diakses pada 1 september 2018)

dimana pada dua tahun sebelumnya jumlah kendaraan becak di Yogyakarta masih berjumlah 5.048 unit.

Menurut M Zandaru Budi, yang merupakan Kepala Seksi Penyelenggaraan Angkutan Dinas Perhubungan Kota Yogyakarta, belum dapat dipastikan alasan dibalik berkurangnya jumlah becak tradisional yang beroperasi di Kota Yogyakarta. Selain karena perkembangan zaman, dimana semakin maraknya alat transportasi berbasis *online*, menurunnya jumlah becak itu sendiri dirasa karena tidak sedikit wisatawan yang memberikan kesan negatif kepada para pengendara becak yang pada akhirnya menjadikan menurunnya minat wisatawan untuk menggunakan alat transportasi tersebut. Tidak sedikit dari para pengguna jasa transportasi becak yang mengeluh dengan buruknya pelayanan dari tukang becak.

Selain berdasarkan beberapa alasan seperti yang disebutkan diatas, turunnya angka jumlah becak di Kota Yogyakarta juga dikarenakan bahwa para pengendara becak menjadikan pekerjaan mereka hanya sebagai pekerjaan sampingan saja. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Surono¹⁶, bahwa banyak diantara tukang becak yang menjalani profesi tersebut yang sebenarnya sudah memiliki pekerjaan, seperti guru dan pedagang. Akibatnya, hal ini juga menimbulkan persaingan diantara para tukang becak itu sendiri.

¹⁶ Surono, "Becak: Persaingan Dan Pembagian Wilayah Kerja", Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya, UGM, 2011.

BAB III

TEMUAN DAN PENYAJIAN DATA

Bab III sendiri berisi tentang beberapa bagian penyajian data yang ditemukan oleh penulis selama berada di lapangan dan melakukan penelitian. Data yang di peroleh merupakan hasil wawancara dari beberapa narasumber yaitu Bapak Budi, Bapak Ngadino dan Bapak Muryadi. mereka adalah orang-orang yang bekerja sebagai tukang becak di Yogyakarta. Lokasi pengambilan dan pengumpulan data dilakukan di beberapa kawasan wisata yang ada di Yogyakarta. Terdiri kawasan wisata Malioboro, alun-alun Keraton Yogyakarta, pusat oleh-oleh khas Yogyakarta dan beberapa tempat di Kotagede Yogyakarta. Usaha pengumpulan dan perolehan data di lakukan dengan wawancara dan observai. Berikut hasil data yang diperoleh dan berhasil dikumpulkan dari proses wawancara dengan narasumber:

A. Makna Turis Asing bagi Tukang Becak

Kota Yogyakarta adalah satu-satunya kota yang masih di pimpin oleh seorang Raja. Kota Yogyakarta juga adalah kota yang berada di Indonesia dimana memiliki berjuta pariwisata. Dimana salah satu penghasilan utama warganya adalah dari hasil pariwisata. Dengan demikian banyak orang yang ingin mengunjungi kota Yogyakarta, baik wisatawan asing ataupun wisatawan domestik. Dengan kata lain, kota Yogyakarta adalah kota yang tepat untuk di jadikan sebagai wilayah atau tempat untuk menghilangkan penat dan berlibur. Hal ini menimbulkan motivasi tersendiri bagi para turis untuk datang ke Yogyakarta. Ketika para turis tersebut sudah datang ke Yogyakarta maka juga akan menimbulkan makna tersendiri. Makna dan motivatisai yang dimiliki oleh para turis tersebut, juga menjadi makna tersendiri bagi para tukang becak. Seperti yang telah diketahui tukang becak merupakan salah satu pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta.

Bagi para tukang becak tersebut, kehadiran para turis, baik turis asing ataupun turis domestik bukan hanya sebatas mengunjungi. Melainkan ada makna tersendiri bagi para tukang becak ini. Para tukang becak ini memaknai kehadiran dari para turis tersebut juga memberikan harapan untuk memenuhi pundi-pundi penghasilan yang mumpuni bagi kehidupan mereka. Penghasilan tersebut digunakan untuk menunjang perekonomian dan keberlangsungan hidup para tukang becak tersebut. Tentunya para turis tidak akan hadir di kota Yogyakarta setiap hari. Akan ada musim-musim dan waktu tertentu dimana kehadiran para turis akan mencapai angka maksimal untuk memenuhi beberapa bagian di kota Yogyakarta. Dimana telah diketahui, hampir sembilan puluh persen dari kota Yogyakarta memiliki kawasan wisatanya tersendiri. Dari bagian utara kota hingga bagian selatan kota, dari bagian barat kota hingga timur kota. Tentunya tidak semua bagian kota tersebut memiliki tukang becak. Hanya beberapa bagian kawasan wisata yang telah disebutkan diatas yang memiliki tukang becak.

Dalam kegiatan ini, terjadi beberapa interaksi sosial. Terdiri dari interaksi komunikasi, berbagi pengetahuan dan pengalaman. Walaupun terdapat banyak perbedaan antara individu-individu yang tergabung dalam kegiatan itu, namun tetap tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya interaksi sosial disana. Karena tanpa disadari, setiap kegiatan manusia yang berlangsung, ketika itu berhubungan dengan individu lainnya, maka akan terjadi interaksi sosial. Dalam teori interaksi sosial, setiap proses hubungan sosial baik itu antar individu dengan individu yang lain, antar individu dengan suatu kelompok, maupun antar kelompok dengan kelompok yang lain, dapat dipastikan memiliki suatu proses pertukaran simbol-simbol yang memiliki suatu makna dan nilai tersendiri bagi masing-masing pelakunya. Oleh sebab itu, dalam usaha untuk menemukan bagaimana para tukang becak tersebut memaknai kehadiran turis asing dan turis domestik peneliti menampilkan beberapa temuan ke dalam beberapa bagian seperti di bawah ini :

1. Kemampuan Bahasa Asing

Kurangnya kemampuan berbahasa asing dirasakan menjadi salah satu kendala yang menghambat proses komunikasi antara kedua belah pihak, baik itu dari pihak para tukang becak, maupun dari pihak turis asing itu sendiri. Dimana para tukang becak tersebut rata-rata tidak bisa berbahasa inggris dan para turis asing tersebut, rata-rata juga hanya menguasai bahasa daerahnya saja tanpa menguasai bahasa inggris. Hal tersebut tercermin berdasarkan cerita dari para tukang becak, dimana mereka masih sering menemukan kendala saat bertemu dengan turis asing yang tidak menguasai bahasa Inggris seperti kebanyakan. Seperti kutipan wawancara berikut ini:

“Nah kendalanya itu kalo ketemu bule yang gak bisa bahasa inggris malah susah, misalnya kayak orang mana itu. Kayaknya orang eropa, malah ternyata gak bisa bahasa inggris. Misalnya kayak orang rusia. Bahasanya kan bahasa asli kono to bahasa rusia.”(hasil wawancara dengan bapak Budi)

“Pernah mendapatkan bule yang gabisa bahasa inggris. Misalnya dari spanyol to. Dia gak bisa bahasa inggris. Ya sebisanya ngikutin bahasanya sendiri. Ya deal dealannya menyesuaikan, ngepasin, mantit (gatum).”(hasil wawancara dengan bapak Ngadino)

“nanyain asalnya dari negara mana, ngapain dijogja? Sudah kemana saja dijogja? Apa yang disukain dari jogja. Ya yang umum umum aja sih mas. Soalnya saya juga tidak terlalu menguasai bahasa inggris. Cuma bisa yang biasa biasa aja” (Hasil wawancara dengan Bapak Sukarto).

“sama aja sih sebenarnya mas, ya tiap bule beda beda karakternya mas, gak bisa dibilang sama. Mungkin karna beda negara negara nya juga kali ya jadi ya kebiasaan mereka dan prilaku mereka juga beda beda mas. Ada bule yang menolak untuk berkomunikasi kayak mereka pas ditanya hanya senyum aja. Ada yang ramah sampai cerita cerita tentang liburannya dijogja. Ya saya ngerti dikit dikit, kalau ada cerita yang gak ngerti balik saya yang cuma senyum dan pura pura senang dengan ceritanya mas. Intinya saya mengikuti gimana si bule nya aja, kalau mereka ramah ya saya juga lebih ramah tapi kalau mereka diem aja gitu ya mungkin mereka juga takut untuk ngomong dan saya gak ngerti jadinya memilih diam ya mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Sukarto).

Minimnya kemampuan menguasai bahasa asing, meskipun dirasakan menjadi kendala bagi para tukang becak, tidak lantas menjadi sebuah masalah tanpa solusi. Pada saat menjumpai turis asing yang kurang mampu menguasai bahasa Inggris, para tukang becak tersebut menggunakan uang sebagai alat atau simbol untuk berkomunikasi, agar pesan yang ingin mereka kirim tersampaikan kepada para turis asing tersebut. Hal tersebut berdasarkan kutipan wawancara seperti dibawah ini:

“Ya ngeluarin duit. Misalnya mau kemana, nanti dia ambil duit dua puluh ribu.”(hasil wawancara dengan bapak Budi)

Proses pertukaran simbol seperti di atas, dalam hal ini adalah saat dimana para turis asing menunjukkan sejumlah uang kepada tukang becak untuk menentukan besarnya tarif menuju ke sebuah tempat, adalah sebuah proses hubungan sosial antar individu dengan

individu lainnya demi mencapai sebuah kesepakatan. Hal tersebut terjadi karena makna yang terkandung sebuah simbol yakni sejumlah uang, dapat dipahami bagi kedua belah pihak sebagai sejumlah harga yang harus dibayar agar sampai ke sebuah tujuan. Hal ini dilakukan karena kedua belah pihak sama-sama tidak mengerti bahasa satu sama lainnya. Dalam proses ini sendiri, awalnya memang tidak adanya halangan. Namun dalam proses selanjutnya, sering adanya hambatan. Misalnya, kesalahan tukang becak mengantarkan tamu tersebut. Sehingga menyebabkan rasa kecewa bagi tamu itu.

2. Penampilan

Penampilan juga sebagai faktor penentu dari tukang becak dalam memberikan nilai pada calon konsumen yang akan menggunakan jasa mereka. Tidak menutup kemungkinan para tukang becak ini menilai turis asing yang hadir di Yogyakarta dari sisi apa yang dikenakan, apa yang dibawa dan bagaimana penampilan dari turis asing tersebut. Hal ini dapat membantu para tukang becak tersebut memperhitungkan kemungkinan dari jasa mereka berhasil di jual atau tidak. Dengan kata lain, secara tidak langsung juga para tukang becak ini dapat menyimpulkan seberapa banyak uang yang berhasil mereka dapatkan dari penampilan luar si turis asing. Karena dari sini, para tukang becak ini akan dengan cepat menyimpulkan apakah turis asing tersebut berasal dari ekonomi menengah keatas atau justru sebaliknya.

Kegiatan ini sering dilakukan, mengingat banyak hal yang melatarbelakangi seorang turis asing yang hadir ke Yogyakarta. Juga, semakin majunya teknologi yang mengakibatkan semakin mudahnya informasi untuk diakses. Hal ini mengakibatkan, banyak

turis asing yang berlibur dengan berbagai metode. Sebenarnya mekanisme berlibur dengan metode *low budget* itu sudah ada dari jaman dulu. Hanya saja, di beberapa negara berkembang, metode itu mulai digiatkan. Hal ini diindikasikan dengan banyaknya hotel, tempat menginap lainnya yang hadir dengan konsep *backpacker* atau *low budget*. Hal ini juga bersamaan dengan munculnya para perusahaan atau usaha-usaha travel yang mengusung tema *backpacker* dan *low budget*. Terutama di Yogyakarta, di Yogyakarta sendiri sudah banyak sekali paket wisata yang mulai mengusung tema *low budget* dan *backpacker*.

Hal ini mengakibatkan, profesi tukang becak sendiri tenggelam. Selain dikarenakan jaman saat ini adalah era digital digital sehingga dari sisi transportasi pun berubah menjadi digital. Dimana pengoperasiannya dengan menggunakan peta elektronik dan didukung dengan handphone dengan kapasitas mumpuni (*smartphone*). Juga dikarenakan banyaknya turis asing yang hadir di kota Yogyakarta adalah turis yang menerapkan tema sederhana dan rendah dana operasional. Maka dari itu, hal itu menyebabkan para tukang becak tersebut lebih selektif dalam melihat calon tamu mereka. Hal pertama yang paling sering dilakukan oleh para tukang becak tersebut adalah melihat bagaimana penampilan luar dari si turis asing tersebut. Apabila rapi, terlihat lebih rapi dan baik, maka biasanya para tukang becak tersebut akan langsung mengambil kesimpulan bahwa turis asing tersebut dari latar belakang ekonomi menengah ke atas dan dapat di tawai jasa mereka. Karena apabila para tukang becak tersebut memberikan penawaran pada turis asing yang lusuh, yang terlalu santai dengan cenderung berpakaian ala kadarnya, maka sudah dapat dipastikan bahwa turis asing tersebut menggunakan metode berliburnya adalah metode berlibur *low budget* atau *backpacker*.

Kegiatan wisata ini, dimana tukang becak berkomunikasi dengan turis asing menimbulkan beberapa ragam interaksi simbolik. Hasil interaksi simbolik tersebut bermacam-macam. Kerumitan berkomunikasi dikarenakan tidak mengerti dan memahami bahasa yang digunakan satu sama lain. Hingga kesalahpahaman yang terjadi akibat dari bahasa isyarat yang dilakukan. Inti dari teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia. Berkomunikasi serta saling melakukan pertukaran simbol-simbol yang memiliki makna. Hal ini menandakan bahwa setiap individu dapat di analisis melalui setiap interaksinya dengan individu yang lain. Terdapat makna yang hampir sama yang dimiliki oleh beberapa tukang becak saat melihat turis asing yang datang ke Kota Yogyakarta. Mereka memiliki anggapan bahwa yang terlintas di becak mereka saat melihat turis asing sebagai suatu kesempatan untuk mendapatkan sejumlah uang. Hal tersebut berdasarkan kutipan beberapa wawancara seperti di bawah ini:

“Ya pertama ya, ada yang diangkut. Kan modelnya kalo tidak ada yang diangkut ya tidak dapat duit.” (wawancara dengan pak Ngadino)

“Mau pergi kemana. Kalau lihat bule kesini ya, saya tanya mau pergi kemana. Baru kemudian saya tanya bisa dibantu pakai becak gak, gitu” (wawancara dengan bapak Budi)

Tidak hanya hal tersebut yang menjadi tolak ukur. Dari apa yang digunakan si turis asing, bagaimana penampilannya juga menjadi tolak ukur sendiri bagi para tukang becak tersebut. Walaupun hal ini tidak dapat di jadikan tolak ukur yang utama, namun kebanyakan yang terjadi banyak yang menilai dari apa yang terlihat. Dikarenakan, terdapat juga para turis asing yang datang ke kota Yogyakarta dengan tipe kunjungan ala *backpacker*. Hal ini menjadi perhatian khusus tersendiri bagi para tukang becak tersebut.

Kebanyakan diantara mereka sudah memahami dan mengerti bagaimana memberikan perlakuan pada para turis yang memiliki perbedaan latar belakang. Hal ini juga memiliki makna lain bagi sebagian tukang becak. Bapak Muryadi misalnya, beliau mengatakan bahwa saat melihat turis asing, yang pertama kali dilihat adalah bagaimana penampilan turis asing tersebut. Jika penampilan turis asing tersebut bersih, beliau beranggapan bahwa turis tersebut memiliki latar belakang ekonomi yang mumpuni. Bisa dikatakan, bahwa turis asing tersebut tidak datang dengan metode berlibur *backpacker* atau *low budget*. Namun jika melihat turis asing yang berpenampilan sebaliknya, beliau beranggapan bahwa turis asing tersebut memiliki latar belakang ekonomi yang lemah. Dengan kata lain, turis tersebut datang berlibur dengan metode *backpacker* atau *low budget*. Hal tersebut didapat dari kutipan wawancara seperti dibawah ini:

“Itu gimana ya, yang penting kan bulenya naik becak dulu. Bulenya itu kemana, Cuma itu aja. tergantung, lihat orang bulenya dulu. Ya kalo liat orangnya bersih, pasti bulenya kaya. Kalo orangnya nggak ya, gembel.” (wawancara dengan bapak Muryadi)

3. Kelompok dan Sendiri

Jumlah turis asing yang hadir di kota Yogyakarta sendiri juga sudah menjadi perhatian khusus dari para tukang becak tersebut. Dikarenakan para tukang becak tersebut harus mengerti dan memahami model perlakuan yang harus diberikan jika jumlah dari turis itu lebih dari satu orang. Kehadiran turis asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta, baik itu yang berpasangan maupun yang datang berkelompok, juga mempunyai makna tersendiri bagi para tukang becak. Para tukang becak ini beranggapan, bahwa lebih mudah menawarkan jasa mereka kepada turis asing yang

berpasangan daripada yang datang berkelompok. Hal ini dikarenakan, menurut mereka, turis asing yang berjalan berkelompok, lebih cuek ketimbang dengan turis asing yang berjalan sendirian atau hanya dengan pasangannya. Seperti kutipan wawancara berikut ini:

“Paling yang berdua atau sendiri gitu, lebih enak yang gitu. Ya yang sendiri sendiri itu lebih enak disapa. Kalo saya lho. Kalo yang rame rame itu sukanya cuek. Kalo yang sendiri sendiri itu misale halo, no no no.”(wawancara dengan bapak Budi)

“Itu tergantung ya. Kalo rombongan kan pake guide. Nek person person itu ya tergantung kemauannya.”(wawancara dengan bapak Ngadino)

4. Asal Negara

Selain berdasarkan jumlah wisatawan yang mereka jumpai di jalanan, beberapa tukang becak juga merasakan kesulitan untuk menawarkan jasa mereka kepada beberapa turis asing berdasarkan usia para turis asing tersebut. Seperti telah di ketahui, bahwa para pengguna jasa becak dapat dikategorikan dalam beberapa segmentasi. Usia, pekerjaan, dari negara mana adalah beberapa faktor penentu jasa becak tersebut di gunakan atau tidak. Tentunya para tukang becak ini juga secara tidak langsung dituntut untuk jeli dalam melihat potensi calon tamu. Apabila tidak jeli, hanya akan mengakibatkan kesia-siaan dalam hal tenaga dan waktu untuk menawarkan jasa tersebut. Ada beberapa contoh yang membuktikan kejelian dan ketelitian dalam melihat potensi dari calon tamu, yaitu Pak Muryadi, tukang becak yang mangkal di daerah Prawirotaman.

Beliau mengatakan bahwa sulit untuk mengajak turis asing yang berstatus sebagai pelajar untuk menggunakan jasa transportasi mereka. Hal ini dikarenakan para pelajar tersebut lebih memilih untuk berjalan kaki daripada menggunakan alat transportasi becak. Seperti kutipan wawancara berikut ini:

“Enak orang dua to mas. orang bule dua itu enak, where you going mau kemana lah suka apa ya gimana. Ya harusnya bisa dikit dikit bahasa inggris lah, kalo gabisa susah. Kalo yang berkelompok itu jarang yang mau kalo ditawarkan. Apalagi kalau mahasiswa bulenya, angel. Mereka lebih seneng mlaku.” (wawancara dengan pak Muryadi)

Faktor dari asal negara para turis asing ini juga memiliki makna tersendiri bagi para tukang becak. Beberapa tukang becak beranggapan, bahwa lebih gampang menawarkan jasa mereka kepada turis asing dari negara tertentu dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini juga berlaku juga dengan urusan tip atau komisi. Mereka beranggapan bahwa, turis asing dari negara tertentu, dirasakan lebih loyal kepada para tukang becak tersebut, dibandingkan dengan turis asing yang lainnya. Hal tersebut berdasarkan potongan wawancara seperti dibawah ini:

“Kalo aku itu dulu disini orang perancis mas, padahal orang prancis terkenal. agak susah.. Tapi yang ini baikan orangnya. Makan itu diajak. Terus misal ongkosnya dua puluh, itu nanti ditambahi.” (wawancara dengan bapak Budi)

“Pernah, itu dari belanda. Sosialnya kan lebih unggul dari bule bule yang lain. Seikhlasnya atau seberapanya itu dihitung pernah to. Iya pernah. Yo sampe dibelikan becak sama orang belanda. Jamannya dolar masih 1800. Kira kira tahun 95.” (wawancara dengan bapak Ngadino)

“Biasa itu kasih uang, biasa pakaian, itu biasa. Yang sering itu ya Prancis itu ada, Belanda, Eropa.” (wawancara dengan bapak Muryadi)

Arti terpenting komunikasi adalah bahwa seseorang memberikan tafsiran atas perilaku orang lain. Baik itu melalui sikap bicara maupun dari gestur tubuh, terhadap perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain. Dengan adanya proses komunikasi tersebut, sikap serta tindakan dan perasaan suatu kelompok manusia atau perorangan dapat diketahui oleh kelompok lain atau orang lainnya. Hal itu kemudian merupakan bahan untuk menentukan reaksi selanjutnya apa yang akan dilakukan.

5. Makna Kehadiran Turis Asing bagi Tukang Becak

Kehadiran turis asing di Yogyakarta membawa berbagai macam makna bagi tukang becak. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, diantaranya kurang menguasai bahasa asing dalam proses interaksi dan ragam interaksi simbolik yang dihasilkan melalui kontak sosial oleh para turis asing dengan para tukang becak. Dua hal ini sudah di jelaskan di atas bahwa setidaknya tiga faktor tersebut dapat memengaruhi makna yang timbul dari kehadiran para turis asing tersebut bagi tukang becak. Tentunya juga tidak menutup kemungkinan sebab yang lain. Setidaknya, dua faktor diatas adalah beberapa data yang di peroleh dan berhasil dikumpulkan peneliti di lapangan.

Meninjau dari data tersebut, terlihat bahwa timbulnya makna kehadiran turis asing di Yogyakarta bagi tukang becak tidaklah

sederhana. Melewati berbagai macam proses. Namun pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa turis asing dapat membawa makna tersendiri bagi para tukang becak tersebut. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang berhasil di peroleh dan dikumpulkan oleh peneliti, yaitu :

“hadirnya turis asing itu malah membuat saya tambah mengerti bagaimana pergaulan dengan bule mas.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“ya sambil belajar bahasa asing mas, sedikit-sedikit. Nanti biar bisa cerita-cerita ke orang rumah. Kalo bule itu seperti ini, gitu.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Sukarto)

“menurut saya ya itu sebuah bentuk promosi indonesia sih mas, khususnya jogja, makanya saya selalu mengusahakan untuk ramah ke penumpang, supaya mereka tetap menganggap jogja itu ramah mas, ya kalo bukan kita siapa lagi yang membangun label itu mas. Menurut saya turis tuh berpengaruh besar sama perkembangan wisata kita mas, perkembangan ekonomi kita juga.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“nek menurut saya sih mas sebagai usaha untuk mempertahankan penghasilan masyarakatnya yang sudah menjadi tukang becak. Ya kalau sekarang semuanya pasti online itu malah menimbulkan masalah lain to mas. Maksudnya nambah masalah, malah ngebuat pemerintah susah kan mas, warga miskin ki makin bertambah.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Sukarto)

“kalau menurutku sih mas ya nambah penghasilanku. Sekali lagi, tidak semua turis asing itu miskin, ada juga yang kaya. Tidak semua turis asing itu mengerti Jogja. Namanya rejeki kan harus dicari mas. Lillahitaa'ala ae” (Hasil Wawancara dengan Bapak Budi)

“ Apa ya, yang paling terasa sih penghasilanku nambah mas. Terus ada yang sampai jadi langganan juga. Ya harus pinter-

pinter mengendalikan turis itu yang menjadi langganan kita saja, supaya nanti kalau dia kesini lagi jadi langganan kita.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadino)

Secara umum, para tukang becak ini memaknai kehadiran turis asing ini sebagai sarana untuk memperoleh dan meningkatkan penghasilan. Dimana para tukang becak ini sudah tau secara pasti kapan saja penghasilan mereka akan bertambah. Dengan melihat waktu kedatangan para tamu turis asing ini. Hal ini terlihat dari beberapa data yang diperoleh dan berhasil di kumpulkan oleh peneliti pada proses wawancara, yaitu :

“pas liburan sama akhir tahun itu banyaknya mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“Kalo liburan kayak agustus itu kan musimnya liburan eropa ya, setiap hari pasti adalah dapat penumpang bule. Tapi kalo kayak gini (sekarang) susah/sepi. Sekarang bule pada jalan kaki.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Budi)

“juga tergantung musim liburan ning eropa mas. Nek disini sering narik bule, berarti sana lagi liburan” (Hasil Wawancara dengan Bapak Budi)

Dari data tersebut terlihat bahwa waktu kedatangan para turis asing tersebut sedikit banyaknya memengaruhi makna dari tukang becak sendiri. Apabila turis asing yang datang ke Yogyakarta, maka makna yang akan timbul adalah akan bertambahnya penghasilan dari si tukang becak tersebut. Di harapkan pada waktu tersebut, banyak turis asing yang akan memakai jasa tukang becak tersebut. Secara garis besar, memang bertambahnya penghasilan adalah makna utama dari kehadiran para turis asing di Yogyakarta bagi tukang becak.

Di sisi lain, ada hal yang kurang dari hal ini. Hal kurang tersebut dikarenakan tidak adanya koordinasi khusus mengenai mekanisme operasional tukang becak dan mekanisme pembagian

order secara rata demi menaikkan penghasilan si tukang becak tersebut. Apabila dua hal tersebut di lakukan, maka secara otomatis profesi tukang becak sendiri akan masih eksis dan kehadirannya secara otomatis dibutuhkan oleh para turis asing tersebut.

Dengan hal diatas, dapat disimpulkan ada beberapa faktor yang memengaruhi makna turis asing bagi tukang becak sebagai salah satu pelaku industri pariwisata di Kota Yogyakarta. Hal tersebut meliputi kemampuan berbahasa bahasa asing, penampilan, asal negara, kelompok dan sendiri, serta makna kehadiran turis asing bagi tukang becak. Secara garis besar, makna hadirnya turis asing di kota Yogyakarta bagi tukang becak adalah sebagai media untuk menambahkan pundi-pundi penghasilan. Alasan dan sebab ini adalah factor utama dari muncul makna tersebut. Namun lebih kompleks apabila diartikan sebuah upaya untuk meningkatkan penghasilan dan menjaga citra ramah akan masa lalu dari kota Yogyakarta sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan munculnya berbagai makna bagi tukang becak akan kehadiran dari turis asing tersebut. Namun makna tersebut dapat menimbulkan berbagai persepsi bagi tukang becak sendiri dalam memberikan pelayanan jasa tersebut. Dalam hal ini, setidaknya ada tiga factor dasar penentu munculnya makna tersebut, yaitu bahasa, bentuk komunikasi dan waktu kunjungan turis asing tersebut ke kota Yogyakarta. Apabila ketiga aspek tersebut sudah di kuasai oleh para tukang becak tersebut, maka akan secara otomatis kegiatan operasional tersebut berjalan dengan lancar. Dapat dilihat bahwa kegiatan interaksi sosial itu memberikan dampak berkesinambungan terhadap tukang becak itu sendiri. Seperti, ketika *peak season* para individu yang menjadikan pekerjaan menyediakan layanan jasa becak sebagai pekerjaan sampingan, dengan giat melakukan kegiatan tersebut. Karena sudah bisa teramalkan berapa kira-kira pundi uang yang dapat dikumpulkan dari kegiatan itu.

Secara berkesinambungan juga, *peak season* tersebut menimbulkan makna bagi para tukang becak tersebut terhadap turis asing. Mekanisme kegiatan

operasional serta kegiatan interaksi social itu akan berjalan layaknya *peak season* sebelumnya. Walaupun akan ada perubahan, namun perubahan tersebut tidak akan signifikan. Dapat dikatakan perubahan tersebut hanya gimik saja. Secara garis besar, para tukang becak tersebut sudah dapat menguasai kegiatan interaksi sosial tersebut. Hal positive lainnya, juga akan memberikan *knowledge* tersendiri bagi para tukang becak tersebut bagaimana caranya agar dapat menambah pundi-pundi penghasilan. Dapat meningkatkan cara model “simpati dan empati”, menambah kemampuan berbahasa, meningkatkan mutu dari pelayanan berdasarkan pengalaman *peak season* sebelumnya.

B. Peran Interaksi Sosial antara Turis Asing dengan Tukang Becak

Indonesia memiliki beragam keunikan yang dapat dijual sebagai salah satu asset untuk menambah penghasilan negara. Salah satu contohnya adalah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dimana kota Yogyakarta sendiri memiliki beragam keunikan dan sumber daya melimpah didalamnya. Kota Yogyakarta adalah satu-satunya kota yang masih di pimpin oleh seorang Raja. Kota Yogyakarta juga adalah kota yang berada di Indonesia dimana memiliki berjuta pariwisata. Dimana salah satu penghasilan utama warganya adalah dari hasil pariwisata. Dengan demikian banyak orang yang ingin mengunjungi kota Yogyakarta, baik wisatawan asing ataupun wisatawan domestik. Dengan kata lain, kota Yogyakarta adalah kota yang tepat untuk di jadikan sebagai wilayah atau tempat untuk menghilangkan penat dan berlibur. Hal ini menimbulkan motivasi tersendiri bagi para turis untuk datang ke Yogyakarta. Ketika para turis tersebut sudah datang ke Yogyakarta maka juga akan menimbulkan interaksi sosial tersendiri. Interaksi social yang terjadi antara para turis tersebut dan para tukang becak secara tidak langsung akan memengaruhi makna tersendiri bagi para tukang becak tersebut. Seperti yang telah diketahui tukang becak merupakan salah satu pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta.

Bagi para tukang becak tersebut, kehadiran para turis, baik turis asing ataupun turis domestik bukan hanya sebatas mengunjungi. Melainkan ada makna tersendiri bagi para tukang becak ini. Para tukang becak tersebut akan dengan senang hati untuk berinteraksi secara social dengan para turis tersebut dengan harapan dapat memenuhi kepentingan serta kebutuhan para turis tersebut juga untuk memenuhi pundi-pundi penghasilan yang mumpuni bagi kehidupan para tukang becak tersebut. Penghasilan tersebut digunakan untuk menunjang perekonomian dan keberlangsungan hidup para tukang becak tersebut. Tentunya para turis tidak akan hadir di kota Yogyakarta setiap hari. Akan ada musim-musim dan waktu tertentu dimana kehadiran para turis akan mencapai angka maksimal untuk memenuhi beberapa bagian di kota Yogyakarta. Dimana telah diketahui, hampir Sembilan puluh persen dari kota Yogyakarta memiliki kawasan wisatanya tersendiri. Dari bagian utara kota hingga bagian selatan kota, dari bagian barat kota hingga timur kota. Tentunya tidak semua bagian kota tersebut memiliki tukang becak. Hanya beberapa bagian kawasan wisata yang telah disebutkan diatas yang memiliki tukang becak.

Dalam kegiatan ini, terjadi beberapa interaksi sosial. Terdiri dari interaksi komunikasi, berbagi pengetahuan dan pengalaman. Walaupun terdapat banyak perbedaan antara individu-individu yang tergabung dalam kegiatan itu, namun tetap tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya interaksi sosial disana. Karena tanpa disadari, setiap kegiatan manusia yang berlangsung, ketika itu berhubungan dengan individu lainnya, maka akan terjadi interaksi social. Dalam teori interaksi sosial, setiap proses hubungan sosial baik itu antar individu dengan individu yang lain, antar individu dengan suatu kelompok, maupun antar kelompok dengan kelompok yang lain, dapat dipastikan memiliki suatu proses pertukaran simbol-simbol yang memiliki suatu makna dan nilai tersendiri bagi masing-masing pelakunya. Oleh sebab itu, dalam usaha untuk menemukan bagaimana interaksi social antara para tukang becak dan para turis tersebut dapat memengaruhi makna akan kehadiran turis

asing di kota Yogyakarta peneliti menampilkan beberapa temuan ke dalam beberapa bagian seperti di bawah ini :

1. Tidak adanya koordinasi antara para tukang becak dengan beberapa para pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta

Dewasa ini, banyak perkembangan dan pertumbuhan yang semakin beragam. Revolusi tidak dilakukan hanya sebatas peraturan sebuah negara, susunan pemerintah namun juga dari sisi transportasi. Indonesia adalah negara berkembang yang berusaha untuk selalu mencapai perubahan tertentu dimana perubahan tersebut adalah perubahan yang positive. Indonesia juga merupakan sebuah negara yang berpikiran terbuka dan menerima segala jenis perubahan dimana perubahan tersebut di bawa dari beberapa negara di luar Indonesia. Selama perubahan tersebut baik untuk kehidupan berbangsa dan bernegara serta membantu untuk memajukan masyarakat Indonesia, maka pemerintah Indonesia akan secara otomatis membuka diri untuk menerima perubahan positive tersebut.

Yogyakarta merupakan salah satu provinsi dan kota di Indonesia yang memiliki keeksotisannya sendiri. Kota ini merupakan kota yang menjunjung tinggi nilai nilai adat istiadatnya tanpa menutup diri dari majunya jaman di era globalisasi ini. Arif, tradisonal, sederhana, dan bersahaja adalah beberapa citra tersendiri bagi kota Yogyakarta yang diberikan oleh para pengunjung di kota ini. Kota ini menyimpan banyak kisah dan cerita tersendiri bagi masing masing pribadi yang pernah mengunjunginya. "Yogyakarta itu membuat rindu" merupakan citra yang sangat melekat di benak para pengunjung. Tanpa disadari, citra tersebut menjadi *trademark* bahkan sudah menjadi *trademark* tersendiri bagi kota Yogyakarta. Banyak hal yang dapat disajikan dari kota Yogyakarta dimana hal tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat asli kota Yogyakarta sendiri.

Kota Yogyakarta, hidup dari pariwisata yang dimiliki. Kota Yogyakarta sendiri memiliki banyak tempat wisata yang dapat di jadikan tempat tujuan

untuk liburan. Kota Yogyakarta juga memiliki serangkaian adat yang lekat akan sejarah. Seperti yang telah di ketahui, bahwa kota Yogyakarta sendiri merupakan salah satu kota yang berperan penting dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia. Dimana kota Yogyakarta memiliki istana Presiden. Perjuangan kemerdekaan pernah berderu di kota Yogyakarta. Selain itu, kota Yogyakarta memiliki banyak kearifan loka lainnya dimana hal tersebut dapat menjadi ‘penarik’ tersendiri bagi para pengunjung yang ingin berkunjung ke kota Yogyakarta. Tertutama para turis asing yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai Indonesia, terutama kota Yogyakarta.

Semakin majunya teknologi terkini saat ini, menutup seluruh kemungkinan kerja sama dan koordinasi dari beberapa bagian pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta. Hal ini dapat terjadi dikarenakan tidak adanya kesadaran bahwa tukang becak adalah bibit emas yang tidak boleh di hilangkan. Justru harus tetap dilestarikan untuk bersandingan akan pelaku-pelaku pendukung industri pariwisata lainnya. Apabila ada usaha untuk mempertahankan keberadaan dan keeksistensian tukang becak untuk mendukung kegiatan industri pariwisata di kota Yogyakarta, maka akan muncul citra kota Yogyakarta yang ramah akan masa lalu namun tidak tertutup akan kemajuan jaman yang sedang berkembang. Maka dari itu, seharusnya ada koordinasi lanjutan mengenai keberadaan dan keeksistensian tukang becak di kota Yogyakarta. Seharusnya, para pelaku industri pariwisata lainnya menjadi tukang becak sebagai salah satu daya tarik tersendiri. Dengan demikian, profesi tersebut tidak akan mati dan akan tetap mendukung kegiatan industri wisata di kota Yogyakarta.

Hal ini disebabkan kesalahpahaman akan keberadaan media daring yang menimbulkan kemajuan dari sisi transportasi. Juga tidak adanya koordinasi khusus mengenai keleluasaan media daring tersebut untuk beroperasi di kawasan wisata kota Yogyakarta. Tidak adanya koordinasi khusus dan kerja sama antara para tukang becak dengan beberapa pelaku industri pariwisata dirasa menjadi suatu penghambat tersendiri bagi para

tukang becak itu sendiri. Hal ini dikarenakan, beberapa pelaku industri pariwisata, dalam hal ini adalah pemandu wisata, terlihat cenderung meng-anak-tiri-kan para tukang becak tersebut. Para pemandu wisata ini memberikan informasi yang tidak mendukung bahkan cenderung salah terkait tarif atau harga untuk menggunakan becak kepada para turis. Terutama para turis asing. Hal ini dijadikan kesempatan dimana para pemandu wisata tersebut merasa para turis asing tersebut cenderung tidak mengetahui kondisi yang sebenarnya dari kota Yogyakarta. Maka pemandu wisata tersebut dapat dengan leluasa untuk menyampaikan informasi yang tidak benar bahkan cenderung salah.

Hal ini membuat para tukang becak kesulitan, terutama dalam menentukan tarif. Dikarenakan tukang becak sendiri tidak mengerti, informasi seperti apa yang telah di sampaikan pemandu wisata kepada para turis tersebut. Apabila para tukang becak tersebut menginginkan untuk memberikan harga *markup* maka kemungkinan besar untuk kehilangan calon tamu tersebut sangat tinggi. Namun apabila memberikan harga di bawah standar, tidak akan mencukupi biaya operasional. Walaupun adanya uang *for you* atau uang tip yang akan di berikan oleh para turis tersebut, namun hal itu sudah tidak bisa dijadikan sebagai faktor utama. Mengingat, tidak semua turis akan dengan senang hati memberikan uang tip. Apabila kebetulan turis tersebut adalah turis yang memiliki pengetahuan cukup tinggi mengenai prinsip *service excellent* dan tidak adanya rasa kasihan terhadap tukang becak tersebut, maka turis tersebut tidak akan memberikan uang tip. Kembali lagi, hal tersebut tidak seharusnya di jadikan sebagai faktor utama yang mendukung naiknya pendapatan tukang becak. Hal ini berdasarkan petikan hasil wawancara di bawah ini:

“menariknya itu, tip nya itu yang bayar kita kan guide nya. Nah tip nya itu beda-beda, ada yang seribu rupiah, ada yang seratus ribu.” (hasil wawancara dengan bapak Budi)

“kalau nganterin bule itu sering susah mas, karena kan mereka sudah diberi tahu sama guide nya itu lho, dari sini ke sini itu ongkosnya berapa, gitu.” (hasil wawancara dengan bapak Sutarno)

“Senangnya kalo ada dapat penumpang yang belum pernah kesini (ke jogja). Jadi harganya misal dari sini ke malioboro minta 50 ya setuju bulenya. Tapi kalau yang sudah paham kalau ditawarkan 50 itu malah nawar ngeyel bilangnya dekat, mintanya 10 ribu. Mungkin ya udah dikasi tau mungkin atau nanya sama orang orang” (hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Nek bule misale malah narik, misale narik grup. Kalo grup itukan misale dari hotel sini. Grup itu ya kan berapa becak gitu. 40 becak. Menariknya itu, tips nya itu yang bayar kita itu kan guide nya. Nah tips nya itu beda beda, ada yang seribu rupiah, ada yang seratus ribu. Kemarin ini belum lama, saya malah gak dapet, tapi ada yang dapat seribu rupiah, ada yang dapat seratus ribu. Itu ada” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

Dilihat dari data di atas, para pemandu wisata tersebut sudah melakukan sesuatu yang kurang tepat bahkan tidak benar. Apabila para pemandu wisata tersebut ingin menghadirkan beberapa pelayanan yang prima, seharusnya para pemandu wisata tersebut tidak melupakan tukang becak adalah sebuah penarik wisata sendiri yang cukup berkompeten memberikan *feedback* besar pada industri pariwisata Yogyakarta. Seperti yang telah di ketahui, konsep liburan bagia setiap orang adalah sama. Yaitu ingin bersantai, menghilangkan penat sejenak dari kegiatan rutin yang sering di lakukan. Itu adalah inti dari motivasi seseorang ingin pergi berlibur. Walaupun tidak menutup kemungkinan adanya alasan lain yang menjadi motivasi tersendiri bagi para turis asing ataupun turis domestic untuk datang berkunjung ke sebuah tempat. Dimana kegiatan itu di lakukan untuk berlibur.

Melihat motivasi diatas, becak merupakan salah satu fasilitas para turis asing tersebut mendapatkan momen untuk bersantai. Dimana seperti yang telah di ketahui, becak di kayuh menggunakan tenaga manusia bukan mesin.

Kecepatan yang di dapatkan tidak secepat menggunakan mesin. Apabila turis asing tersebut menggunakan taksi, bus dan lain-lain. Sembari menumpang becak, para turis asing tersebut dapat melihat dan mengamati kota Yogyakarta dengan santai. Dapat lebih menikmati apa yang sedang di lalui dan memperhatikan lebih detail akan keindahan kota Yogyakarta. Tanpa harus ada sesuatu yang terlewat karna laju kecepatan kendaraan yang sedang di tumpangi. Dengan becak juga para turis asing tersebut dapat dengan santai mendapatkan moment yang diinginkan selama berada di kota Yogyakarta. Hal tersebut, akan memberikan *feedback* yang cukup besar apabila disadri ole para pemandu wisata jika menyadari potensi kehadiran tukang becak untuk industri wisata.

Sedangkan yang terjadi di lapangan tentulah berbeda. Para pemandu wisata dan tukang becak tidak memiliki koordiansi khusus dimana itu telah disepakati kedua belah pihak. Tidak adanya mekanisme operasional becak yang telah di sepakati. Sehingga hal ini menyebabkan kerusakan tersendiri bagi system operasional tukang becak. Korodinasi teresebut dapat meliputi tentang bagaimana tukang becak dapat mendapatkan order, apabila ada tamu turis asing rombongan dari suatu negara dan dibantu oleh pemandu wisata, tukang becak dapat dikoordinasikan seperti apa, bagaimana tukang becak dapat mendapatkan order yang berkesinambungan, bagaimana agar tukang becak sendiri tetap memiliki keeksistensian sendiri walau jaman sudah berubah dan sebagainya. Hal tersebut setidaknya sudah di korodinasikan sebelumnya antara kedua belah pihak.

Hal ini dirasa perlu untuk menjaga keeksistensian tukang becak sendiri. Sedangkan pemandu wisata sendri tidak melakukan suatu hal atau beberapa hal demi membantu menjaga keeksistensian tukang becak sendiri. Banyak pemandu wisata yang sudah mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan media daring. Pada akhirnya hal ini merugikan para tukang becak secara sepihak. Tidak hanya sebata itu, para pemandu wisata ini juga menjadikan hal ini kesempatan tersendiri. Guna menambah keuntungan

pribadi. Ada beberapa cara yang dilakukan para pemandu wisata ini. Banyak diantara mereka seperti secara sengaja untuk meniadakan tukang becak dalam kegiatan wisata yang mereka lakukan. Mereka menganggap, bahwa turis asing mudah untuk di berikan informasi yang salah. Dan dengan sendirinya para turis asing tersebut akan memiliki pola pikir bahwa sudah tidak ada tukang becak di kota Yogyakarta ini. Termasuk mengenai informasi soal harga dalam menggunakan jasa tukang becak.

Seperti yang telah diketahui sebelumnya bahwa harga adalah topik yang sangat penting bagi tukang becak. Hal tersebut merupakan sumber penghasilan mereka dalam profesi. Dengan harapan, pulang ke rumah dengan membawa uang dan dapat menghidupi keluarga mereka. Namun, hal ini menjadi sangat berbeda di karenakan banyak hal. Kurangnya pengetahuan tentang turis asing, ketidak mampuan dalam berbahasa asing, memiliki latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni dan lain sebagainya. Merupakan beberapa hal yang berhasil membuat situasi semakin parah.

Apa yang dilakukan oleh para pemandu wisata, dalam hal ini adalah memberikan gambaran tarif atau harga bagi para turis asing dalam menggunakan transportasi becak tidaklah salah. Tetapi, bagi para tukang becak menjadi salah satu penyebab berkurangnya tambahan pemasukan mereka. Seperti yang telah disampaikan diatas, para tukang becak tersebut sulit untuk menentukan tarif. Dikarenakan tidak mengetahui informasi yang pasti dan spesifik yang telah diberikan pemandu wisata itu kepada turis asing. Hal ini tidak selamanya menjadi penghalang bagi tukang becak untuk meraup tambahan pundi-pundi penghasilan. Dikarenakan rata-rata dari para tukang becak tersebut telah memiliki metode khusus untuk menanggulangi masalah tersebut. Mereka menggunakan simpati untuk menarik perhatian dari wisatawan asing yang menggunakan alat transportasi mereka. Hal ini berdasarkan potongan dari wawancara di bawah ini:

“ada yang ngerayu bulenya duh kehidupan saya melas, nah biasanya nanti si bule itu kasian terus dikasi tip besar.” (hasil wawancara dengan bapak Budi)

“dari sini ke malioboro, misal 40 ribu. Nah uangnya 50 ribu sisanya itu buat saya dikasih sama bulenya. 10 ribunya gak diambil.” (hasil wawancara dengan bapak Muryadi)

“ya pernah mas, kadang kadang. Karna dia malas mungkin untuk cari becak lain lagi jadi ya udah sekalian di saya gitu mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“Iya mas, ya dia minta anterin ketempat makan gudeg gitu ya saya tungguin, abis itu minta dianterin ketempat oleh oleh baru balik hotel mas”. (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“Dari guide nya mas, tapi kadang ada juga udah dari guide nya terus bule nya nambahin lagi uang nya.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“Pernah mas, dia sampe minta nomor hp saya, begitu dia kesini benar sih mas nelponin saya untuk nganter nganter dia gitu sampe 3 hari dia disini ya sama saya, bulenya baik, dia juga bisa bahasa indonesia dikit dikit, jadi ya kalo ngomong masih enaklah ngobrol ngobrolnya mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“kalau dari guide sendiri ya jarang mas, gak pernah malahan” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

Tidak adanya koroordinasi khusus antara pemandu wisata dan para tukang becak tersebut, memaksa para tukang becak untuk memiliki solusi lainnya. Dari data diatas, dapat dilihat bahwa para tukang becak mencari solusi lain untuk mendapatkan tamu turis asing agar jasa mereka dapat terjual. Setelah mendapatkan tamu turis asing, mereka berusha untuk

menjadikan tamu turis asing tersebut menjadi pelanggan tetap dari jasa mereka. Tidak jarang juga para tukang becak tersebut mempelajari hal-hal yang dapat membantu usaha mereka. Seperti mereka mengasah kemampuan bahasa asing, berusaha memberikan pelayanan tingkat prima dan lain sebagainya. Juga tidak sedikit dari mereka yang menggunakan nilai kemanusiaan untuk menarik hati dari para turis asing tersebut.

Para tukang becak tersebut merasa bahwa para pemandu wisata tidak pernah memperhatikan mereka. Jangankan memperhatikan secara detail dengan memenuhi kantong para tukang becak dengan memberikan order. Bahkan hal terburuknya, para pemandu wisata tersebut terlihat seperti menganggap bahwa tukang becak sudah 'punah'. Ini mengakibatkan para pemandu wisata tersebut tidak mengajak para tukang becak untuk berkoordinasi mengenai mekanisme operasional tukang becak tersebut. Data diatas menjadi bukti konkrit bahwa memang tidak adanya koordinasi khusus antara para tukang becak dan para pemandu wisata tersebut. Tidak diketahui secara pasti apa hal yang mengakibatkan itu terjadi. Keuntungan pribadi tetap menjadi dasar hal tersebut dapat terjadi. Dimana pada akhirnya para tukang becak tersebut memiliki inisiatif sendiri untuk mengatasi kondisi yang terjadi. Terlepas inisiatif dan solusi itu benar atau tidak. Dianggap sah atau tidak.

Hal yang dilakukan oleh para tukang becak tersebut merupakan sebuah gambaran contoh dari berlangsungnya sebuah proses interaksi yang didasari oleh faktor simpati. Terlepas dari apakah tindakan tersebut dapat dibenarkan atau tidak, sebenarnya, proses ini dapat diminimalisasikan dengan adanya *pattern* khusus dan jelas mengenai kegiatan operasional becak di kawasan Yogyakarta. Para pelaku industry pariwisata di Yogya sendiri, di rasa dapat menimbulkan kesan kota Yogyakarta yang ramah akan masa lalu namun tetap bisa beradaptasi dengan kemajuan jaman. Proses itu sendiri tidak akan terjadi tanpa adanya kontak sosial serta adanya komunikasi dari kedua belah pihak. Dapat dilihat sebenarnya, hal ini dapat

terjadi dikarenakan tidak adanya kerjasama dan koordinasi khusus mengenai pelaku industri lainnya dengan tukang becak.

2. Bentuk Komunikasi Pertama dan Bentuk Interaksi Sosial yang Dilakukan para Tukang Becak ketika Bertemu para Turis Asing

Bentuk komunikasi yang dilakukan masing-masing pribadi adalah hal yang berbeda. Di pengaruhi oleh banyak faktor, seperti kegiatan yang sedang di lakukan, topik pembicaraan yang sedang di bicarakan, faktor lingkungan, faktor usia dari masing-masing pribadi yang tegabung dalam interaksi tersebut, dan lain sebagainya. Dalam dunia pariwisata tentunya hal tersebut sudah menjadi suatu hal pokok. Seperti yang telah di ketahui, komunikasi adalah kebutuhan dasar manusia agar bisa berinteraksi dengan sesama. Komunikasi juga membantu manusia untuk mengatur kehidupan yang sedang di jalani. Mengatur bagaimana caranya hidup berdampingan dan bersama. Komunikasi membantu manusia untuk mendapatkan arti dari suatu bahasa dan membantu manusia untuk mendapatkan arti dari interaksi sosial yang sedang terjadi dalam suatu kegiatan. Komunikasi bukan hal asing. Karena setiap manusia melakukan hal tersebut, setiap hari bahkan hampir setiap saat. Merupakan kegiatan yang sederhana tapi memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh manusia.

Dalam dunia pariwisata, komunikasi menjadi hal dasar yang membantu kegiatan pariwisata berjalan dengan baik. Komunikasi merupakan kemampuan dasar yang harus di miliki oleh beberapa pihak yang turut serta dalam kegiatan pariwisata itu sendiri. Bahkan semua pihak yang menjadi jajaran pengurus dan pelengkap dalam industri pariwisata harus mampu berkomunikasi dengan baik. Tidak hanya secara komunikasi intrapersonal, namun juga harus mampu melakukan komunikasi secara interpersonal. Kemampuan lain yang harus dimiliki oleh para pihak yang terlibat dalam industri pariwisata adalah kemampuan untuk berbahasa asing. Para pelaku industri pariwisata dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi

dikarenakan komunikasi adalah hal dasar yang dibutuhkan dalam setiap tindakan yang akan di lakukan apabila sedang terlibat dalam sebuah kegiatan.

Industri pariwisata menjual daya tarik suatu wisata sendiri untuk mendatangkan banyak pengunjung. Promosi itu dapat dilakukan dengan banyak cara. Di era dunia digital, hampir semua bentuk promosi di lakukan melalui portal komunikasi secara online. Hal ini tidak menutup kemungkinan portal komunikasi *offline* sudah tidak digunakan. Masih digunakan namun, sebagian besar sudah secara online. Tidak hanya sampai disitu saja. Bahwa pelaku di dalamnya juga tidak kalah penting. Semua pribadi yang sudah masuk dan menjadi jajaran pendukung industri pariwisata secara tidak langsung di tuntut untuk memiliki komunikasi yang lancar dan mumpuni. Semua hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuat industri pariwisata dapat menarik lebih banyak pengunjung lagi. Juga di harapkan dapat memberikan keuntungan lebih bahkan bisa mempertahankan *revenue* yang sudah ada.

Untuk hal ini, secara garis besar masing-masing dari para tukang becak tersebut melakukan bentuk komunikasi yang hampir sama. Pertama kali para tukang becak tersebut akan melihat seberapa besar potensi para turis asing tersebut akan menggunakan pelayanan jasa tersebut. Kemudian para tukang becak tersebut akan menyapa. Setelah itu barulah diadakannya kegiatan interaksi social yang lebih kompleks, seperti penyebutan tujuan dan tawar menawar harga. Hal ini terbukti dari hasil wawancara yang berhasil diperoleh dan di kumpulkan oleh peneliti, sebagai berikut :

“Mau pergi kemana. Kalau lihat bule kesini ya, saya tanya mau pergi kemana. Baru kemudian saya tanya bisa dibantu pakai becak gak, gitu”
(Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Nek saya nggak. Jadi kalo ada bule itu halo, where gitu aja” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Itu gimana ya, yang penting kan bulenya naik becak dulu. Bulenya itu kemana, Cuma itu aja. tergantung, lihat orang bulenya dulu. Ya kalo liat orangnya bersih, pasti bulenya kaya. Kalo orangnya nggak ya, gembel..”
(Hasil wawancara dengan Bapak Muryadi)

“nganu mas, kadang juga cuma ngomong “trishaw, mister” pas ada bule lewat di depan saya ngeten nungu penumpang gitu mas “ (Wawancara dengan Bapak Budi)

Secara garis besar, data yang berhasil di peroleh dan dikumpulkan seperti diatas membahas mengenai bagaimana tukang becak menyapa para turis asing tersebut. Para tukang becak tersebut menyapa lebih dulu para turis asing tersebut. Lalu menawarkan jasa becak tersebut pada para turis asing tersebut. Dasar komunikasi yang digunakan disini adalah menyapa. Seperti yang telah di ketahui, bahwa sapa adalah komunikasi dasar setiap manusia ketika ia harus melakukan interaksi sosial dengan manusia lainnya. Ada beragam cara dan bahasa sapaan itu untuk di lakukan. Setiap daerah, kota bahkan negara memiliki bentuk sapaan yang berbeda. Dari bagaimana cara mereka menyapa, kalimat apa yang harus di ucapkan, bagaimana posisi raut dan ekspresi wajah seharusnya ketika menyapa.

Kota Yogyakarta sendiri sudah terkenal sebagai kota ramah di Indonesia. Kota yang sangat menjunjung nilai kearifan lokal menjadikannya kota yang menjadi tujuan utama dari para turis asing. Terlihat dari data diatas, para tukang becak tersebut memang tidak memiliki banyak pembendaharaan kata atau cara yang lain untuk menyapa. Dengan kata lain, bentuk sapaan yang ada tidaklah beraneka ragam. Hanya itu itu saja bahkan cenderung sama. Hal ini dapat terjadi dikarenakan para tukang becak tersebut tidak memiliki kemampuan berbahasa asing yang mumpuni. Mereka melakukan itu berdasarkan beberapa pengalaman yang pernah terjadi. Hingga pada akhirnya para tukang becak tersebut memiliki *pattern* tersendiri dalam hal sapaan. Terlihat dari hasil pengamatan dan observasi yang di lakukan oleh peneliti,

kondisi yang dimiliki para tukang becak tersebut tidak sepenuhnya mengganggu para turis asing yang berinteraksi dengan mereka.

Hal ini terjadi dikarenakan setiap para turis asing yang berkunjung ke kota Yogyakarta sudah mempersiapkan secara maksimal untuk mengatasi beberapa peristiwa seperti *miscommunication* akibat lemahnya kemampuan berbahasa para tukang becak dan masalah lainnya. Dari sisi para tukang becak tersebut, tidak serta merta mereka menerima kondisi itu dengan tanpa adanya usaha untuk membuat kondisi itu menjadi lebih baik. Banyak dari para tukang becak tersebut belajar untuk menambah kemampuan berbahasa asing yang mereka miliki. Tanpa segan banyak dari mereka belajar dari teman yang lebih baik, atau belajar secara langsung dengan berani mempratikkan latihan tersebut ketika mereka sedang membawa tamu turis asing.

Terlihat dari data wawancara yang berhasil di kumpulkan dan di peroleh dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para tukang becak tersebut rata-rata sama. Secara garis besar menawarkan jasa itu terlebih dahulu. Apabila sudah setuju untuk menggunakan jasa tersebut, baru akan bertanya mengenai tempat tujuan dari para turis tersebut. Keinginan utama dari para tukang becak tersebut adalah agar para turis tersebut menggunakan jasa layanan tersebut. Itu adalah hal pertama yang harus dicapai dari kegiatan interaksi social tersebut. Terdapat juga beberapa dari tukang becak yang murni tujuan utamanya adalah mengenalkan kepada turis khususnya bule tentang keramahan kota Yogyakarta akan transportasi yang memiliki nilai khas dari Indonesia, hal ini dibuktikan melalui hasil wawancara dari salah satu tukang becak di Yogyakarta :

“ Saya itu sudah puluhan tahun mas narik becak. Jadi, aku paham betul bagaimana perkembangan Jogja. Apalagi kalau tentang turis yang datang kesini. Kalau dulu, kami itu menjadi transportasi andalan bagi turis asing, tapi sekarang malah cuma dilihat sepintas saja. Jadi tujuanku narik becak sekarang itu ya cuma biar dapat duit. Ya semoga tukang becak di Jogja

bisa seperti dulu lagi. Paling tidak saya bisa bercerita sama tamuku tentang Jogja mas. aku dulu pernah dapat bule yang bisa bahasa indonesia mas. kan jarang bule yang bisa bahasa indonesia. Dia itu bahasa indonesianya bagus banget lho mas. jadi dia itu suka kalo ngobrol pakai bahasa indonesia. Jadi saya cerita-cerita to, bagaimana tukang becak jaman dulu dan bagaimana Jogja jaman dulu.”(Hasil wawancara dengan Bapak Mulyadi),

Terbukti dari salah satu kutipan hasil wawancara diatas bahwa terdapat beberapa tukang becak yang tujuan utamanya adalah untuk berinteraksi sosial kepada para wisatawan dengan memiliki misi tertentu yaitu bercerita tentang eksistensi becak pada zaman sebelum teknologi ini berkembang, tujuan dasarnya adalah agar para wisatawan memiliki wawasan tentang perubahan transportasi dari masa ke masa, disamping itu juga terselip harapan para wisatawan mengembalikan budaya yang pernah ada khususnya di Yogyakarta, yaitu menjadi kan becak sebagai icon wisata di kota ini.

Tentunya dengan kegiatan interaksi sosial tersebut dapat memengaruhi makna yang diterima para tukang becak tersebut. Apabila penawaran tersebut tidak disetujui oleh para turis tersebut, maka akan muncul berbagai makna bagi para tukang becak tersebut. Tentunya makna tersebut akan tergantung pada bagaimana penampilan para turis tersebut, berasal dari negara mana para turis tersebut, pekerjaan dan latar belakang dari para turis tersebut. Selain bentuk sapaan terhadap para turis, juga termasuk setelahnya adalah beberapa interaksi social lainnya. Seperti menanyakan tempat tujuan dari para turis tersebut. Hal ini terlihat dari beberapa data hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti, yaitu :

“Kalo ke tempat wisata biasanya pake mobil mas, karena jauh. Tapi kalo biasanya bulenya mau nonton, ke kraton atau mau liat wayang orang, itu sering saya anterin mas” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“ Tidak pernah, paling cuman belanja. Tapi kalu tepat seperti itu tidak pernah (wisata)” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Ya otomatis. Misalnya tujuannya kemana terus mau mampir kemana nanti nambahnya berapa. Saling sepik. Kalau dianya membutuhkan kan saya siap antar” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Objek wisata keraton, taman sari, pasar burung, gitu gitu aja. kadang kadang juga yang nganter belanja. Tergantung tujuannya.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Kalo ke tempat wisata biasanya pake mobil mas, karena jauh. Tapi kalo biasanya bulenya mau nonton, ke kraton atau mau liat wayang orang, itu sering saya anterin mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Mulyadi)

Para tukang becak tersebut akan menanyakan tempat tujuan dari para turis tersebut. Setelahnya, akan memulai interaksi lainnya yaitu tawar menawar harga. Dari data diatas, menanyakan tempat tujuan adalah salah satu kegiatan interaksi sosial yang wajib dilakukan. Ini dilakukan demi meminimalisir kesalahpahaman yang terjadi diantara para turis dan para tukang becak tersebut. Kemudian terdapat kegiatan interaksi social yang berisi tentang menentukan potensi para turis tersebut untuk mengambil layanan jasa tersebut dengan melihat jumlah para turis tersebut. Hal ini dapat dilihat dari beberapa data yang telah berhasil di peroleh dan dikumpulkan peneliti melalui kegiatan wawancara, yaitu :

“Paling yang berdua atau sendiri gitu, lebih enak yang gitu. Ya yang sendiri sendiri itu lebih enak disapa. Kalo saya lho. Kalo yang rame rame itu sukanya cuek. Kalo yang sendiri sendiri itu misale halo, no no no” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Enak yang orang dua mas. Orang bule yang berdua itu enak, where you going mau kemanalah suka apa ya gimana. Ya harusnya bisa dikit dikit bahasa inggrislah, kalo gabisa susah. Kalo yang berkelompok itu jarang yang mau kalo ditawarin. Apalagi kalau mahasiswa bulenya, angel. Mereka lebih seneng mlaku” (Hasil wawancara dengan Bapak Muryadi)

Dari data diatas juga dapat dilihat bahwa, para tukang becak tetap memprediksi apakah layanannya akan digunakan atau tidak dari jumlah para turis yang datang. Disana, secara otomatis, si para tukang becak tersebut sudah dapat meramalkan kemungkinan layanan itu akan digunakan. Dalam hal ini, para tukang becak tersebut lebih menyukai apabila para turis itu terdiri dari pasangan, dua orang atau hanya sendiri. Karna kemungkinannya lebih besar untuk menggunakan jasa tersebut. Selain itu, juga ada beberapa kejadian unik dan menarik ketika melayani tamu turis asing. Sehingga muncul beberapa interaksi social dari kejadian ini. Hal ini terlihat dari beberapa data hasil wawancara yang berhasil di kumpulkan dan di peroleh peneliti, yaitu :

“Nek bule misale malah narik, misale narik grup. Kalo grup itukan misale dari hotel sini. Grup itu ya kan berapa becak gitu. 40 becak. Menariknya itu, tips nya itu yang bayar kita itu kan guide nya. Nah tips nya itu beda beda, ada yang seribu rupiah, ada yang seratus ribu. Kemarin ini belum lama, saya malah gak dapet, tapi ada yang dapat seribu rupiah, ada yang dapat seratus ribu. Itu ada.” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Nggak. Itu kan tip, tiap becak beda beda. Misalnya ada yang ngerayu bulenya duh kehidupan saya melas, nah biasanya nanti si bule kasian terus dikasi tip besar. Biasanya seperti itu” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Kejadian saya sendiri yang saya alami itu, mungkin itu bule dari mana nggak ngerti. Dari sini ke keraton kan saya minta tiga puluh ribu, tapi saya dikasih tiga ribu. Tapi saya nggak protes. Soale saya nggak mau padu sama bule ngono moh, wes nanti malah urusane repot. Saya mintanya tigapuluh ribu tapi bulenya ngertinya tiga ribu. Tapi ya wis rapopo daripada urusannya sama bule ah yo wes urusane repot.” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Tapi kalau bulenya yang ngontel malah pernah, itu dari kraton sampai parkiran. Itu bulenya yang nawarin. Itu masi ontel lho mas belum mesin.” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Bedanya kalo orang jawa, kalau diajak belanja agak gampang mas. kalo bule angel. Kecuali emang bulenya yang mau belanja.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Kalo aku itu dulu disini orang Prancis mas, padahal orang prancis terkenal agak susah. Tapi yang ini baikan.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Makan itu diajak. Terus misale ongkose dua puluh, itu nanti ditambahi” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Cuma sepintas gitu. Tapi jaman masih gowes dulu sering. Tapi kalo sekarang sih gak pernah.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Yo pengalamane itu ya bahasa pasaran itu. Nek bahasa grammar itu kan buang waktu. Lari bulenya akhirnya. Ya namanya bule tiap negara gak selalu sama kan. Ya biasa biasa aja.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Kadang kadang itu kan sama kayak orang jawa. Kadang kadang ada yang orang keras, ada yang suka humor. Biasa itu mas, kan gak semuanya orang baik itu gak ada.” (Hasil wawancara dengan Bapak Muryadi)

Dilihat dari data di atas, terdapat banyak kejadian unik dan menarik yang dialami para tukang becak selama melayani tamu yang berasal dari golongan para turis asing. Juga terdapat beberapa kegiatan saling berbagi cerita sesama penarik becak. Hal ini dilakukan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan agar mengetahui harus memberikan perlakuan seperti apa kedepannya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa data hasil wawancara yang berhasil di peroleh dan dikumpulkan peneliti saat melakukan penelitian ini di lapangan yaitu :

“Saya pribadi tidak mas. saya itu yo ngene mas. saya itu nek narik kae nek iso yo, jenenge urip seko jalan, apalagi sekarang tukang becak itu susah mas. gak bohong. tarik tarikan aja susah mas. terus nanti kalo kita dipamerke terus yang udah 3 hari gak narik itu apa tau kita. Maksudnya, dapat duit gak dapat duit diam. Tapi ada beberapa kawan yang pamer. Tapi kalo saya mas, kalo saya cerita cerita kayak gitu, terus ada yang belum narik, kan kasian mas. jadi mending gak usah cerita.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Nggak. Saling sibuk sama urusan masing masing. Apalagi sekarang banyak yang online. Wong seko kene maliobor wong 4 iku 13 ribu, nek becak yo entuk opo.” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Biasa mas, sering mas. biasa yang diceritain ya tadi berapa tarikannya, ya pokoknya macam macam lah mas. (tidak kompli)” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“baisane juga kita tanya-tanya ke temen yang lain mas. Kalo dari sini ke sana, gitu ongkosnya yang enak berapa. Supaya merata ongkosnya mas. Kalo ada tukang becak yang ongkosnya mahal sendiri kan kasian pasti dia jarang dapat orderan jadinya” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“ya nek ada tukang becak lain yang ada ngasih harga lebih mahal daripada yang lain atau naikin harga sendiri yo rapopo mas. Kene ki nek karo tukang becak liyane intine ki paseduluran mas. Dadi koyo sengit-sengitan ngono yo nek iso ojo. Wong kene ki walopun sesame tukang becak tapi kan rejekine dewe-dewe. Soale kan wes ono sek ngatur rejekine wong dewe dewe to mas” (Wawancara dengan Bapak Budi)

Hal ini dapat memberikan data tambahan, bahwa tidak semua para tukang becak tersebut saling bercerita kepada teman sejawat. Ada beberapa pihak yang menyembunyikan ini untuk menjaga perasaan teman lainnya. Namun ada juga yang menceritakan guna memperoleh pengetahuan dan informasi tambahan. Juga untuk mengisi waktu luang. Dalam kegiatan

interaksi social ini juga terdapat beberapa kendala dan pengalaman selama melayani para turis asing.yang dialami selama melayani tamu turis asing. Hal ini dapat dilihat dari beberapa data yang diperoleh dan berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui kegiatan wawancara, yaitu :

“Kendalanya malah bule itu belum tentu bisa bahasa inggris. Nah kendalanya itu kalo ketemu bule yang gak bisa bahasa inggris malah susah, misalnya kayak orang mana itu. Kayaknya orang eropa, malah ternyata gak bisa bahasa inggris. Misalnya kayak orang rusia. Bahasanya kan bahasa asli kono to bahasa rusia.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Ya ngeluarin duit. Misalnya mau kemana, nanti dia ambil duit dua puluh ribu. Kan ya banyak to mas bule yang gak bisa bahasa inggris.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Pernah mendapatkan bule yang gabisa bahsa inggris. Misalnya dari spanyol to. Dia gak bisa bahasa inggris. Ya sebisanya ngikutin bahasanya sendiri. Ya deal dealanya menyesuaikan, ngepasin, manut (gatum). Perancis ya gitu, gabisa bahasa perancis. Nyatane dados mangkat, ngeten mawon. Kalo ditanyain sekolah tidak, bisa baca buku nggak, nggak bisa. Kelas 2 aja gak jadi (sd). Saking adil adile yo tetep payu (sudah dikasih rejeki sama gusti allah tiap orang sama sama adil). Modalnya kemauan.” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Yo pengalamane itu ya bahasa pasaran itti. Nek bahasa grammar itu kan buang waktu. Lari bulenya akhirnya. Ya namanya bule tiap negara gak selalu sama kan. Ya biasa biasa aja” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Kalo aku kebetulan masih bisa sabar mas kalau ketemu bule yang tidak bisa bahasa inggris. Atau tidak bisa bahasa indonesia gitu. Malah biasanya saya ajak pakai peragaan gitu mas bahasanya, sama ngomong sebisanya. Kalau nanya harga, nanti aku nunjukin jari atau kalau nggak

nanti aku ngeluarin uang segini gitu misalnya biar bule itu tau ongkosnya itu segitu mas.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

Dari data diatas, dapat dilihat beberapa kendala dan pengalaman yang sering di alami oleh para tukang becak tersebut. Bahasa merupakan kendala terbesar dalam menghadapi dan memberikan pelayanan kepada para turis asing tersebut. Dikarenakan, tidak semua turis tersebut menguasai bahasa inggris. Hal yang sama juga terjadi pada para tukang becak tersebut. Mereka juga banyak yang tidak menguasai bahasa inggris. Untuk pengalaman, secara garis besar mereka mengalami pengalaman yang sama.

3. Intensitas Pemberian Balas Jasa yang Melebihi Harga Awal

Memberikan balas jasa sebagai tanda terima kasih sering dilakukan oleh beberapa orang, terutama dalam kegiatan yang melibatkan jual beli atau penggunaan jasa. Banyak motivasi yang mendasari dari pemberian balas jasa lebih dari harga awal. Diantaranya, merasa iba, simpati, empati, *service excellent* yang dirasa bagus, dan memberikan kemudahan lainnya, seperti membantu mendapatkan rute terbaik apabila sedang menggunakan salah satu moda transportasi. Tidak jarang juga pemberian balas jasa tersebut di dasarkan karena tamu atau konsumen merasa dapat berkomunikasi kepada pengemudi atau orang menjual jasa dan barang itu dengan baik. Sehingga tamu atau konsumen tersebut puas terhadap hasil komunikasi yang sudah berlangsung. Banyak dari tamu dan konsumen tersebut merasa dapat mendapatkan apa yang diinginkan dengan hasil terbaik dan hal tersebut di sebabkan oleh tingkat komunikasi yang baik antara tamu atau konsumen tersebut dengan pengemudi atau orang yang memberikan pelayanan dan menjual barang tersebut.

Sebenarnya fenomena pemberian balas jasa melebihi harga awal sudah ada dari sejak lama. Kegiatan ini tidak serta merta lepas atau menghilang begitu saja dari kehidupan manusia walaupun jaman sudah jauh berubah.

Hanya saja intensitas kegiatan itu dilakukan tidak terlalu sering seperti dulu kala. Dikarenakan manusia dewasa ini sudah mulai memahami beberapa hal penyebab dan alasan yang mendasari dari kegiatan memberikan balas jasa yang melebihi harga awal tersebut. Kebanyakan tindakan ini disalahartikan dan hanya dimanfaatkan oleh beberapa pihak. Cenderung untuk disalahartikan dan hanya dimanfaatkan secara sepihak dengan cara yang salah bahkan cenderung buruk. Maka dari itu, dengan alasan ini, manusia dewasa ini jauh lebih berhati-hati apabila ingin memberikan dan melakukan tindakan ini. Tidak dapat menutup mata, tindakan ini juga dapat dijadikan kesempatan khusus serta penuh manfaat bagi pihak yang mengartikan tindakan ini sebagai sebuah arti yang salah.

Ada beberapa alasan yang menjadi penyebab dari keinginan seseorang untuk memberikan balas jasa yang melebihi harga awal. Hampir diseluruh aspek kehidupan manusia, ini terjadi. Banyak pribadi yang menggunakan jasa, terutama jasa transportasi memiliki keinginan untuk menghargai dengan memberikan balas jasa lebih dari harga normalnya. Indonesia sendiri menjadi negara yang memiliki budaya menghargai orang lain cukup tinggi. Dikarenakan Indonesia dibangun dari beberapa budaya yang berasal dari berbagai daerah. Dari beberapa kegiatan yang telah berlangsung, tidak pernah menutup kemungkinan untuk para tukang becak tersebut mendapatkan uang tambahan melebihi harga awal yang diberikan. Banyak faktor yang menjadi sebab dari terjadinya peristiwa ini. Ada tukang becak yang bisa menarik simpati dan empati dari para turis asing tersebut, ada juga yang dianggap sudah melakukan *service excellent* menurut para turis asing. Hal ini didapatkan dari beberapa data hasil wawancara yang berhasil diperoleh dan dikumpulkan peneliti selama proses penelitian dilakukan, yaitu :

“Nek bule misale malah narik, misale narik grup. Kalo grup itukan misale dari hotel sini. Grup itu ya kan berapa becak gitu. 40 becak. Menariknya itu, tips nya itu yang bayar kita itu kan guide nya. Nah tips nya itu beda beda, ada yang seribu rupiah, ada yang seratus ribu. Kemarin ini

belum lama, saya malah gak dapet, tapi ada yang dapat seribu rupiah, ada yang dapat seratus ribu. Itu ada.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Nggak. Itu kan tip, tiap becak beda beda. Misalnya ada yang ngerayu bulenya duh kehidupan saya melas, nah biasanya nanti si bule kasian terus dikasi tip besar. Biasanya seperti itu” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Kejadian saya sendiri yang saya alami itu, mungkin itu bule dari mana nggak ngerti. Dari sini ke keraton kan saya minta tiga puluh ribu, tapi saya dikasih tiga ribu. Tapi saya nggak protes. Soale saya nggak mau padu sama bule ngono moh, wes nanti malah urusane repot. Saya mintanya tigapuluh ribu tapi bulenya ngertinya tiga ribu. Tapi ya wis rapopo daripada urusannya sama bule ah yo wes urusane repot” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Ya kalau grup itu ya gak mesti, gak sering. Tapi ya pernah. Dari kraton ke ngabean ya tip nya kan dari yang bawa bule itu. Macem macem kok mas. ada yang ngasi ada yang nggak.” (Wawancara dengan Bapak Budi)

“Kadang kadang” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Tip. Biasa itu kasih uang, biasa pakaian, itu biasa. Yang sering itu ya prancis itu ada, belanda, eropa.” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“Sering mas, misal dari sini ke maliboro, misal 40 ribu. Nah uangnya 50 ribu sisanya itu buat saya dikasih sama bulenya. 10 ribunya gak diambil” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“Dari guide nya mas, tapi kadang ada juga udah dari guide nya terus bule nya nambahin lagi uang nya.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“pernah mas, ya dikasi makan kadang, nasi kotak gitu. Ada juga yang ngasi bingkisan hiasan gitu icon nya negara mereka, saya pernah dikasi bule thailand mas, hiasan bentuk semacam becak gitu kalo gak salah namanya disana tuktuk mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“Gak tentu sih mas, ya ada yang ngasi tips ada juga yang sesuai ongkos diawal mas, tergantung bulenya lagi. Tapi kebanyakan yang ramah ramah gitu yang sering ngobrol cerita dan saya tanggepin walaupun kadang cuma ditanggepin dengan saya yes yes aja sih mas tapi mereka seneng karna

ditanggepin gitu ya mereka akhirnya ngasi uang lebih gitu mas.” (Hasil wawancara denga Bapak Ngadiman)

Dari data diatas dapat dilihat, bahwa ada penghasilan lain yang dapat di peroleh para tukang becak. Salah satunya dari tip atau uang *for you* diluar tidak beserta harga awal. Banyak factor yang mendasari terjadinya peristiwa ini, hanya saja ini tidak sering terjadi. Pada akhirnya, kegiatan ini memengaruhi makna tersendiri bagi para tukang becak dalam berinteraksi secara social dengan para turis tersebut. Banyak para tukang becak yang bisa mengkategorisasikan para turis asing dengan sifat loyal dan ramah. Berdasarkan makna tersebut, secara tidak langsung membuat para tukang becak ini sudah memiliki pendapat tersendiri tentang para turis yang akan menggunakan jasa mereka. Contoh, para turis asing yang berasal dari Belanda terkenal sering memberikan uang tip, maka para tukang becak secara tidak langsung akan senang melayani turis-turis asing dari Belanda. Hal ini juga menjadi factor yang memengaruhi makna interaksi social yang terjadi antara para tukang becak dan para turis tersebut. Karna pada dasarnya, manusia akan merasakan peraaan yang berbeda apabila mendapatkan kebaikan dari orang lain.

4. Dampak dari Pelayanan yang telah Diberikan

Ada beberapa hal yang terjadi dengan adanya interaksi sosial ini sebagai dampak dari kegiatan interaksi sosial ini. Dampak tersebut lebih kepada dampak yang positive untuk para tukang becak tersebut. Dengan adanya hal demikian, maka secara khusus dampak ini menjadi salah satu factor dari interaksi sosial yang terjadi antara para tukang becak dan para turis asing tersebut. Hal ini dapat terlihat dari beberapa tukang becak tersebut mendapatkan turis asing yang memutuskan menjadi pelanggan setia dari tukang becak tersebut. Apabila mereka merasa percaya dan puas akan pelayanan yang diberikan, maka tidak segan para turis asing tersebut

memutuskan untuk menjadi pelanggan setia dari tukang becak tersebut apabila mereka datang kembali ke kota Yogyakarta,

Hal ini dapat dilihat dari beberapa data yang diperoleh dan berhasil dikumpulkan pada proses wawancara saat penelitian, yaitu :

“Kadang kadang. Kalo yang dari belanja itu kan sering promise. Nah ngenjang podu meleh.” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Pernah, itu dari belanda. Sosialnya kan lebih unggul dari bule bule yang lain.” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“Sering mas, gak bisa dihitung mas. gak bisa dipastikan. Itu tergantung mas, kan bule kadang kadang ada yang empuk, ada yang atos. Bule tu kan ada yang krik, cetil. Ada yang orangnya yang empuk, ngasinya banyak. Ya sama lah kayak orang indonesia bagi saya.” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“Sering. Biasanya kalo orang asing disiplin. Misalnya besok saya mau pake kamu lagi, nanti dia minta nomer hape saya lagi.” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“Banyak yang kejadian mas. disini itu ada banyak. Kadang kadang dibelikan becak kalo kembali kesini. Kadang kadang rumah buat keluarganya. Biasanya.” (Wawancara dengan Bapak Muryadi)

“Pernah mas, dia sampe minta nomor hp saya, begitu dia kesini benar sih mas nelponin saya untuk nganter nganter dia gitu sampe 3 hari dia disini ya sama saya, bulenya baik, dia juga bisa bahasa indonesia dikit dikit, jadi ya kalo ngomong masih enaklah ngobrol ngobrolnya mas.” (Hasil wawancara dengan Bapak Ngadiman).

Dampak ini secara khusus juga menjadi factor yang memengaruhi makna yang ada pada para tukang becak tersebut. Hal ini dapat terjadi dikarenakan banyak para turis yang menjadi pelanggan setia setelah pernah menggunakan jasa tersebut satu kali. Dimana, makna yang muncul dapat

berupa sifat baik dari para turis tersebut ataupun dengan adanya pelanggan tersebut, secara tidak langsung sudah menjadi bahan patokan untuk penghasilan di kemudian hari. Juga dapat menjadikan portofolio tersendiri bagi para tukang becak tersebut.

5. Peran penting orang sekitar dalam profesi Tukang Becak

a. Keluarga

Tidak semua dari para tukang becak tersebut, menjadikan pekerjaan menarik becak sebagai pekerjaan tetap mereka. Diantara mereka ada yang menjadikan profesi ini sebagai pekerjaan sampingan. Ini terbukti dari beberapa hasil wawancara sebagai berikut :

“Wah ratau cerito mas. niate dari rumah kesini nyari duit ya sampek rumah harus bawa duit mas. gak pernah cerita” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Kalo itu ya paling tak ceritain sama bojoku. Meng ngguyu ngguyu. Nek anak kan ora reti nek bapak e narik becak. Anak taunya saya jualan pakaian ke hotel hotel” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“diri sendiri. Soalnya pakaian saya modalnya habis, jadi terpaksa becak meneh. Kalo saya kan dagang, dagang modalnya nggak ada kan susah. Kalo becak, kalo gak punya becak kan masih bisa nyewa. Ya mungkin, saiki nek mbecak, buat makan diri kita sendiri aja susah mas. kalah sama online. Cuma karena terpaksa aja karena gak ada kerjaan lainnya mas. kalo ada kerjaan lainnya aku gak mbecak mas. kalo gak tak rewangi ngalor ngidul gak narik beneran yo iso mas” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

“Tertarik, karena banyak teman teman. Pernah keliling jadi tukang bakso, jualan kacang rebus di bulaksumur. Jaman akeh pameran.

Jualan gitu gak laku. Gitu ceritanya” (Hasil wawancara dengan Pak Ngadino)

“Saya dulu itu tahun 97 sudah narik becak, cuman punya kerja sampingan juga, terus 2000 becak lagi, terus ini dari yang terakhir ini dari 2015 sampai sekarang” (Hasil wawancara dengan Bapak Budi)

Tentunya hal ini terjadi dikarenakan banyak sebab dan faktor. Hasil bekerja sebagai tukang becak tidak menjanjikan banyak hal untuk mendukung perekonomian, pekerjaan ini adalah pekerjaan musiman. Dimana apabila sedang ada musim liburan, tahun baru, natal, *break summer* maka dapat dipastikan kehadiran turis asing akan meningkat drastis. Banyak para tukang becak yang harus memutar otak darimana mereka bisa mendapatkan pundi-pundi pendapatan tanpa harus menjadikan pekerjaan ini yang utama. Dikarenakan tidak memiliki modal usaha, ijazah yang mumpuni dan koneksi dalam pekerjaan, membuat para tukang becak tersebut memutuskan untuk melakukan pekerjaan narik becak ini. Dapat dikatakan, seiring majunya perkembangan jaman dan tidak ada hal khusus yang dilakukan Pemerintah untuk menjaga keberadaan tukang becak, menjadi salah satu penyebab kenapa pekerjaan ini dijadikan pekerjaan sampingan oleh para tukang becak.

Hal ini juga dikarenakan oleh jumlah wisatawan asing yang datang berkunjung ke Kota Yogyakarta tidak selalu sama setiap waktunya. Kota Yogyakarta ramai dikunjungi oleh para wisatawan asing hanya pada bulan-bulan tertentu saja. Tentunya setiap negara akan memiliki waktu libur yang berbeda-beda. Ini sama halnya dengan perbedaan libur antara Amerika dan Eropa. Juga perbedaan libur antara Australia dan Afrika. Namun, memang secara garis besar, benua-benua tersebut memiliki waktu libur yang hampir sama. Waktu yang paling dinantikan oleh para turis asing, adalah musim panas. Dimana waktu

tersebut, rata-rata adalah waktu libur yang diberikan. Ketika waktu itu tiba, maka akan ada lonjakan wisatawan asing di Indonesia, terutama kota Yogyakarta.

Waktu-waktu tersebutlah yang digunakan para tukang becak untuk membidik pasar. Bahkan biasanya para tukang becak tersebut sudah tau berapa besar kemungkinan dari turis negara tertentu berkunjung ke Yogyakarta. Dari data tersebut, digunakan oleh para tukang becak untuk menentukan dan memberikan perlakuan berdasarkan siapa yang mengunjungi kota Yogyakarta, waktu mengunjungi, kira kira berapa usianya, kira kira apa pekerjaannya dan datang dengan berkelompok atau sendiri. Tidak hanya untuk tukang becak sendiri, pemerintah kota Yogyakarta juga sudah menyediakan beberapa persiapan demi menyambut *peak season* tersebut.

Secara umum dan garis besar, peran keluarga tidak terlalu memengaruhi timbulnya makna khusus hadirnya turis asing bagi para tukang becak. Seperti yang sudah di jelaskan diatas, pekerjaan ini adalah pekerjaan musiman. Bukan sebuah pekerjaan yang dapat dijadikan sebagai pekerjaan utama saat ini. Perubahan jaman sudah menggerus secara perlahan eksistensi dari pekerjaan ini. Melihat fenomena ini, pihak keluarga juga tidak terlalu mendukung para tukang becak tersebut untuk menjadikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan utama. Efek dari peran keluarga, dengan kata lain tidak membawa banyak pengaruh dalam timbulnya makna dari kehadiran para turis asing bagi tukang becak.

b. Persatuan Tukang Becak (Paguyuban) bagi Tukang Becak

Ada beberapa makna tersendiri hadirnya Paguyuban Tukang Becak bagi tukang becak itu sendiri. Seperti telah diketahui, setiap profesi yang ada dan profesi tersebut menunjang industri pariwisata maka akan memiliki paguyubannya sendiri. Hal ini di fungsikan untuk

mempermudah tindakan koordinasi apabila diperlukan koordinasi. Koordinasi tersebut dapat diberikan oleh beberapa pihak yang memiliki kepentingan terhadap paguyuban tersebut. Seperti contoh, apabila Dinas Pariwisata Yogyakarta ingin mengkoordinasi para semua tukang becak, maka tidak harus menghubungi per orang. Namun bisa secara kolektif, melalui paguyuban tersebut. Secara umum juga paguyuban juga dapat menjadi tempat untuk berdiskusi sesama tukang becak akan fenomena yang sedang terjadi. Dimana, hasil akhir diskusi tersebut diharapkan dapat memberikan solusi tersendiri dari beberapa masalah yang ada

Dari hasil observasi yang di lakukan peneliti selama proses penelitian berlangsung terlihat bahwa beberapa dari para tukang becak juga mengikuti atau menjadi anggota dari sebuah paguyuban tukang becak yang ada di beberapa sudut kota Yogyakarta. Banyak hal yang mendasari alasan mereka untuk menjadi anggota dari paguyuban tersebut. Salah satunya adalah ingin memiliki pengetahuan terbaru mengenai dunia transportasi yang ada di kota Yogyakarta. Para tukang becak ini juga ingin memperoleh teman baru seprofesi. Secara tidak langsung juga dengan ikut menjadi anggota dari sebuah paguyuban, mereka berharap mendapatkan berita terkini mengenai perkembangan kota Yogyakarta dari sisi pariwisata dan transportasinya. Hal ini terlihat dari cuplikan wawancara berikut ini :

“Oh tau melu mas. tau melu paguyuban hotel kj tau melu, paguyuban alun alun kidul tau melu. Kalo di kj aku keluar, tapi kalo di alun alun kidul itu mbuh, tau tau bubar karepe dewe mas”. (wawancara dengan Bapak Budi)

“Paguyuban misale, tamu kj butuh pirang becak, misale kj ki wonge 30 (anggota paguyuban) sementara butuhnya becak 40, nah 30 itu dari paguyuban, sisanya dari luar. Kalo dari segi antrian, becak yang

datang duluan nomernya diatas, nariknya duluan. Kalo paguyuban kaya gitu mas, paguyuban hotel ya”. (wawancara dengan Bapak Budi)

Data lain menunjukkan bahwa setiap paguyuban tukang becak yang ada di kota Yogyakarta merupakan tempat diskusi dari beberapa para tukang becak yang sudah menjadi anggotanya. Hal ini terlihat selama proses penelitian berlangsung. Ada pertemuan anggota dari sebuah paguyuban bernama PAMAL (Paguyuban Maliobor) dimana seluruh anggota yang hadir ikut berpartisipasi dalam diskusi tersebut. Acara ini diadakan waktu malam hari berlokasi di pelataran Benteng Vredenburg. Diskusi tersebut membahas tentang lonjakan turis yang datang ke kota Yogyakarta saat Idul Fitri 2018. Terdengar diskusi tersebut membahas mengenai ramalan kisaran jumlah turis yang akan tiba, mekanisme transportasi *online* sebagai hambatan dari profesi tukang becak sendiri, dan lain sebagainya. Hanya saja pada diskusi tersebut tidak terdengar topik dari beberapa masalah yang ada. Serta peneliti juga tidak mendengar dengan baik. Dikarenakan peneliti berada agak jauh dari tempat diskusi tersebut. Hal ini dapat terlihat dari hasil cuplikan wawancara berikut yang menunjukkan peran dari paguyuban tersebut, yaitu :

“Biasanya Cuma kumpulan mas. kalau dari paguyuban itu kan ada donatur (kegiatan mengumpulkan uang dari anggota), jadi angsuran. Jadi kalau ada yang narik tamunya belanja, kita donasikan misalnya 5 ribu, nanti jadi tabungan bareng bareng. Nanti misalnya ada anggota ada yang sakit, nanti dibantu pakai itu. Kemarin itu ada anggota juga yang lahiran, ya itu dibantu.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadimin)

“ya cerita biasanya aja sih mas, kayak nanyain hari ini dapat berapa penumpang, kemana aja, lokal apa campur. Gitu gitu lah mas.

Ya ngobrol buat ngilangin bosan aja sambil nungguin dapat penumpang.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadimin)

Selain itu, paguyuban memiliki peran lain, yaitu memberikan pekerjaan selain menarik becak. Terlihat dari cuplikan hasil wawancara berikut ini, yaitu :

“Ya sering. Ya misale gawean gawean liane, nyambi opo. Yo kaya tukang becak itu kan sering e proyek to mas (nyambi jadi kuli bangunan). Jadi kalo mbecak sepi, pada proyek. Ada yang jualan, jualan es atau apa gitu. Kalau saya sekarang fokus becak.” (wawancara dengan Bapak Budi)

“Ya pernah, maksudnya kalo ada tamu. Misalnya paguyuban itu dikabari semua. Misalnya ada yang gak bisa, orangnya gak berangkat yo dicarikan becak luar paguyuban.” (wawancara dengan Bapak Budi)

“Proyek biasanya mas, misalnya ada yang lagi digarap, atau resik resik hotel, atau resik resik kalen iku (sungai). Sering mas. jadi kalau pas tarikan lagi sepi terus ada proyek gitu, ya sering diajakin. Apa aja pokoknya mas, kalo ada kerjaan itu mesti dijak.” (wawancara dengan Bapak Budi)

“Teman teman mas. kan teman teman itu suka ngajak ayok narik gitu mas. dulu awalnya saya dagang kan terus uangnya itu kok kurang, yaudah akhirnya inisiatip mbecak mas. dari saya sendiri.” (wawancara dengan Bapak Budi)

Namun hal ini tidak serta merta terjadi. Ada beberapa paguyuban yang tidak melakukan adanya pembagian mekanisme order. Dikarenakan tidak memiliki koordinasi dengan beberapa pihak terkait. Paguyuban juga di harapkan dapat menjadi sarana untuk memperoleh order. Dimana seharusnya paguyuban tersebut tidak hanya sebatas tempat untuk berdiskusi, namun juga menjadi sarana dan tempat memperoleh order.

Pengurus paguyuban dapat bekerjasama dengan Lembaga pariwisata agar dengan senantiasa mendapatkan order apabila Lembaga pariwisata tersebut sedang mendapatkan tamu turis asing dengan jumlah yang besar. Namun hal ini tidak serta merta terjadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kenapa paguyuban tersebut tidak bisa menjalin kerjasama dengan Lembaga pariwisata serta *tour guide* yang bertugas. Beberapa individu yang menjadi pengurus inti dari paguyuban tersebut, biasanya adalah individu-individu yang tidak memiliki latar belakang Pendidikan yang mumpuni. Juga kurangnya pengetahuan akan fungsi apabila adanya kerjasama itu.

Hal ini juga dapat disebabkan oleh tidak adanya koordinasi terpusat tentang mekanisme operasional tukang becak di Yogyakarta. Juga tidak adanya perhatian khusus dari Pemerintah Yogyakarta akan kehadiran dan keeksistensian tukang becak di Yogyakarta. Sekali lagi, kehadiran media daring yang mempengaruhi dari sisi transportasi mau tidak mau mengikis secara perlahan kehadiran dari tukang becak itu sendiri. Hal ini, mengakibatkan susahnya para tukang becak ini mendapatkan order. Hal ini juga terlihat dari data yang telah berhasil didapatkan dan dikumpulkan oleh peneliti dari proses wawancara, yaitu

“ada perkumpulannya mas, cuma saya gak ikut. Tapi itu gak mempengaruhi buat ambil penumpang sih mas jadi ya gak masalah. Cuma untuk perkumpulan aja seperti bahas turis, bahas tempat tempat lokasi wisata gitu mas.” (Hasil Wawancara dengan Bapak Ngadimin)

Adanya paguyuban tersebut tidak serta merta menjadi fasilitas sarana yang memepermudah para tukang becak untuk meningkatkan penghasilan mereka. Juga tidak serta merta menjadi fasilitas dan sarana tambahan untuk memperoleh kemampuan berbahasa yang mumpuni. Di luar itu, dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, terlihat juga

ada beberapa tukang becak yang memutuskan untuk keluar dari keanggotaan paguyuban tersebut. Tentunya didasari oleh banyak latarbelakang, namun tidak terlepas dari para tukang becak ini tidak merasakan manfaat tambahan dari keikutsertaannya di paguyuban tersebut. Hal ini juga terlihat dari cuplikan hasil wawancara di bawah ini, yaitu :

“Saya itu, gini ya, terus terang rumah saya itu kan jauh. Nah paguyuban itu kan ada arisan, kalo saya pas pulang lama, saya gak enak arisannya gak masuk. Itu alasan utama. Terus kalo mau ngunduh (dapat giliran mengadakan) arisan, tempat saya juga Cuma kamar sempit terus orangnya banyak, saya gak enak terus saya keluar dari paguyuban itu. Dijalan aja, tapi ya masih komunikasi sama paguyuban.” (wawancara dengan Bapak Budi)

Hal ini dapat menunjukkan makna kehadiran paguyuban itu bagi tukang becak sendiri. Tidak semua tukang becak menganggap kehadiran paguyuban tersebut membantu mereka untuk mendapatkan order. Sehingga secara tidak langsung tidak akan membawa pengaruh yang signifikan terhadap makna kehadiran turis asing bagi tukang becak tersebut. Fungsi paguyuban sendiri lebih ke internal. Jadi paguyuban tersebut diadakan untuk membangun silaturahmi antara para tukang becak. Dengan tujuan agar komunikasi yang terjalin akan selalu terpelihara dan semakin intens. Paguyuban tersebut lebih di fungsikan sebagai wadah dan sarana untuk membangun hubungan erat antara sesama tukang becak. Hal tersebutlah yang pada akhirnya menjadi makna bagi tukang becak apa sebenarnya arti kehadiran paguyuban.

6. Mindset Turis Asing dapat Berbahasa Inggris

Indonesia adalah negara yang menjadikan bahasa Indonesia adalah sebagai bahasa Ibu sebagai bahasa pokok yang digunakan untuk

berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Sama seperti negara lainnya, Indonesia menjadikan bahasa Inggris sebagai bahasa wajib yang harus di kuasai oleh penduduknya. Hal ini dilakukan dikarenakan Indonesia memiliki asset yang banyak untuk di kenalkan pada dunia. Salah satunya dari sektor pariwisata. Dunia mengakui bahwa Indonesia adalah negara yang indah dimana Indonesia memiliki banyak wisata yang menarik. Hal ini menyebabkan banyak para wisatawan tertarik untuk datang ke Indonesia. Tidak banyak juga yang datang ke Indonesia bukan hanya sebatas liburan, melepaskan penat namun juga sebaga salah satu usaha untuk menyelesaikan tanggung jawab. Maksud disini adalah menjadikan Indonesia sebaga tempat penelitian.

Untuk menghadapi fenomena ini, Indonesia memiliki PR untuk menyediakan penduduk-penduduk bahkan pribumi dari Indonesia memiliki kemampun yang mumpuni dari sisi bahasa. Seperti yang telah diketahui, bahasa di semua negara berbeda. Ada negara yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa Ibu namun juga ada yang menggunakan bahasa asal sebagai bahasa ibu mereka. Sebelum berbicara secara luas dan kompleks, di Indonesia sendiri memilki bahasa yang berbeda-beda. Dimana Indonesia adalah negara kepulauan dimana adat yang sangat heterogen. Memiliki tingkat kearifan lokal yang tinggi. Membuat Indonesia memiliki keragaman bahasa yang kompleks.

Bahasa merupakan alat utama untuk berkomunikasi. Masing masing negara memiliki bahasa ibunya sendiri. Seperti Indonesia yang menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa ibu untuk memantu memperlancar kegiatan sehari-hari. Hal ini juga sesuai dengan keberadaan turis asing di kota Yogyakarta. Tidak semua turis asing yang hadir di Yogyakarta adalah turis yang berasal dari Inggris dan Amerika. Dimana, sebagian besar turis dari negara tersebut mahir berbahasa Inggris. Ada juga beberapa turis asing yang hadir di kota Yogyakarta

namun hanya bisa berbahasa Inggris secara dasar saja. Tidak fasih dalam berbahasa Inggris.

Hal ini timbul dikarenakan sektor pariwisata Kota Yogyakarta adalah salah satu sektor pariwisata yang sangat digemari oleh para turis asing. Mereka merasa banyak hal yang dapat di eksplor dari kota Yogyakarta. Secara alam, kota Yogyakarta memiliki berbagai macam pariwisata menarik. Hal yang sama juga terjadi dengan sektor budaya dan kehidupan masyarakatnya. Kemampuan berbahasa Inggris masyarakat kota Yogyakarta tidak setinggi kemampuan berbahasa Inggris masyarakat Bali. Tidak semua warga kota Yogyakarta menguasai bahasa Inggris. Dikarenakan, hanya ditempat-tempat tertentu dapat di temukannya warga yang menguasai bahasa Inggris, seperti Kotagede, Maliobor, Keraton, dan lain sebagainya.

Apabila di bandingkan oleh Bali, maka kota Yogyakarta berada tepat di bawahnya dalam hal penguasaan bahasa Inggris bagi masyarakatnya. Bali merupakan kawasan keajaiban alam yang dimiliki Indonesia. Warga kota Yogyakarta beranggapan kemampuan untuk menguasai bahasa asing adalah suatu hal yang tidak wajib. Hal ini dikarenakan, banyak warga kota Yogyakarta masih memiliki anggapan bahwa jika bertemu dengan turis asing dapat menggunakan bahasa isyarat. Tidak harus menguasai bahasa Inggris tersebut. Anggapan bahwa tidak semua turis asing terutama turis asing kulit putih dapat berbahasa Inggris, adalah tidak mutlak. Anggapan tersebut hanya berlaku bagi sebagian warga kota Yogyakarta.

Hal ini membawa sebuah fenomena tersendiri, terutama bagi para pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta. Banyak para pelaku industri pariwisata tersebut merasa kemampuan berbahasa Inggris adalah bukan suatu hal yang wajib. Melainkan suatu hal yang boleh dimiliki namun tidak bersifat wajib. Mereka masih mengandalkan *mindset* untuk

menggunakan bahasa isyarat dalam berkomunikasi. Banyak dari para pelaku industri pariwisata ini yang menganggap kemampuan berbahasa Inggris adalah kemampuan pendukung dalam kegiatan mereka. Terutama bagi para tukang becak di kota Yogyakarta. Hal ini dapat terlihat dari cuplikan data hasil wawancara berikut :

“nek menurutku si mas, ra iso nggo boso inggris yo rapopo. Kan ijek iso nggo isyarat. Ra patio penting sih nek menurutku mas”
(wawancara dengan bapak Ngadino)

“sakjane iso ngomong boso inggris ki bagus. Opo meneh gaweanne koyo aku iki. Mung pie yo mas. Aku wes tuo, ra iso sinau meneh. Kesel aku. Dadi yo terimo nasib ae” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“halah nek iso boso inggris ki mesti opo sek dol ki payu po? Ora to? Makane ra usah ngotot nek gak iso” (Wawancara dengan Bapak Mulyadi)

“kan ono tamu sek seko guide kae to mas. Nah nek awake dewe gak iso ngomong boso inggris, iso njaluk tulong karo guide e wae”
(wawancara dengan bapak Ngadino)

Sebenarnya hal ini merupakan hal yang salah. Dikarenakan apabila para tukang becak sadar seberapa penting kemampuan bahasa Inggris, maka secara otomatis kemampuan tersebut dapat menjadi bekal mereka untuk meningkatkan penghasilan. Dari data diatas, dapat terlihat bahwa kesadaran tersebut masih sangat minim. Selama proses penelitian berlangsung, peneliti juga mengobservasi lingkungan sekitar dan mendapati kenyataan bahwa banyak dari para tukang becak tersebut mengalami banyak kendala dalam berkomunikasi. Namun para tukang becak tersebut tidak hilang akal. Mereka dengan beraninya memutuskan untuk menggunakan bahasa isyarat saja. Dengan bahasa

isyarat mereka yakin bahwa para turis asing ini mengerti secara pasti apa yang mereka komunikasikan.

Dari hasil observasi dilapangan juga menunjukkan bahwa tidak adanya penanganan khusus hal ini dari dinas terkait. Para tukang becak ini secara tidak langsung akan berjuang dengan usaha mereka sendiri. Tidak adanya pelatihan dalam berbahasa inggris, ataupun *workshop* mengenai seberapa pentingnya dari kemampuan berbahasa inggris ini untuk meningkatkan penghasilan mereka. Secara tidak langsung, tidak adanya tindakan dari dinas terkait mengenai masalah ini guna menanggulangi masalah ini. Hal ini menjadi perhatian khusus dari peneliti. Namun, para tukang becak sendiri merasa bahwa tidak adanya kewajiban khusus bagi mereka untuk memiliki kemampuan yang mumpuni dalam berbahasa inggris.

“Yo mbiyen iku kan tvri. Iku kan pengalaman cilik yo mas yo. Koyo film koboy, mbiyen kan onone nang tvri mas.” (wawancara dengan Bapak Budi)

“nek aku sih mergo sering dapet bule sik iso ngomong bahasa inggris lan aku pernah woco koran nek ora salah ki yo bahasa inggris dadi boso internasional to Mas? Nah nek boso Inggris dadi boso internasional kudunya kabeh turis sek toko yo iso bahasa Inggris” (wawancara dengan Bapak Budi)

“Gak ada mas. kalo saya sendiri itu karena nonton tivi mas. lainnya enggak. Dari temen yo nggak. Yo ming pemikiran saya itu ya karena pengalaman dari nonton tivi.” (wawancara dengan Bapak Budi)

Selain dari pengalaman yang didapatkan ketika bekerja sehari-hari, para tukang becak ini juga mendapatkan *mindset* tersebut dari hasil mereka menonton film. Seperti yang telah diketahui sebelumnya, banyak film yang berasal dari luar negeri menggunakan bahasa inggris sebagai bahasa pengantarnya. Selain bahasa Inggris adalah bahasa Ibu kedua yang harus di kuasai oleh semua orang, bahasa Inggris juga berasal dari negara-negara yang memiliki kemajuan dibidang dunia hiburannya.

Sedikit banyaknya Indonesia mendapatkan hiburan tersebut dari Hollywood. Condong Indonesia akan dunia hiburan adalah dunia hiburan yang berasal dari Hollywood. Artis yang berperan dalam sebuah film tersebut adalah artis yang menggunakan bahasa Inggris. Sehingga muncul sebuah *mindset* bahwa setiap turis asing, terkhusus kulit putih dapat dan ahli dalam berbahasa Inggris.

Secara tidak langsung, media juga turut andil dalam proses timbulnya sebuah *mindset* mengenai semua turis asing dapat berbahasa Inggris. Dikarenakan semua hiburan baik film, drama, musik, konser dan lain-lain menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utamanya. Pada negara berkembang muncul *mindset* demikian. Tidak dapat disalahkan karena banyak hal yang mendasari dan menyebabkan semua orang di negara berkembang terutama Indonesia memiliki *mindset* demikian. Pada umumnya, warga negara berkembang adalah warga yang cukup ketinggalan dalam hal pendidikannya. Hal ini menjadi dasar dari kurangnya pengetahuan seseorang tentang *mindset* ini. Dapat dikatakan, bahwa tidak semua turis asing terutama kulit putih dapat berbahasa Inggris. Seperti contoh, Jerman adalah negara yang menggunakan bahasa Jerman sebagai bahasa utama untuk kehidupan sehari-hari. Sedangkan warga Jerman berkulit putih.

Pengetahuan seperti ini adalah pengetahuan yang tidak semua warga dari negara berkembang miliki. Dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam menggunakan internet, pendidikan dan lingkungan serta hal lainnya. Sehingga semua informasi yang diterima, ditelan mentah-mentah. Tanpa adanya keinginan untuk mencari tahu lebih dalam dan detail tentang informasi tersebut. Miris, namun inilah yang terjadi di negara berkembang. Dimana angka kemiskinan memengaruhi semua aspek dalam kehidupan. Hal ini menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi pemerintah sendiri. Faktor hiburan yang di tampilkan oleh media dalam hal ini media TV, juga memberikan andil khusus lainnya. Andil tersebut

adalah memberikan doktrin. Doktrin ini berbentuk seperti anggapan bahwa semua turis asing bisa berbahasa Inggris, maka dari itu sebagai penonton juga harus dapat berbahasa Inggris walaupun pasif.

Para tukang becak di kota Yogyakarta adalah individu-individu dengan usia di atas 40th. Dimana mereka berasal dari latar belakang pendidikan dengan pendidikan yang rendah. Maksudnya adalah individu-individu yang memiliki latar belakang pendidikan maksimal SMP (Sekolah Menengah Pertama). Dengan latar belakang ini dapat dilihat bahwa, tidak semua dari para tukang becak tersebut berkeinginan untuk belajar lagi. Belajar dalam hal untuk menambah pengetahuan yang mereka miliki tentang beberapa perubahan jaman. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi tukang becak yang ingin menambah kemampuan dalam berbahasa Inggris dengan belajar bersama rekannya. Namun, juga hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa ada juga beberapa tukang becak yang bahkan enggan untuk mencari informasi tambahan mengenai perubahan jaman.

“yo ora kabeh tukang becak ki ngerti mas tentang jaman sek berubah. Ngerti ne mung nggolek duit saiki luwih susah ketimbang mbiyen. Mergo ono sek hape kae mas. Online-online kae” (wawancara dengan Bapak Mulyadi)

“aku tau di kandani karo koncoku soal jaman sek berubah ki. Mung aku yo ra paham kabeh si mas. Sek tak paham in mung wes masuk dunia online” (wawancara dengan bapak Ngadino)

“sak pahamku sek nggo jaket ijo ijo kae mung ganggu aku ro koncoku. Mergo penghasilanku dadi seret” (wawancara dengan Bapak Ngadino)

“nek jaman saiki kan kabeh nggo internet. Nek ameh intuk internet kan kudu ning warnet mas. Nah yo mending duitku nggo mangan

mas. Nggo urip. Kahanan kene ki mung tukang becak. Penghasilane ora nentu” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“aku ki wes tuo mas, males le nek di kongkon sinau tentang perubahan utowo perkembangan jaman. Iso mangan dino ki wes Alhamdulillah. Kui wae sek tak pikir” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“wingi ki ono ditawari karo koncoku. Tuku hape sik ope jenenge kae, android opo opo kae sek di tunyuk tunyuk. Mung mripatku ki wes ora se-ceto mbiyen. Njuk tanganku gemeteran kae nik nyekel barang. Ketimbang hapene rusak mergo tibo njuk aku yo wes ra ceto meneh. Aku wae wes ora mbecak sering koyo mbiyen meneh. Mending ra tak tuku mas” (wawancara dengan Bapak Ngadino)

“nek informasi tentang perubahan jaman ki yo ngerti sitik mas. Aku yo ngerti seko omonganne koncoku. Nek ndak salah yo saiki kabeh urusan iso ra nggo duit tunai. Kabeh urusan dadi mudah mergo opo opo serba online” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

Dari data diatas dapat terlihat bahwa, sebagian besar dari para tukang becak tersebut tidak dengan sengaja mengikuti perkembangan serta perubahan dari sebuah jaman. Hal ini terlihat dari beberapa hal yang menyebabkan dari tindakan tidak mencari tahu apa saja perkembangan dan perubahan yang sudah terjadi. Pendidikan dan ekonomi adalah penyebab dasar dari para tukang becak sendiri untuk ‘puas’ dengan beberapa informasi yang sudah mereka terima dan ketahui. Hal ini secara tidak langsung menjadi penyebab dari munculnya *mindset* mengenai semua turis asing dapat berbahasa inggris.

Tidak serta merta bahwa internet dapat memberikan informasi mengenai perubahan dan perkembangan dari jaman. Namun, jika dilihat lebih detail dan mendalam, internet adalah salah satu media yang dapat memberikan informasi banyak tentang perubahan dan perkembangan

dari jaman. Mengingat jaman sekarang, internet lebih mudah untuk diakses. Dengan syarat sudah memiliki *platform* yang dapat mendukung kegiatan tersebut, seperti contoh handphone dengan kemampuan untuk mengakses internet. Namun, hal ini tidak dapat dilakukan oleh para tukang becak tersebut. Hal ini terjadi dikarenakan mereka lebih memilih untuk menggunakan uang yang dimiliki untuk mendukung biaya kehidupan sehari-hari ketimbang harus mengorbankan uang tersebut untuk membeli handphone yang dapat memberikan banyak kemudahan bagi pekerjaan mereka.

Tidak dapat dipungkiri, penghasilan mereka kecil. Hal ini mengakibatkan adanya sebuah tuntutan bagi mereka untuk menggunakan penghasilan tersebut dengan bijak. Ada data juga yang didapatkan oleh peneliti bahwa tidak semua tukang becak pulang kerumah setiap hari. Dikarenakan mereka tidak mendapatkan penghasilan seperti yang diharapkan. Sehingga mereka memilih untuk tetap berada di kawasan wisata dan perbelanjaan di kota Yogyakarta selama 24 jam. Tindakan ini diharapkan dapat membantu para tukang becak ini mendapatkan penghasilan yang cukup untuk di bawa pulang kerumah. Data juga menyebutkan bahwa latarbelakang dari tindakan ini dikarenakan para tukang becak tersebut memiliki tanggungan besar dirumah dimana istri mereka tidak bekerja sedangkan membutuhkan uang yang banyak untuk menutupi biaya kehidupan mereka.

Hal ini menjadi penyebab utama dari tidak adanya keinginan untuk mendapatkan serta mencari informasi terkini mengenai perubahan serta perkembangan jaman. Secara finansial mereka tidak mendukung untuk memperoleh atau memiliki handphone android, namun dari sisi waktu juga membuat mereka tidak dapat bersantai dirumah untuk menonton televisi. Seperti kutipan data hasil wawancara diatas, bahwa *mindset* bahwa setiap turis asing yang datang ke Yogyakarta memiliki kemampuan dalam berbahasa inggris mereka peroleh karena para tukang

becak ini menonton dari televisi. Namun, tidak sedikit juga dari para tukang becak ini tidak memiliki waktu khusus untuk menonton acara televisi itu di sebabkan mereka memilih untuk tetap berada di luar untuk bekerja dan mencari penghasilan tersebut.

“nek aku ngerti bule ki iso ngomong bahasa inggris mergo pengalaman mas. Mung nek seko tv ki ora mas. Masalahe aku yo ra nduwe tivi neng omah mas” (wawancara dengan Bapak Ngadino)

“njuk aku yo jarang muleh mas. Mergo duit ku ra cukup nek di gowo ning omah. Ning omah ki nduwe tanggungan anak sek SMA siji, SMP loro lan SD siji. Lah bojo ku ki ora nyambut gawe Mas. Ketimbang mulih njuk ra nggowo duit sek cukup, mending tetep tak narik ae mas” (wawancara dengan Bapak Ngadino)

“aku ki nek wes ning omah njuk langsung turu. Yo paling mbantuni bojoku masak nggo dodolane deknen. Deknen dodolan bubur nik isuk. Ider mas. Mung nek nonton tivi ki arang aku mas”. (wawancara dengan Bapak Mulyadi”

“tivi ning omahku ki mesti di kuasai karo anak ku sek cilik kae. Dadine aku ra iso nonton mas. Nek tak cekel remote, njuk anak ku nangis kejet ngono” (Wawancara dengan bapak Mulyadi)

“njuk ning omah ku ra ono hiburan nggo anak-anak ku mas. Aku ki miskin. Hasil seko mbecak yo ra akeh. Aku mung nduwe tivi elek kae. Sedangkan anak ku 6 Mas, aku yo ra iso ngek'i maenan. Dadine tivi kae tak nggo hiburan nggo anak ku mas. Masalahe omahku ning pelosok godean kae. Njuk aku nek ning kuto yo kadang turu ning masjid, nek aku kesel le nggenjot balik becak ku ning godean” (Wawancara dengan bapak Mulyadi)

Tidak banyak dari para tukang becak tersebut menggunakan waktu mereka secara khusus untuk menonton televisi demi mendapatkan

dan menambah pengetahuan serta informasi mengenai perkembangan dan pertumbuhan jaman. Keadaan hidup memaksa para tukang becak tersebut untuk dapat menggunakan waktu yang mereka miliki untuk sesuatu yang memang mereka perlukan dan menjadi kebutuhan primer mereka. Keadaan hidup yang sulit, daya ekonomi yang rendah, latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni, tidak adanya bantuan dari pihak-pihak lain (pemerintah, dinas sosial dan lain-lain) menyebabkan para tukang becak ini memiliki *mindset* bahwa para turis asing yang datang ke Yogyakarta adalah turis asing yang dapat berbahasa Inggris.

Dikarenakan juga tidak adanya perhatian khusus dari pemerintah mengenai kondisi dan keadaan para tukang becak ini. Apabila ada perhatian khusus dari Pemerintah mengenai hal ini, maka akan secara otomatis kemampuan dalam berbahasa Inggris para tukang becak ini akan meningkat. Walaupun para tukang becak ini berasal dari latar belakang yang tidak mumpuni namun apabila adanya pelatihan khusus tentang hal itu, maka secara otomatis juga para tukang becak ini akan mendapatkan informasi tambahan mengenai perkembangan jaman. Bahwa tidak semua turis asing yang datang ke Yogyakarta adalah turis asing yang dapat berbahasa Inggris. Serta para tukang becak ini juga dapat mendapatkan cara yang baru guna mendapatkan tamu turis asing.

Secara tidak langsung *mindset* ini menjadi penghambat bagi para tukang becak mendapatkan tamu turis asing. Dikarenakan mereka tidak memiliki keterampilan tambahan apabila mendapatkan tamu turis asing yang kebetulan tidak bisa berbahasa Inggris. Tidak menutup kemungkinan bahwa para turis asing yang datang ke Yogyakarta tidak melulu berasal dari negara Eropa ataupun Amerika. Juga banyak yang berasal dari negara Asia seperti Korea dan China. Dimana para turis asing dari negara Korea dan China adalah para turis yang tidak memiliki kemampuan dalam berbahasa Inggris. Dikarenakan mereka memiliki

bahasa ibu sendiri dan bahasa inggris merupakan sesuatu yang tidak wajib untuk mereka miliki secara kemampuan dalam berbicara.

Ketika sudah berhadapan dengan kondisi seperti ini, para tukang becak tersebut akan terpojok. Hanya menggunakan bahasa isyarat dalam proses menjual jasa mereka. Hal ini dapat terjadi dikarenakan mereka memiliki pengetahuan yang kurang mengenai bahasa inggris itu sendiri. Juga mereka sudah terdoktrin bahwa setiap turis asing yang datang ke Indonesia adalah para turis asing yang memiliki kemampuan dalam berbahasa Inggris. Selain internet, televisi dan koran mereka juga dapat memperoleh *mindset* serta informasi mengenai turis asing yang dapat berbahasa inggris ini dari keadaan lingkungan pergaulan sehari-hari.

“koncoku sek mbecak juga sering ngomong nek turis asing ki iso bahasa inggris, mungkin yo mergo deknen intuk e sik iso bahasa inggris mas” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“nek tukang becak kumpul kumpul sambil nunggu tamu ki mas, awake dewe ki sering ngobrol tentang topik awake dewe sik ora iso bahasa inggris mas. Masalaha kabeh koncoku ki isoo ngertine nek turis sek teko ki iso nggo bahasa Inggris” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“akeh turis ki iso bahasa inggris nek jarane koncoku mergo bahasa inggris ki dadi bahasa wajib e sana mas” (wawancara dengan Bapak Ngadiman)

“yo terkadang nek ngobrol ngobrol ro koncoku rata ratane ngomong e ngono mas. Nek bule ki mesti iso boso inggris. (wawancara dengan Bapak Ngadino)

Hampir seluruh tukang becak menganggap bahwa turis yang hadir di kota Yogyakarta adalah turis yang fasih berbahasa Inggris. Sehingga para tukang becak ini memiliki *mindset* bahwa turis tersebut

dapat diajak berkomunikasi dengan bahasa Inggris. Hal ini terlihat dari data yang berhasil di kumpulkan dan di peroleh peneliti ketika berada di lapangan, yaitu :

“yo kabeh tukang becak ki ngirone kae turis ki iso bahasa inggris mas. Yo londo. Yo nek londo ko iso nggo bahasa inggris to mas?”
(Wawancara dengan Bapak Mulyadi)

“nek londo kudune iso nggo inggris sih mas. Yo ra kabeh sih. Tapi paling tidak. Mergo kui kan boso pokok” (wawancara dengan Bapak Budi)

Hal ini menjadi pertanyaan khusus dari peneliti. Mengapa hampir seluruh para tukang becak tersebut memiliki bahwa setiap turis asing, terutama kulit putih akan bisa berbahasa inggris dengan lancar? Dari mana anggapan itu muncul? Beberapa pertanyaan tersebut adalah beberapa pertanyaan dasar yang muncul di benak peneliti ketika menemui data mengenai kemampuan berbahasa Inggris. Namun, sedikit banyaknya hal ini sudah di jawab oleh beberapa data yang telah berhasil di kumpulkan oleh peneliti selama terjun ke lapangan untuk mencari dan memperoleh data. Dapat di lihat dari beberapa kutipan wawancara seperti berikut ini :

“ha nek anggapan bule wes iso bahasa inggris ki lak seko kono no mas. Maksud e lak mesti to. Nek londo ki mesti iso bahasa inggris. Nek aku sih mergo aku sering intuke bule sek iso nggo bahasa inggris. Seko ngendi ae negoro nē. pokmen keseringan yo iso nggo bahasa inggris” (wawancara denga Bapak Muryadi)

“Laiyo nonton dari tivi mas, kalo ngono kan dari tivi mas. anggapan bule iso bahasa inggris dari tivi. Kalo di tivi kan bahasanya kan mesti inggris, yo ada yang spanyol, meksiko. Tapi kebanyakan kan inggris.” (wawancara dengan Bapak Budi)

“opo yo,, nek kui sih mergo seringe entuk bule sik iso ngomong bahasa inggris. Njuk kabeh konco konco yo akeh sek ngomong nek bule ki mesti iso bahasa inggris. Padahal ning kenyataanne ora to mas” (Wawancara dengan Bapak Ngadino)

“yo mergo sering e entuk sik iso ngomong bahasa Inggris sih, njuk seringe entuk seko amerika lan inggris kono Mas” (Wawancara dengan Bapak Budi)

Dari data diatas terlihat, bahwa anggapan tentang semua turis asing yang datang dapat berbahasa inggris, di peroleh dari pengalaman mereka selama menjalani profesi itu. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan bahwa para tukang becak tersebut juga mendapatkan informasi tersebut dari koran dan TV. Juga mendapatkan informasi tersebut dari beberapa teman seprofesi. Selain berinteraksi langsung, para tukang becak ini juga sudah memiliki anggapan tersebut dari lama. Dikarenakan bahasa inggris adalah bahasa ke dua yang wajib di kuasai oleh semua orang di dunia ini. Hal ini bertujuan untuk memudahkan kehidupan bersama. Juga untuk memudahkan menyatukan semua pribadi yang memiliki latar belakang berbeda-beda.

Hal ini juga menjadi penyebab bahwa tidak selamanya tv, internet dan koran dapat menjadi faktor pendukung mereka dalam memiliki *mindset* seperti itu. Memang ketiga faktor ini mendukung, namun tidak menjadi faktor pendukung utama. Pengalaman tetap menjadi dasar utama dari munculnya *mindset* tersebut. Hal-hal yang berasal dari eksternal juga menjadi pendukung dari munculnya *mindset* itu. Pengalaman menjadi faktor utama dikarenakan para tukang becak ini sudah tidak memiliki alasan lain kenapa mereka harus mencari tau lebih detai dan dalam tentang kemampuan bahasa inggris. Hal ini sudah di jelaskan pada data diatas.

Hal ini tidak pernah menutup kemungkinan bahwa tukang becak juga memiliki *mindset* demikian dikarenakan ketidaktahuan mereka tentang asal para turis asing tersebut. Kurangnya pengetahuan mereka mengenai para turis asing yang berasal dari negara selain Amerika. Kurangnya pengetahuan akan hal itu ditambah latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni serta tidak adanya kemampuan untuk mengakses informasi lebih luas daripada yang sudah ada. Hal-hal tersebut sudah menjadikan *mindset* tersendiri bagi para tukang becak bahwa para turis asing yang datang adalah turis asing yang mampu berbahasa Inggris.



BAB IV

PEMBAHASAN

Bab IV Pembahasan akan di khsususkan untuk menjelaskan dan menguraikan data yang telah berhasil di peroleh serta di kumpulkan selama proses penelitian berlangsung. Data tersebut mengenai proses makna dari kehadiran turis asing bagi tukang becak di kota Yogyakarta dan mengenai interaksi social yang terjadi antara tukang becak dan turis asing tersebut. Dari hasil beberapa data yang di peroleh dan berhasil di kumpulkan selama proses penelitian berlangsung di lapangan dengan teknik wawancara dan observasi maka peneliti akan memaparkan, menjelaskan dan mendeskripsikan hasil dari wawancara dan observasi di lapangan tersebut dengan tukang becak yang ada di kota Yogyakarta.

A. Faktor-Faktor Dasar yang Memengaruhi Makna Kehadiran Turis Asing bagi Tukang Becak

Setelah dilakukan penelitian mengenai “Analisis Makna dan Peran Interaksi Sosial bagi Tukang Becak sebagai Salah Satu Pelaku Industri Pariwisata atas Kehadiran para Turis Asing di Kota Yogyakarta” didapatkannya ada beberapa faktor yang memengaruhi makna turis asing bagi tukang becak sebagai salah satu pelaku industri pariwisata di Kota Yogyakarta. Hal tersebut meliputi kemampuan berbahasa bahasa asing, penampilan, asal negara, kelompok dan sendiri, serta makna kehadiran turis asing bagi tukang becak. Secara garis besar, makna hadirnya turis asing di kota Yogyakarta bagi tukang becak adalah sebagai media untuk menambahkan pundi-pundi penghasilan. Alasan dan sebab ini adalah factor utama dari muncul makna tersebut. Namun lebih kompleks apabila diartikan sebuah upaya untuk meningkatkan penghasilan dan menjaga citra ramah akan masa lalu dari kota Yogyakarta sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan munculnya berbagai makna bagi tukang becak akan kehadiran dari turis asing tersebut. Namun makna tersebut dapat menimbulkan berbagai persepsi bagi tukang becak sendiri dalam memberikan pelayanan jasa tersebut. Dalam hal ini, setidaknya ada tiga factor dasar penentu munculnya makna tersebut, yaitu bahasa, bentuk komunikasi dan waktu kunjungan turis asing tersebut ke kota Yogyakarta. Apabila ketiga aspek tersebut sudah di kuasai oleh para tukang becak tersebut, maka akan secara otomatis kegiatan operasional tersebut berjalan dengan lancar. Dapat dilihat bahwa kegiatan interaksi sosial itu memberikan dampak berkesinambungan terhadap tukang becak itu sendiri. Seperti, ketika *peak season* para individu yang menjadikan pekerjaan menyediakan layanan jasa becak sebagai pekerjaan sampingan, dengan giat melakukan kegiatan tersebut. Karena sudah bisa teramalkan berapa kira-kira pundi-uang yang dapat dikumpulkan dari kegiatan itu.

Dalam poin faktor-faktor dasar yang memengaruhi makna kehadiran turis asing bagi tukang becak adalah kemampuan bahasa asing, penampilan, kelompok dan sendiri (jumlah tamu), asal negara dan makna kehadiran turis asing bagi tukang becak. Dalam teori interaksi simbolik, juga di bahas mengenai tema dan asumsi teori simbolik, pentingnya makna bagi perilaku manusia, manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang kepada mereka, makna di ciptakan dalam interaksi antar manusia, makna dimodifikasi melalui proses interpretif, pentingnya konsep diri, individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, konsep diri memberikan motif penting untuk perilaku, hubungan antara individu dan masyarakat, orang dan kelompok di pengaruhi oleh proses sosial dan budaya, struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial, tema, asumsi, konsep penting, pikiran, diri, masyarakat serta manajemen makna terkoordinasi berdasarkan penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen. Dalam penelitian mengenai “Analisis Makna dan Peran Interaksi Sosial bagi Tukang Becak sebagai Salah Satu Pelaku Industri Pariwisata

atas Kehadiran para Turis Asing di Kota Yogyakarta” terlihat penjabaran pada poin faktor-faktor dasar yang memengaruhi makna kehadiran turis asing bagi tukang becak berikut :

1. Kemampuan Bahasa Asing

“Pemikiran percakapan didalam diri seseorang” Mead mendefinisikan pikiran (*mind*) sebagai kemampuan untuk menggunakan symbol yang mempunyai makna social yang sama dan Mead percaya bahwa manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Hal ini seperti yang terdefiniskan bahwa “bahasa merupakan system verbal dan nonverbal yang dimiliki bersama. Sedangkan symbol signifikan adalah symbol yang maknanya secara umum disepakati oleh banyak orang”. Bayi tidak dapat benar-benar berinteraksi dengan orang lainnya sampai ia mempelajari bahasa (*language*) atau sebuah system symbol verbal dan nonverbal yang diatur dalam pola-pola untuk mengkespresikan pemikiran dan perasaan dan dimiliki bersama. Bahasa tergantung pada apa yang memunculkan konsep dari symbol signifikan (*significant symbol*) atau symbol-simbol yang memunculkan makna yang sama bagi banyak orang. Dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, kita mengembangkan apa yang dikatakan Mead sebagai pikiran dan ini membuat kita mampu menciptakan *setting* interior bagi masyarakat yang kita lihat beroperasi di luar diri kita. Jadi, pikiran dapat digambarkan sebagai cara orang menginternalisasi masyarakat. Akan tetapi, pikiran tidak hanya tergantung pada masyarakat. Mead menyatakan bahwa keduanya mempunyai hubungan timbal balik. Pikiran merefleksikan dan menciptakan dunia social. Ketika seorang belajar bahasa, ia belajar berbagai norma social dan aturan budaya yang mengikatnya. Selain itu, ia juga mempelajari cara-cara untuk membentuk dan mengubah dunia social itu melalui interaksi. Ketika anak-anak belajar berbicara, mereka mungkin belajar cara

mengucapkan “tolong” dan “terima kasih” sebagai indicator budaya akan kesopanan. Tetapi merak mungkin menciptakan suatu yang unik dan personal untuk mengekspresikan kesopanan, seperti mengatakan “*mayberry*” dan “*yes you*” yang menjadi idiom yang diterima dalam hubungan tertentu. (West&Turner, 2012:105)

Kurangnya kemampuan berbahasa asing dirasakan menjadi salah satu kendala yang menghambat proses komunikasi antara kedua belah pihak, baik itu dari pihak para tukang becak, maupun dari pihak turis asing itu sendiri. Dimana para tukang becak tersebut rata-rata tidak bisa berbahasa inggris dan para turis asing tersebut, rata-rata juga hanya menguasai bahasa daerahnya saja tanpa menguasai bahasa inggris. Hal tersebut tercermin berdasarkan cerita dari para tukang becak, dimana mereka masih sering menemukan kendala saat bertemu dengan turis asing yang tidak menguasai bahasa Inggris seperti kebanyakan.

Dalam teori Tema dan Asumsi Teori Interaksi Simbolik terdapat poin mengenai Makna ialah diciptakan dalam interaksi antarmanusia Mead menekankan dasar inster subjektif dari makna. Makna dapat ada, menurut Mead hanya ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama mengenal symbol yang mereka pertukarkan dalam interaksi. Teori interaksi simbolik mengambil pendekatan ketiga terhadap makna, melihat makna sebagai sesuatu yang terjadi diantara orang-orang. Makna adalah “produk sosial” atau “ciptaan yang dibentuk dalam dan melalui pendefinisian aktivitas manusia ketika mereka berinteraksi” (Blumer, 1996, hal.5). oleh karena itu, jika Roger dan Helen tidak berbagi bahasa yang sama dan tidak ada ada sepakat pada denotasi dan konotasi dari symbol-simbol yang mereka pertukarkan, tidak ada makna yang sama yang di hasilkan dari pembicaraan tersebut. Selanjutnya, makna yang di ciptakan oleh Helen dan Roger adalah unik bagi mereka dan hubungan mereka. (West&Turner, 2012:100)

Teori ini dibuktikan dengan adanya pertukaran simbol ketika terjadi sebuah interaksi sosial dari tukang becak dan para turis asing tersebut.

Minimnya kemampuan menguasai bahasa asing, meskipun dirasakan menjadi kendala bagi para tukang becak, tidak lantas menjadi sebuah masalah tanpa solusi. Pada saat menjumpai turis asing yang kurang mampu menguasai bahasa Inggris, para tukang becak tersebut menggunakan uang sebagai alat atau simbol untuk berkomunikasi, agar pesan yang ingin mereka kirim tersampaikan kepada para turis asing tersebut. Secara otomatis, para turis asing tersebut memahami maksud dari para tukang becak tersebut dengan melihat uang yang ditunjukkan sebagai harga yang harus dibayarkan atas jasa para tukang becak tersebut. Simbol yang di pertukarkan antara tukang becak dan para turis asing tersebut ialah uang.

Makna juga dimodifikasi melalui proses interpretif. Blumer menyatakan bahwa proses interpretasi ini memiliki dua langkah yang dapat di ambil. Langkah pertama yaitu, para pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna. Blumer memiliki argument bahwa bagian dari setiap proses ini berbeda. Baik dari sisi pendekatan psikologis serta terdiri dari orang-orang yang terlibat di dalam komunikasi dengan dirinya sendiri (West&Turner, 2012:100), Dalam hal ini di contohkan pada proses pertukaran simbol seperti di atas, dalam hal ini adalah saat dimana para turis asing menunjukkan sejumlah uang kepada tukang becak untuk menentukan besarnya tarif menuju ke sebuah tempat, adalah sebuah proses hubungan sosial antar individu dengan individu lainnya demi mencapai sebuah kesepakatan. Hal tersebut terjadi karena makna yang terkandung sebuah simbol yakni sejumlah uang, dapat dipahami bagi kedua belah pihak sebagai sejumlah harga yang harus dibayar agar sampai ke sebuah tujuan. Hal ini dilakukan karna kedua belah pihak sama sama tidak mengerti bahasa satu sama lainnya. Dalam proses ini sendiri, awalnya memang tidak adanya halangan. Namun dalam proses selanjutnya, sering adanya hambatan. Misalnya, kesalahan tukang becak mengantarkan tamu tersebut. Sehingga menyebabkan rasa kecewa bagi tamu itu.

2. Penampilan

Penampilan juga sebagai faktor penentu dari tukang becak dalam memberikan nilai pada calon konsumen yang akan menggunakan jasa mereka. Tidak menutup kemungkinan para tukang becak ini menilai turis asing yang hadir di Yogyakarta dari sisi apa yang dikenakan, apa yang dibawa dan bagaimana penampilan dari turis asing tersebut. Hal ini dapat membantu para tukang becak tersebut memperhitungkan kemungkinan dari jasa mereka berhasil di jual atau tidak. Dengan kata lain, secara tidak langsung juga para tukang becak ini dapat menyimpulkan seberapa banyak uang yang berhasil mereka dapatkan dari penampilan luar si turis asing. Karna dari sini, para tukang becak ini akan dengan cepat menyimpulkan apakah turis asing tersebut berasal dari ekonomi menengah keatas atau justru sebaliknya. Seperti teori yang disebutkan pada Bab 1, bahwa manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan mana yang diberikan orang lain kepada mereka.

Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka. Asumsi ini menjelaskan perilaku sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respons orang berkaitan dengan rangsangan tersebut. Teoritikus interaksi simbolik seperti Herbert Blumer tertarik dengan makna yang ada di balik perilaku. Mereka mencari makna dengan mempelajari penjelasan psikologis dan sosiologis mengenai perilaku. Jadi seorang peneliti interaksi simbolik melakukan kajian mengenai perilaku dari Roger Thomas. Mereka melihatnya membuat makna yang sesuai dengan kekuatan social yang membentuk dirinya. Contohnya, Roger memberikan makna untuk pengalaman kerjanya yang baru dengan menerapkan interpretasi yang diterima secara umum pada hal-hal yang dilihatnya. Ketika dia melihat usia rekan-rekan sekerjanya., ia yakin bahwa mereka mempunyai lebih

banyak pengalaman daripada dirinya karena kita sering kali menghubungkan usia dengan pengalaman. (West&Turner, 2012:99)

Teori ini memberikan penjelasan bahwa makna yang kita berikan untuk sebuah symbol adalah produk dari interaksi social dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna tertentu pada symbol tertentu pula. Seperti contoh, di Amerika Serikat cincin pernikahan merupakan symbol dari cinta dan komitmen. Cincin adalah symbol ikatan resmi dan emosional. Dikarenakan bagi beberapa pribadi, pernikahan merupakan sesuatu yang opresif. Apabila dikaitkan dengan pendapat para teoritikus, maka menurut para teoritikus interaksi simbolik, cincin memiliki makna ketika orang berinteraksi dan menganggapnya sebagai suatu hal yang penting. Lebih jauh dan lebih dalam lagi, para teoritikus interaksi simbolik tertarik pada makna yang diberikan oleh Roger pada pertemuannya dengan Helen (Ia yakin bahwa mereka akan menjadi teman) (West&Turner, 2012:99)

Teori tersebut memberikan bukti pada penampilan yang dikenakan oleh turis asing ketika berkunjung ke kota Yogyakarta. Dimana para tukang becak sering memberikan makna khusus dari penampilan tersebut untuk menentukan apakah para turis asing itu potensial untuk menggunakan jasa mereka. Kegiatan ini sering dilakukan, mengingat banyak hal yang melatarbelakangi seorang turis asing yang hadir ke Yogyakarta. Juga, semakin majunya teknologi yang mengakibatkan semakin mudahnya informasi untuk diakses. Hal ini mengakibatkan, banyak turis asing yang berlibur dengan berbagai metode. Sebenarnya mekanisme berlibur dengan metode *low budget* itu sudah ada dari jaman dulu. Hanya saja, di beberapa negara berkembang, metode itu mulai digiatkan. Hal ini diindikasikan dengan banyaknya hotel, tempat menginap lainnya yang hadir dengan konsep *backpacker* atau *low budget*. Hal ini juga bersamaan dengan munculnya para perusahaan atau usaha usaha travel yang mengusung tema *backpacker* dan *low budget*. Terutama di Yogyakarta, di Yogyakarta sendiri sudah banyak

sekali paket wisata yang mulai mengusung tema *low budget* dan *backpacker*.

Hal ini mengakibatkan, profesi tukang becak sendiri tenggelam. Selain dikarenakan jaman mulai bergeser ke arah digital sehingga dari sisi transportasi pun berubah menjadi digital, juga dikarenakan banyaknya turis asing yang hadir di kota Yogyakarta adalah turis yang mengusung tema *backpacker* dan *low budget*. Maka dari itu, hal itu menyebabkan para tukang becak tersebut lebih selektif dalam melihat calon tamu mereka. Hal pertama yang paling sering dilakukan oleh para tukang becak tersebut adalah melihat bagaimana penampilan luar dari si turis asing tersebut. Apabila rapi, terlihat lebih rapi dan baik, maka biasanya para tukang becak tersebut akan langsung mengambil kesimpulan bahwa turis asing tersebut dari latar belakang ekonomi menengah ke atas dan dapat di tawai jasa mereka. Karena apabila para tukang becak tersebut memberikan penawaran pada turis asing yang lusuh, yang terlalu santai dengan cenderung berpakaian ala kadarnya, maka sudah dapat dipastikan bahwa turis asing tersebut menggunakan metode berliburnya adalah metode berlibur *low budget* atau *backpacker*.

Kegiatan wisata ini, dimana tukang becak berkomunikasi dengan turis asing menimbulkan beberapa ragam interaksi simbolik. Hasil interaksi simbolik tersebut bermacam-macam. Kerumitan berkomunikasi dikarenakan tidak mengerti dan memahami bahasa yang digunakan satu sama lain. Hingga kesalahpahaman yang terjadi akibat dari bahasa isyarat yang dilakukan. Inti dari teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia. Berkomunikasi serta saling melakukan pertukaran simbol-simbol yang memiliki makna. Hal ini menandakan bahwa setiap individu dapat di analisis melalui setiap interaksinya dengan individu yang lain. Terdapat makna yang hampir sama yang dimiliki oleh beberapa tukang becak saat melihat turis asing yang datang ke Kota Yogyakarta. Mereka

memiliki anggapan bahwa yang terlintas di benak mereka saat melihat turis asing sebagai suatu kesempatan untuk mendapatkan sejumlah uang.

3. Asal Negara

Selain berdasarkan jumlah wisatawan yang mereka jumpai di jalanan, beberapa tukang becak juga merasakan kesulitan untuk menawarkan jasa mereka kepada beberapa turis asing berdasarkan usia para turis asing tersebut. Seperti telah di ketahui, bahwa para pengguna jasa becak dapat dikategorikan dalam beberapa segmentasi. Usia, pekerjaan, dari negara mana adalah beberapa faktor penentu jasa becak tersebut di gunakan atau tidak. Tentunya para tukang becak ini juga secara tidak langsung dituntut untuk jeli dalam melihat potensi calon tamu. Apabila tidak jeli, hanya akan mengakibatkan kesia-siaan dalam hal tenaga dan waktu untuk menawarkan jasa tersebut. Ada beberapa contoh yang membuktikan kejelian dan ketelitian dalam melihat potensi dari calon tamu, yaitu Pak Muryadi, tukang becak yang mangkal di daerah Prawirotaman. Beliau mengatakan bahwa sulit untuk mengajak turis asing yang berstatus sebagai pelajar untuk menggunakan jasa transportasi mereka. Hal ini dikarenakan para pelajar tersebut lebih memilih untuk berjalan kaki daripada menggunakan alat transportasi becak.

Faktor dari asal negara para turis asing ini juga memiliki makna tersendiri bagi para tukang becak. Beberapa tukang becak beranggapan, bahwa lebih gampang menawarkan jasa mereka kepada turis asing dari negara tertentu dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini juga berlaku juga dengan urusan tip atau komisi. Mereka beranggapan bahwa, turis asing dari negara tertentu, dirasakan lebih loyal kepada para tukang becak tersebut, dibandingkan dengan turis asing yang lainnya. Hal ini buktikan dari adanya teori mengenai orang dan kelompok dipengaruhi

oleh proses sosial dan budaya. Asumsi ini mengakui bahwa norma-norma social membatasai perilaku individu.

Contohnya ketika Roger bersiap untuk hari pertamanya ditempat kerja yang baru, ia memilih jas biru tua, kemeja *oxford* putih dan dasi berwarna merah tua dengan garis biru. Pakaian kesukaannya adalah celana jins dan kemeja flannel, tetapi dia memilih berpakaian yang dirasanya lebih pantas secara social dengan konteks kerjanya. Selain itu, budaya secara kuat memengaruhi perilaku dan sikap yang kita anggap penting dalam konsep diri. Di Amerika Serikat, orang yang melihat diri mereka sebagai orang yang asertif (tegas) adalah orang yang sering kali bangga pada atribut ini dan merefleksikannya dengan baik pada konsep diri mereka.

Dapat terjadi demikian karena Amerika Serikat adalah sebuah budaya yang individualis yang menghargai ketegasan dan keindividualitas. Pada banyak budaya Asia, kerja sama dan komunitas di hargai sangat tinggi dan kolektivitas lebih penting daripada individual. Jadi, orang Asia yang melihat dirinya sebagai orang yang asertif mungkin akan merasa malu dengan konsep diri semacam itu. Marry Roffers (2002) menyatakan bahwa tugas dikampus untuk membuat desain situs Web sangat sulit bagi seorang mahasiswa suku Hmong dikelasnya. Mahasiswa itu menjelaskan bahwa berbicara mengenai diri sendiri tidak di perbolehkan di dalam budayanya dan menempatkan informasi mengenai dirinya di dalam situs Web terasa tidak benar. (West&Turner, 2012:103-104)

Asumsi ini berasal dari para tukang becak tersebut memiliki makna khusus tentang turis asing yang berasal dari negara tertentu. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya asumsi yang mengakui bahwa norma-norma sosial membatasai perilaku individu. Arti terpenting komunikasi adalah bahwa seseorang memberikan tafsiran atas perilaku orang lain. Baik itu melalui sikap bicara maupun dari gestur tubuh, terhadap perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut.

Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain. Dengan adanya proses komunikasi tersebut, sikap serta tindakan dan perasaan suatu kelompok manusia atau perorangan dapat diketahui oleh kelompok lain atau orang lainnya. Hal itu kemudian merupakan bahan untuk menentukan reaksi selanjutnya apa yang akan dilakukan.

4. Makna Kehadiran Turis Asing bagi Tukang Becak

Kehadiran turis asing di Yogyakarta membawa berbagai macam makna bagi tukang becak. Hal ini disebabkan oleh banyak hal, diantaranya kurang menguasai bahasa asing dalam proses interaksi, penampilan dari turis asing tersebut, asal negara dari para turis asing tersebut dan ragam interaksi simbolik yang dihasilkan melalui kontak sosial oleh para turis asing dengan para tukang becak. Hal ini sudah dijelaskan di atas bahwa setidaknya tiga faktor tersebut dapat memengaruhi makna yang timbul dari kehadiran para turis asing tersebut bagi tukang becak. Tentunya juga tidak menutup kemungkinan sebab yang lain. Setidaknya, tiga faktor diatas adalah beberapa data yang di peroleh dan berhasil dikumpulkan peneliti di lapangan. Meninjau dari data tersebut, terlihat bahwa timbulnya makna kehadiran turis asing di Yogyakarta bagi tukang becak tidaklah sederhana.

Melewati berbagai macam proses. Namun pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa turis asing dapat membawa makna tersendiri bagi para tukang becak tersebut. Hal ini sama dengan teori mengenai individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain

Asumsi ini menyatakan bahwa kita membangun perasaan akan diri (*sense of self*) tidak selamanya melalui kontak dengan orang lain. Orang-orang tidak terlahir dengan konsep diri. Mereka belajar mengenai tentang dirinya melalui interaksi. Baik interaksi dengan

keluarga (sebagai pihak pertama bagi bayi) ataupun dengan orang lain setelah mereka cukup bertumbuh dan berkembang. Menurut teori interaksi simbolik, bayi tidak mempunyai perasaan mengenai dirinya sendiri sebagai individu. Selama tahun pertama kehidupannya, anak-anak mulai untuk membedakan dirinya dari alam sekitarnya. Ini merupakan perkembangan paling awal dari konsep diri. Teori interaksi simbolik menyatakan bahwa proses ini terus berlanjut melalui proses anak mempelajari bahasa dan kemampuan untuk memberikan respons kepada orang lain serta menginternalisasi umpan balik yang dia terima. Roger mempunyai perasaan akan diri sebagai hasil dari kontakannya dengan orang tua, guru, dan koleganya. Interaksi mereka dengan Roger memberitahukan kepada Roger siapa dirinya. (West&Turner, 2012:102)

Peneliti-peneliti awal mengenai keluarga seperti EdgarBurgess (1926) merefleksikan asumsi ini ketika mereka mendiskusikan mengenai pentingnya keluarga sebagai sebuah instansi untuk bersosialisasi. Selanjutnya, Burgess menyatakan bahwa anak dan orang tua mungkin berselisih paham mengenai konsep diri atau citra anak-anaknya. Alicia Cast (2003) mempelajari penggunaan kekuasaan pada pasangan yang sudah menikah dan hasil yang ia dapatkan mendukung asumsi teori interaksi simbolik ini. Ia menyatakan bahwa konteks social dan interaksi adalah suatu yang penting ketika menyelediki tentang diri. (West&Turner, 2012:102)

Secara umum, para tukang becak ini memaknai kehadiran turis asing ini sebagai sarana untuk memperoleh dan meningkatkan penghasilan. Dimana para tukang becak ini sudah tau secara pasti kapan saja penghasilan mereka akan bertambah. Dengan melihat waktu kedatangan para tamu turis asing ini. Apabila turis asing yang datang ke Yogyakarta, maka makna yang akan timbul adalah akan bertambahnya penghasilan dari si tukang becak tersebut. Di harapkan pada waktu tersebut, banyak turis asing yang akan memakai jasa tukang

becak tersebut. Secara garis besar, memang bertambahnya penghasilan adalah makna utama dari kehadiran para turis asing di Yogyakarta bagi tukang becak.

Tidak hanya mengenai bertambahnya penghasilan para tukang becak tersebut apabila adanya turis asing di kota Yogyakarta. Makna kehadiran turis asing di kota Yogyakarta juga mengenai bertambahnya pengetahuan para tukang becak tersebut tentang keadaan dunia. Maksudnya disini adalah, pengetahuan dari para tukang becak tersebut bertambah dari sisi karakter masing-masing orang berbeda tergantung darimana turis tersebut berasal, bagaimana cara berkomunikasi dengan turis asing bergantung pada darimana turis asing tersebut berasal, adanya pertukaran komunikasi budaya dengan pertemuan singkat tersebut dan lain sebagainya.

Para tukang becak tersebut juga memaknai kehadiran para turis asing tersebut sebagai salah satu sarana untuk memperdalam kemampuan dalam berbahasa asing. Banyak dari para tukang becak tersebut menganggap hadirnya para turis asing tersebut dapat menjadi sarana untuk belajar bahasa asing secara langsung. Juga para tukang becak tersebut memaknai kehadiran para tukang becak tersebut dengan adanya kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan orang asing yang berasal bukan dari negaranya. Ini menambah pengetahuan dan pengalaman mereka dalam hidup. Para tukang becak ini merasa, ada sedikit cerita yang dapat mereka ceritakan kepada anak-anak mereka untuk menambah pengetahuan.

Di sisi lain, ada hal yang kurang dari hal ini. Hal kurang tersebut dikarenakan tidak adanya koordinasi khusus mengenai mekanisme operasional tukang becak dan mekanisme pembagian order secara rata demi menaikkan penghasilan si tukang becak tersebut. Apabila dua hal tersebut di lakukan, maka secara otomatis profesi tukang becak sendiri akan masih eksis dan kehadirannya secara otomatis dibutuhkan oleh para turis asing tersebut.

Dengan hal diatas, dapat disimpulkan ada beberapa faktor yang memengaruhi makna turis asing bagi tukang becak sebagai salah satu pelaku industri pariwisata di Kota Yogyakarta. Hal tersebut meliputi kemampuan berbahasa bahasa asing, penampilan, asal negara, kelompok dan sendiri, serta makna kehadiran turis asing bagi tukang becak. Secara garis besar, makna hadirnya turis asing di kota Yogyakarta bagi tukang becak adalah sebagai media untuk menambahkan pundi-pundi penghasilan. Alasan dan sebab ini adalah factor utama dari muncul makna tersebut. Namun lebih kompleks apabila diartikan sebuah upaya untuk meningkatkan penghasilan dan menjaga citra ramah akan masa lalu dari kota Yogyakarta sendiri. Tidak hanya penghasilan yang dapat bertambah, dapat di lihat dari penjelasan diatas, bahwa hadirnya turis asing juga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman para tukang becak tersebut

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan munculnya berbagai makna bagi tukang becak akan kehadiran dari turis asing tersebut. Namun makna tersebut dapat menimbulkan berbagai persepsi bagi tukang becak sendiri dalam memberikan pelayanan jasa tersebut. Dalam hal ini, setidaknya ada tiga factor dasar penentu munculnya makna tersebut, yaitu bahasa, bentuk komunikasi dan waktu kunjungan turis asing tersebut ke kota Yogyakarta. Apabila ketiga aspek tersebut sudah di kuasai oleh para tukang becak tersebut, maka akan secara otomatis kegiatan operasional tersebut berjalan dengan lancar. Dapat dilihat bahwa kegiatan interaksi sosial itu memberikan dampak berkesinambungan terhadap tukang becak itu sendiri. Seperti, ketika *peak season* para individu yang menjadikan pekerjaan menyediakan layanan jasa becak sebagai pekerjaan sampingan, dengan giat melakukan kegiatan tersebut. Karena sudah bisa teramalkan berapa kira-kira pundi uang yang dapat dikumpulkan dari kegiatan itu.

Secara berkesinambungan juga, *peak season* tersebut menimbulkan makna bagi para tukang becak tersebut terhadap turis asing. Mekanisme

kegiatan operasional serta kegiatan interaksi social itu akan berjalan layaknya *peak season* sebelumnya. Walaupun akan ada perubahan, namun perubahan tersebut tidak akan signifikan. Dapat dikatakan perubahan tersebut hanya gimik saja. Secara garis besar, para tukang becak tersebut sudah dapat menguasai kegiatan interaksi sosial tersebut. Hal positive lainnya, juga akan memberikan *knowledge* tersendiri bagi para tukang becak tersebut bagaimana caranya agar dapat menambah pundi-pundi penghasilan. Dapat meningkatkan cara model “simpati dan empati”, menambah kemampuan berbahasa, meningkatkan mutu dari pelayanan berdasarkan pengalaman *peak season* sebelumnya.

B. Peran Interaksi Sosial antara Tukang Becak dan Turis Asing

Indonesia memiliki beragam keunikan yang dapat dijual sebagai salah satu asset untuk menambah penghasilan negara. Salah satu contohnya adalah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dimana kota Yogyakarta sendiri memiliki beragam keunikan dan sumber daya melimpah didalamnya. Kota Yogyakarta adalah satu-satunya kota yang masih dipimpin oleh seorang Raja. Kota Yogyakarta juga adalah kota yang berada di Indonesia dimana memiliki berjuta pariwisata. Dimana salah satu penghasilan utama warganya adalah dari hasil pariwisata. Dengan demikian banyak orang yang ingin mengunjungi kota Yogyakarta, baik wisatawan asing ataupun wisatawan domestik. Dengan kata lain, kota Yogyakarta adalah kota yang tepat untuk di jadikan sebagai wilayah atau tempat untuk menghilangkan penat dan berlibur. Hal ini menimbulkan motivasi tersendiri bagi para turis untuk datang ke Yogyakarta. Ketika para turis tersebut sudah datang ke Yogyakarta maka juga akan menimbulkan interaksi sosial tersendiri. Interaksi social yang terjadi antara para turis tersebut dan para tukang becak secara tidak langsung akan memengaruhi makna tersendiri bagi para tukang becak tersebut. Seperti yang telah diketahui tukang becak merupakan salah satu pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta.

Bagi para tukang becak tersebut, kehadiran para turis, baik turis asing ataupun turis domestik bukan hanya sebatas mengunjungi. Melainkan ada makna tersendiri bagi para tukang becak ini. Para tukang becak tersebut akan dengan senang hati untuk berinteraksi secara social dengan para turis tersebut dengan harapan dapat memenuhi kepentingan serta kebutuhan para turis tersebut juga untuk memenuhi pundi-pundi penghasilan yang mumpuni bagi kehidupan para tukang becak tersebut. Penghasilan tersebut digunakan untuk menunjang perekonomian dan keberlangsungan hidup para tukang becak tersebut. Tentunya para turis tidak akan hadir di kota Yogyakarta setiap hari. Akan ada musim-musim dan waktu tertentu dimana kehadiran para turis akan mencapai angka maksimal untuk memenuhi beberapa bagian di kota Yogyakarta. Dimana telah diketahui, hampir Sembilan puluh persen dari kota Yogyakarta memiliki kawasan wisatanya tersendiri. Dari bagian utara kota hingga bagian selatan kota, dari bagian barat kota hingga timur kota. Tentunya tidak semua bagian kota tersebut memiliki tukang becak. Hanya beberapa bagian kawasan wisata yang telah disebutkan diatas yang memiliki tukang becak.

Dari beberapa bentuk interaksi sosial yang terjadi antara tukang becak dan turis asing tersebut, membawa beberapa peran tersendiri. Peran ini dirasakan secara langsung ataupun tidak langsung oleh para tukang becak tersebut. Interaksi sosial yang terjadi antara para tukang becak dan para turis tersebut membawa peran seperti bentuk komunikasi pertama dan bentuk interaksi sosial yang di lakukan para tukang becak ketika bertemu para turis asing, intensitas pemberian balas jasa yang melebihi harga awal, dampak dari pelayanan yang diberikan, kemampuan bahasa asing yang harus dimiliki oleh para tukang becak hingga peran penting orang sekitar dalam profesi tukang becak seperti keluarga dan persatuan tukang becak (Paguyuban) bagi tukang becak. Berikut penjelasan dari beberapa data yang telah berhasil di peroleh dan di kumpulkan terkait dengan teori peran interaksi sosial :

1. Tidak adanya koordinasi antara para tukang becak dengan beberapa para pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta

Indonesia memiliki beragam keunikan yang dapat dijual sebagai salah satu asset untuk menambah penghasilan negara. Salah satu contohnya adalah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dimana kota Yogyakarta sendiri memiliki beragam keunikan dan sumber daya melimpah didalamnya. Kota Yogyakarta adalah satu-satunya kota yang masih di pimpin oleh seorang Raja. Kota Yogyakarta juga adalah kota yang berada di Indonesia dimana memiliki berjuta pariwisata. Dimana salah satu penghasilan utama warganya adalah dari hasil pariwisata. Dengan demikian banyak orang yang ingin mengunjungi kota Yogyakarta, baik wisatawan asing ataupun wisatawan domestik. Dengan kata lain, kota Yogyakarta adalah kota yang tepat untuk di jadikan sebagai wilayah atau tempat untuk menghilangkan penat dan berlibur. Hal ini menimbulkan motivasi tersendiri bagi para turis untuk datang ke Yogyakarta. Ketika para turis tersebut sudah datang ke Yogyakarta maka juga akan menimbulkan interaksi sosial tersendiri. Interaksi social yang terjadi antara para turis tersebut dan para tukang becak secara tidak langsung akan memengaruhi makna tersendiri bagi para tukang becak tersebut. Seperti yang telah diketahui tukang becak merupakan salah satu pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta.

Bagi para tukang becak tersebut, kehadiran para turis, baik turis asing ataupun turis domestik bukan hanya sebatas mengunjungi. Melainkan ada makna tersendiri bagi para tukang becak ini. Para tukang becak tersebut akan dengan senang hati untuk berinteraksi secara social dengan para turis tersebut dengan harapan dapat memenuhi kepentingan serta kebutuhan para turis tersebut juga untuk memenuhi pundi-pundi penghasilan yang mumpuni bagi kehidupan para tukang

becak tersebut. Penghasilan tersebut digunakan untuk menunjang perekonomian dan keberlangsungan hidup para tukang becak tersebut. Tentunya para turis tidak akan hadir di kota Yogyakarta setiap hari. Akan ada musim-musim dan waktu tertentu dimana kehadiran para turis akan mencapai angka maksimal untuk memenuhi beberapa bagian di kota Yogyakarta. Dimana telah diketahui, hampir Sembilan puluh persen dari kota Yogyakarta memiliki kawasan wisatanya tersendiri. Dari bagian utara kota hingga bagian selatan kota, dari bagian barat kota hingga timur kota. Tentunya tidak semua bagian kota tersebut memiliki tukang becak. Hanya beberapa bagian kawasan wisata yang telah disebutkan diatas yang memiliki tukang becak.

Terdapat teori mengenai manajemen makna terkoordinasi berdasarkan penelitian W. Barnett Pearce dan Vernon Cronen juga terdiri dari beberapa pokok bahasan yaitu, asumsi-asumsi manajemen makna terkoordinasi, hierarki dari makna yang terorganisasi, isi, tindak tutur, episode, hubungan, naskah kehidupan, pola budaya, koordinasi makna : mengartikan urutan, pengaruh terhadap koordinasi, aturan dan pola yang berulang yang tidak diinginkan, serta rangkaian seimbang dan rangkaian tidak seimbang. Sekilas mengenai teori simbolik, orang bergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam Bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas. (West&Turner, 2012:98)

Asumsi-asumsi manajemen makna terkoordinasi pada bagian ini, teori manajemen makna terkoordinasi berfokus pada diri dan hubungannya dengan orang lain. Teori ini penting karena berfokus pada hubungan antara individual dengan masyarakatnya (Philipsen, 1995).

Secara umum, manusia dapat menciptakan dan menginterpretasikan makna. Selain itu, muncul juga beberapa asumsi, diantaranya :

- Manusia hidup dalam komunikasi
- Manusia saling menciptakan realitas sosial
- Transaksi informasi tergantung kepada makna pribadi dan interpersonal

Asumsi pertama dari teori manajemen makna terkoordinasi merupakan pentingnya komunikasi. Yaitu manusia hidup dalam komunikasi. Sekilas, premis ini memberikan pernyataan yang sedikit aneh mengenai komunikasi. Fakta bahwa manusia mendiami proses komunikasi. Akan tetapi, Pearce (1989) “berpendapat bahwa komunikasi adalah dan akan selalu menjadi lebih penting bagi manusia dari yang seharusnya” (hal 3). Asumsi kedua dari teori manajemen makna terkoordinasi adalah bahwa manusia saling menciptakan realitas sosial. Walaupun kita telah sedikit membahas hal ini sebelumnya, asumsi ini layak untuk di telusuri lebih jauh.

Apa yang disebutkan oleh teori diatas sama dengan data yang menyebutkan para pemandu wisata tersebut sudah melakukan sesuatu yang kurang tepat bahkan tidak benar. Tidak adanya komunikasi dan koordinasi disini. Apabila para pemandu wisata tersebut ingin menghadirkan beberapa pelayanan yang prima, seharusnya para pemandu wisata tersebut tidak melupakan tukang becak adalah sebuah penarik wisata sendiri yang cukup berkompeten memberikan *feedback* besar pada industri pariwisata Yogyakarta. Seperti yang telah di ketahui, konsep liburan bagia setiap orang adalah sama. Yaitu ingin bersantai, menghilangkan penat sejenak dari kegiatan rutin yang sering di lakukan. Itu adalah inti dari motivasi seseorang ingin pergi berlibur. Walaupun tidak menutup kemungkinan adanya alasan lain yang menjadi motivasi tersendiri

bagi para turis asing ataupun turis domestic untuk datang berkunjung ke sebuah tempat. Dimana kegiatan itu di lakukan untuk berlibur.

Melihat motivasi diatas, becak merupakan salah satu fasilitas para turis asing tersebut mendapatkan momen untuk bersantai. Dimana seperti yang telah di ketahui, becak di kayuh menggunakan tenaga manusia bukan mesin. Kecepatan yang di dapatkan tidak secepat menggunakan mesin. Apabila turis asing tersebut menggunakan taksi, bus dan lain-lain. Sembari menumpang becak, para turis asing tersebut dapat melihat dan mengamatai kota Yogyakarta dengan santai. Dapat lebih menikmati apa yang sedang di lalui dan memperhatikan lebih detail akan keindahan kota Yogyakarta. Tanpa harus ada sesuatu yang terlewat karna laju kecepatan kendaraan yang sedang di tumpangi. Dengan becak juga para turis asing tersebut dapat dengan santai mendapatkan moment yang diinginkan selama berada di kota Yogyakarta. Hal tersebut, akan memberikan *feedback* yang cukup besar apabila disadri ole para pemandu wisata jika menyadari potensi kehadiran tukang becak untuk industri wisata.

Sedangkan yang terjadi di lapangan tentulah berbeda. Para pemandu wisata dan tukang becak tidak memiliki koordiansi khusus dimana itu telah disepakati kedua belah pihak. Tidak adanya mekanisme operasional becak yang telah di sepakati. Sehingga hal ini menyebabkan kerusakan tersendiri bagi system operasional tukang becak. Korodinasi tersebut dapat meliputi tentang bagaimana tukang becak dapat mendapatkan order, apabila ada tamu turis asing rombongan dari suatu negara dan dibantu oleh pemandu wisata, tukang becak dapat dikoordinasikan seperti apa, bagaimana tukang becak dapat mendapatkan order yang berkesinambungan, bagaimana agar tukang becak sendiri tetap memiliki keeksistensian sendiri walau jaman sudah berubah dan sebagainya. Hal tersebut

setidaknya sudah di korodinasikan sebelumnya antara kedua belah pihak .

Hal ini dirasa perlu untuk menjaga keeksistensian tukang becak sendiri. Sedangkan pemandu wisata sendiri tidak melakukan suatu hal atau beberapa hal demi membantu menjaga keeksistensian tukang becak sendiri. Banyak pemandu wisata yang sudah mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan media daring. Pada akhirnya hal ini merugikan para tukang becak secara sepihak. Tidak hanya sebata itu, para pemandu wisata ini juga menjadikan hal ini kesempatan tersendiri. Guna menambah keuntungan pribadi. Ada beberapa cara yang dilakukan para pemandu wisata ini. Banyak diantara mereka seperti secara sengaja untuk meniadakan tukang becak dalam kegiatan wisata yang mereka lakukan. Mereka menganggap, bahwa turis asing mudah untuk di berikan informasi yang salah. Dan dengan sendirinya para turis asing tersebut akan memiliki pola pikir bahwa sudah tidak ada tukang becak di kota Yogyakarta ini. Termasuk mengenai informasi soal harga dalam menggunakan jasa tukang becak.

Seperti yang telah diketahui sebelumnya bahwa harga adalah topik yang sangat penting bagi tukang becak. Hal tersebut merupakan sumber penghasilan mereka dalam profesi. Dengan harapan, pulang ke rumah dengan membawa uang dan dapat menghidupi keluarga mereka. Namun, hal ini menjadi sangat berbeda di karenakan banyak hal. Kurangnya pengetahuan tentang turis asing, ketidak mampuan dalam berbahasa asing, memiliki latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni dan lain sebagainya. Merupakan beberapa hal yang berhasil membuat situasi semakin parah.

Apa yang dilakukan oleh para pemandu wisata, dalam hal ini adalah memberikan gambaran tarif atau harga bagi para turis asing dalam menggunakan transportasi becak tidaklah salah. Tetapi, bagi para tukang becak menjadi salah satu penyebab berkurangnya tambahan pemasukan mereka. Seperti yang telah disampaikan diatas, para tukang becak tersebut sulit untuk menentukan tarif. Dikarenakan tidak mengetahui informasi yang pasti dan spesifik yang telah diberikan pemandu wisata itu kepada turis asing. Hal ini tidak selamanya menjadi penghalang bagi tukang becak untuk meraup tambahan pundi-pundi penghasilan. Dikarenakan rata-rata dari para tukang becak tersebut telah memiliki metode khusus untuk menanggulangi masalah tersebut. Mereka menggunakan simpati untuk menarik perhatian dari wisatawan asing yang menggunakan alat transportasi mereka.

Tidak adanya koroordinasi khusus antara pemandu wisata dan para tukang becak tersebut, memaksa para tukang becak untuk memiliki solusi lainnya. Dari data diatas, dapat dilihat bahwa para tukang becak mencari solusi lain untuk mendapatkan tamu turis asing agar jasa mereka dapat terjual. Setelah mendapatkan tamu turis asing, mereka berusaha untuk menjadikan tamu turis asing tersebut menjadi pelanggan tetap dari jasa mereka. Tidak jarang juga para tukang becak tersebut mempelajari hal-hal yang dapat membantu usaha mereka. Seperti mereka mengasah kemampuan bahasa asing, berusaha memberikan pelayanan tingkat prima dan lain sebagainya. Juga tidak sedikit dari mereka yang menggunakan nilai kemanusiaan untuk menarik hati dari para turis asing tersebut.

Para tukang becak tersebut merasa bahwa para pemandu wisata tidak pernah memperhatikan mereka. Jangankan memperhatikan secara detail dengan memenuhi kantong para tukang becak dengan memberikan order. Bahkan hal terburuknya, para

pemandu wisata tersebut terlihat seperti menganggap bahwa tukang becak sudah ‘punah’. Ini mengakibatkan para pemandu wisata tersebut tidak mengajak para tukang becak untuk berkoordinasi mengenai mekanisme operasional tukang becak tersebut. Data diatas menjadi bukti konkrit bahwa memang tidak adanya koordinasi khusus antara para tukang becak dan para pemandu wisata tersebut. Tidak diketahui secara pasti apa hal yang mengakibatkan itu terjadi. Keuntungan pribadi tetap menjadi dasar hal tersebut dapat terjadi. Dimana pada akhirnya para tukang becak tersebut memiliki inisiatif sendiri untuk mengatasi kondisi yang terjadi. Terlepas inisiatif dan solusi itu benar atau tidak. Dianggap sah atau tidak.

Hal yang dilakukan oleh para tukang becak tersebut merupakan sebuah gambaran contoh dari berlangsungnya sebuah proses interaksi yang didasari oleh faktor simpati. Terlepas dari apakah tindakan tersebut dapat dibenarkan atau tidak, sebenarnya, proses ini dapat diminimalisasikan dengan adanya *pattern* khusus dan jelas mengenai kegiatan operasional becak di kawasan Yogyakarta. Para pelaku industry pariwisata di Yogya sendiri, di rasa dapat menimbulkan kesan kota Yogyakarta yang ramah akan masa lalu namun tetap bisa beradaptasi dengan kemajuan jaman.

Proses itu sendiri tidak akan terjadi tanpa adanya kontak sosial serta adanya komunikasi dari kedua belah pihak. Dapat dilihat sebenarnya, hal ini dapat terjadi dikarenakan tidak adanya kerjasama dan koordinasi khusus mengenai pelaku industri lainnya dengan tukang becak.

2. Bentuk Komunikasi Pertama dan Bentuk Interaksi Sosial yang Dilakukan para Tukang Becak ketika Bertemu para Turis Asing

Bentuk komunikasi yang dilakukan masing-masing pribadi adalah hal yang berbeda. Di pengaruhi oleh banyak faktor, seperti kegiatan yang sedang di lakukan, topik pembicaraan yang sedang di bicarakan, faktor lingkungan, faktor usia dari masing-masing pribadi yang tergabung dalam interaksi tersebut, dan lain sebagainya. Dalam dunia pariwisata tentunya hal tersebut sudah menjadi suatu hal pokok. Seperti yang telah di ketahui, komunikasi adalah kebutuhan dasar manusia agar bisa berinteraksi dengan sesama. Komunikasi juga membantu manusia untuk mengatur kehidupan yang sedang di jalani. Mengatur bagaimana caranya hidup berdampingan dan bersama. Komunikasi membantu manusia untuk mendapatkan arti dari suatu bahasa dan membantu manusia untuk mendapatkan arti dari interaksi sosial yang sedang terjadi dalam suatu kegiatan. Komunikasi bukan hal asing. Karena setiap manusia melakukan hal tersebut, setiap hari bahkan hampir setiap saat. Merupakan kegiatan yang sederhana tapi memiliki banyak manfaat yang bisa dirasakan oleh manusia.

Dalam dunia pariwisata, komunikasi menjadi hal dasar yang membantu kegiatan pariwisata berjalan dengan baik. Komunikasi merupakan kemampuan dasar yang harus di miliki oleh beberapa pihak yang turut serta dalam kegiatan pariwisata itu sendiri. Bahkan semua pihak yang menjadi jajaran pengurus dan pelengkap dalam industri pariwisata harus mampu berkomunikasi dengan baik. Tidak hanya secara komunikasi intrapersonal, namun juga harus mampu melakukan komunikasi secara interpersonal. Kemampuan lain yang harus dimiliki oleh para pihak yang terlibat dalam industri pariwisata adalah kemampuan untuk berbahasa asing. Para pelaku industri pariwisata dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi dikarenakan komunikasi adalah hal dasar yang dibutuhkan dalam setiap tindakan yang akan di lakukan apabila sedang terlibat dalam sebuah kegiatan.

Industri pariwisata menjual daya tarik suatu wisata sendiri untuk mendatangkan banyak pengunjung. Promosi itu dapat dilakukan dengan banyak cara. Di era dunia digital, hampir semua bentuk promosi di lakukan melalui portal komunikasi secara online. Hal ini tidak menutup kemungkinan portal komunikasi *offline* sudah tidak digunakan. Masih digunakan namun, sebagian besar sudah secara online. Tidak hanya sampai disitu saja. Bahwa pelaku di dalamnya juga tidak kalah penting. Semua pribadi yang sudah masuk dan menjadi jajaran pendukung industri pariwisata secara tidak langsung di tuntut untuk memiliki komunikasi yang lancar dan mumpuni. Semua hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membuat industri pariwisata dapat menarik lebih banyak pengunjung lagi. Juga di harapkan dapat memberikan keuntungan lebih bahkan bisa mempertahankan *revenue* yang sudah ada.

Untuk hal ini, secara garis besar masing-masing dari para tukang becak tersebut melakukan bentuk komunikasi yang hampir sama. Pertama kali para tukang becak tersebut akan melihat seberapa besar potensi para turis asing tersebut akan menggunakan pelayanan jasa tersebut. Kemudian para tukang becak tersebut akan menyapa. Setelah itu barulah diadakannya kegiatan interaksi social yang lebih kompleks, seperti penyebutan tujuan dan tawar menawar harga.

Secara garis besar, data yang berhasil di peroleh dan dikumpulkan seperti diatas membahas mengenai bagaimana tukang becak menyapa para turis asing tersebut. Para tukang becak tersebut menyapa lebih dulu para turis asing tersebut. Lalu menawarkan jasa becak tersebut pada para turis asing tersebut. Dasar komunikasi yang digunakan disini adalah menyapa. Seperti yang telah di ketahui, bahwa sapa adalah komunikasi dasar setiap manusia ketika ia harus melakukan interkasi sosial dengan manusia lainnya. Ada beragam cara dan bahasa sapaan itu untuk di lakukan. Setiap daerah, kota bahkan negara memiliki bentuk sapaan yang berbeda. Dari bagaimana cara mereka menyapa,

kalimat apa yang harus diucapkan, bagaimana posisi raut dan ekspresi wajah seharusnya ketika menyapa.

Fenomena ini sesuai dengan teori dari manajemen makna terkoordinasi, khususnya mengenai asumsi-asumsi manajemen makna terkoordinasi. Kepercayaan orang-orang saling menciptakan realitas sosial mereka dalam percakapan tersebut disebut sebagai konstruksionisme sosial (*social constructionism*). Sedangkan realitas sosial merujuk pada pandangan seseorang mengenai bagaimana makna dan tindakan sesuai dengan interaksi interpersonalnya. Ketika dua orang terlibat dalam pembicaraan, masing-masing telah memilih banyak sekali pengalaman bercakap-cakap dimasa lalu dari realitas-realitas sosial sebelumnya. Percakapan yang kini terjadi, akan memunculkan realitas baru karena dua orang datang dengan sudut pandang yang berbeda. Melalui cara inilah dua orang menciptakan realitas sosial yang baru. (West&Turner, 2012:115-117)

Asumsi ketiga yang ada dalam teori manajemen makna terkoordinasi ini adalah hal yang berkaitan dengan cara seseorang untuk mengendalikan sebuah percakapan. Sebagaimana transaksi informasi tergantung pada makna pribadi dan interpersonal. Hal ini sama sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Donald Cushman dan Gordon Whiting (1972). Makna pribadi (*personal meaning*) didefinisikan sebagai makna pribadi yang dicapai ketika seseorang berinteraksi dengan yang lain sambil membawa pengalamannya yang unik ke dalam interaksi. Cushman dan Whiting berpendapat bahwa makna pribadi didapatkan dari pengalaman-pengalaman orang yang dialami bersama, walaupun begitu “sangat tidak mungkin bahwa kedua individu ini akan menginterpretasikan pengalaman yang sama dengan cara yang sama... dan juga sama tidak mungkinnya bahwa mereka akan memilih pola simbolik yang sama untuk merepresentasikan pengalaman tersebut” (hal 220). Makna pribadi membantu orang-orang menemukan

informasi tentang diri kita sendiri, melainkan juga membantu kita dalam penemuan kita mengenai orang lain. (West&Turner, 2012:117)

Makna interpersonal (*interpersonal meaning*) adalah hasil yang muncul ketika dua orang sepakat akan interpretasi satu sama lain mengenai sebuah interaksi. Cushman dan Whiting (1972) berpendapat makna interpersonal dapat dipahami dalam berbagai macam konteks, termasuk keluarga, kelompok kecil dan organisasi. Mereka melihat bahwa makna interpersonal saling diciptakan oleh para partisipan. Mencapai makna interpersonal mungkin akan memakan waktu, karena hubungan bersifat kompleks dan dihadapkan pada berbagai isu komunikasi. (West&Turner, 2012:117). Pada dasarnya ketiga asumsi ini membentuk suatu latar belakang yang berguna untuk mendiskusikan teori manajemen makna terkoordinasi. Sebagaimana telah dindikasikan oleh ketiga asumsi ini sebelumnya, teori manajemen makna terkoordinasi ini berdasarkan pada konsep komunikasi, realitas sosial dan makna.

Kota Yogyakarta sendiri sudah terkenal sebagai kota ramah di Indonesia. Kota yang sangat menjunjung nilai kearifan lokal menjadikannya kota yang menjadi tujuan utama dari para turis asing. Terlihat dari data diatas, para tukang becak tersebut memang tidak memiliki banyak pembendaharaan kata atau cara yang lain untuk menyapa. Dengan kata lain, bentuk sapaan yang ada tidaklah beraneka ragam. Hanya itu itu saja bahkan cenderung sama. Hal ini dapat terjadi dikarenakan para tukang becak tersebut tidak memiliki kemampuan berbahasa asing yang mumpuni. Mereka melakukan itu berdasarkan beberapa pengalaman yang pernah terjadi. Hingga pada akhirnya para tukang becak tersebut memiliki *pattern* tersendiri dalam hal sapaan. Terlihat dari hasil pengamatan dan observasi yang di lakukan oleh peneliti, kondisi yang dimiliki para tukang becak tersebut tidak sepenuhnya mengganggu para turis asing yang berinteraksi dengan mereka.

Hal ini terjadi dikarenakan setiap para turis asing yang berkunjung ke kota Yogyakarta sudah mempersiapkan secara maksimal untuk mengatasi beberapa peristiwa seperti *miscommunication* akibat lemahnya kemampuan berbahasa para tukang becak dan masalah lainnya. Dari sisi para tukang becak tersebut, tidak serta merta mereka menerima kondisi itu dengan tanpa adanya usaha untuk membuat kondisi itu menjadi lebih baik. Banyak dari para tukang becak tersebut belajar untuk menambah kemampuan berbahasa asing yang mereka miliki. Tanpa segan banyak dari mereka belajar dari teman yang lebih baik, atau belajar secara langsung dengan berani mempratikkan latihan tersebut ketika mereka sedang membawa tamu turis asing.

Terlihat dari data wawancara yang berhasil di kumpulkan dan di peroleh dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para tukang becak tersebut rata-rata sama. Secara garis besar menawarkan jasa itu terlebih dahulu. Apabila sudah setuju untuk menggunakan jasa tersebut, baru akan bertanya mengenai tempat tujuan dari para turis tersebut. Keinginan utama dari para tukang becak tersebut adalah agar para turis tersebut menggunakan jasa layanan tersebut. Itu adalah hal pertama yang harus dicapai dari kegiatan interaksi social tersebut. Terdapat juga beberapa dari tukang becak yang murni tujuan utamanya adalah mengenalkan kepada turis khususnya bule tentang keramahan kota Yogyakarta akan transportasi yang memiliki nilai khas dari Indonesia. Terbukti dari salah satu kutipan hasil wawancara diatas bahwa terdapat beberapa tukang becak yang tujuan utamanya adalah untuk berinteraksi sosial kepada para wisatawan dengan memiliki misi tertentu yaitu bercerita tentang eksistensi becak pada zaman sebelum teknologi ini berkembang, tujuan dasarnya adalah agar para wisatawan memliki wawasan tentang perubahan transportasi dari masa ke masa, disamping itu juga terselip harapan para wisatawan mengembalikan budaya yang pernah ada khususnya di Yogyakarta, yaitu menjadi kan becak sebagai icon wisata di kota ini.

Tentunya dengan kegiatan interaksi sosial tersebut dapat memengaruhi makna yang diterima para tukang becak tersebut. Apabila penawaran tersebut tidak disetujui oleh para turis tersebut, maka akan muncul berbagai makna bagi para tukang becak tersebut. Tentunya makna tersebut akan tergantung pada bagaimana penampilan para turis tersebut, berasal dari negara mana para turis tersebut, pekerjaan dan latar belakang dari para turis tersebut. Selain bentuk sapaan terhadap para turis, juga termasuk setelahnya adalah beberapa interaksi social lainnya. Seperti menanyakan tempat tujuan dari para turis tersebut.

Para tukang becak tersebut akan menanyakan tempat tujuan dari para turis tersebut. Setelahnya, akan memulai interaksi lainnya yaitu tawar menawar harga. Dari data diatas, menanyakan tempat tujuan adalah salah satu kegiatan interaksi sosial yang wajib di lakukan. Ini dilakukan demi meminimalisir kesalahpahaman yang terjadi diantara para turis dan para tukang becak tersebut.

3. Intensitas Pemberian Balas Jasa yang Melebihi Harga Awal

Memberikan balas jasa sebagai tanda terima kasih sering dilakukan oleh beberapa orang, terutama dalam kegiatan yang melibatkan jual beli atau penggunaan jasa. Banyak motivasi yang mendasari dari pemberian balas jasa lebih dari harga awal. Diantaranya, merasa iba, simpati, empati, *service excellent* yang dirasa bagus, dan memberikan kemudahan lainnya, seperti membantu mendapatkan rute terbaik apabila sedang menggunakan salah satu moda transportasi. Tidak jarang juga pemberian balas jasa tersebut di dasarkan karena tamu atau konsumen merasa dapat berkomunikasi kepada pengemudi atau orang menjual jasa dan barang itu dengan baik. Sehingga tamu atau konsumen tersebut puas terhadap hasil komunikasi yang sudah berlangsung. Banyak dari tamu dan konsumen tersebut merasa dapat mendapatkan apa yang diinginkan dengan hasil terbaik dan hal tersebut di sebabkan oleh tingkat komunikasi yang baik antara tamu atau konsumen tersebut

dengan pengemudi atau orang yang memberikan pelayanan dan menjual barang tersebut.

Sebenarnya fenomena pemberian balas jasa melebihi harga awal sudah ada dari sejak lama. Kegiatan ini tidak serta merta lepas atau menghilang begitu saja dari kehidupan manusia walaupun jaman sudah jauh berubah. Hanya saja intensitas kegiatan itu di lakukan tidak terlalu sering seperti dulu kala. Dikarenakan manusia dewasa ini sudah mulai memahami beberapa hal penyebab dan alasan yang mendasari dari kegiatan memberikan balas jasa yang melebihi harga awal tersebut. Kebanyakan tindakan ini di salah artikan dan hanya di dimanfaatkan oleh beberapa pihak. Cenderung untuk disalah artikan dan hanya di manfaatkan secara sepihak dengan cara yang salah bahkan cenderung buruk. Maka dari itu, dengan alasan ini, manusia dewasa ini jauh lebih berhati-hati apabila ingin memberikan dan melakukan tindakan ini. Tidak dapat menutup mata, tindakan ini juga dapat di jadikan kesempatan khusus serta penuh manfaat bagi pihak yang mengartikan tindakan ini sebagai sebuah arti yang salah.

Ada beberapa alasan yang menjadi penyebab dari keinginan seseorang untuk memberikan balas jasa yang melebihi harga awal. Hampir diseluruh aspek kehidupan manusia, ini terjadi. Banyak pribadi yang menggunakan jasa, terutama jasa transportasi memiliki keinginan untuk menghargai dengan memberikan balas jasa lebih dari harga normalnya. Indonesia sendiri menjadi negara yang memiliki budaya menghargai orang lain cukup tinggi. Dikarenakan Indonesia di bangun dari beberapa budaya yang berasal dari Dari beberapa kegiatan yang telah berlangsung, tidak pernah menutup kemungkinan untuk para tukang becak tersebut mendapatkan uang tambahan melebihi harga awal yang diberikan. Banyak factor yang menjadi sebab dari terjadinya peristiwa ini. Ada tukang becak yang bisa menarik simpati dan empati dari para turis asing tersebut, ada juga yang di anggap sudah melakukan *service excellent* menurut para turis asing.

Fenomena dari data ini didukung erat oleh teori manajemen makna terkoordinasi pada bagian hierarki dari makna yang terkoordinasi. Menurut para teoritikus dari teori manajemen makna terkoordinasi, manusia akan mengorganisasikan makna dengan cara yang berbentuk hierarki. Menyatakan bahwa orang mengorganisasikan makna berarti mengatakan bahwa mereka sanggup menentukan penekanan yang diberikan pada pesan tertentu. Hierarki ini digambarkan pada gambar 1.3. Para teoritikus dari teori manajemen makna terkoordinasi mengemukakan setidaknya ada enam level makna, yaitu isi, tindak tutur, episode, hubungan, naskah kehidupan dan pola budaya. (West&Turner, 2012:119). Diharapkan dari teori ini bahwa pembaca dapat memahami mulai dari level-level yang paling rendah. Dimaksudkan bahwa setiap tipe berakar pada tipe yang lain. Dalam hal ini, pola keenam sangat mendukung secara khusus akan fenomena memberikan balas jasa melebihi harga awal, yaitu pola budaya. Merupakan pola terakhir dari hierarki makna terkoordinasi. **Pola budaya** adalah gambaran tentang dunia dan bagaimana hubungan seseorang dengan hal tersebut.

Ketika mendiskusikan pola pola budaya, Pearce dan Cronen (1980) menyatakan bahwa manusia mengidentifikasi diri mereka dengan kelompok tertentu dalam kebudayaan tertentu. Lebih jauh lagi, tiap dari kita berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat kita. Nilai-nilai ini berkaitan dengan jenis kelamin, ras, kelas dan identitas religious. (West&Turner, 2012:121). **Individualism** adalah memprioritaskan kebutuhan atau nilai pribadi di atas kebutuhan atau nilai kelompok (identitas kelakuan). Sedangkan **kolektivisme** adalah tindakan yang memprioritaskan kebutuhan atau nilai kelompok diatas kebutuhan atau nilai individu (identitas kekitaan).

Fenomena memberikan balas jasa melebihi harga awal kepada para tukang becak bukanlah suatu fenomena baru. Tidak melulu dilakukan oleh para turis asing, namun juga oleh para turis domestik. Hal ini

dilatarbelakangi oleh adanya pola budaya tertentu. Fenomena ini tidak menjadi suatu budaya yang pasti dan wajib bagi beberapa negara bahkan semua negara di dunia. Namun, ini merupakan tingkat kesopanan seseorang akan orang lain dimana budaya itu adalah budaya yang pasti dimiliki oleh semua negara. Walaupun cara pengimplementasiannya berbeda-beda. Namun memiliki inti yang sama, yaitu demi menghargai dan bertingkah sopan terhadap orang lain yang sudah membantu, maka akan melakukan sesuatu yang manis dan berguna.

Dari data diatas dapat dilihat, bahwa ada penghasilan lain yang dapat di peroleh para tukang becak. Salah satunya dari tip atau uang *for you* diluar tidak beserta harga awal. Banyak factor yang mendasari terjadinya peristiwa ini, hanya saja ini tidak sering terjadi. Pada akhirnya, kegiatan ini memengaruhi makna tersendiri bagi para tukang becak dalam berinteraksi secara social dengan para turis tersebut. Banyak para tukang becak yang bisa mengkategorisasikan para turis asing dengan sifat loyal dan ramah. Berdasarkan makna tersebut, secara tidak langsung membuat para tukang becak ini sudah memiliki pendapat tersendiri tentang para turis yang akan menggunakan jasa mereka. Contoh, para turis asing yang berasal dari Belanda terkenal sering memberikan uang tip, maka para tukang becak secara tidak langsung akan senang melayani turis-turis asing dari Belanda. Hal ini juga menjadi factor yang memengaruhi makna interaksi social yang terjadi antara para tukang becak dan para turis tersebut. Karna pada dasarnya, manusia akan merasakan perasaan yang berbeda apabila mendapatkan kebaikan dari orang lain.

4. **Mindset Turis Asing dapat Berbahasa Inggris**

Indonesia adalah negara yang menjadikan bahasa Indonesia adalah sebagai bahasa Ibu sebagai bahasa pokok yang digunakan untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Sama seperti negara

lainnya, Indonesia menjadikan bahasa Inggris sebagai bahasa wajib yang harus di kuasai oleh penduduknya. Hal ini dilakukan dikarenakan Indonesia memiliki asset yang banyak untuk di kenalkan pada dunia. Salah satunya dari sektor pariwisata. Dunia mengakui bahwa Indonesia adalah negara yang indah dimana Indonesia memiliki banyak wisata yang menarik. Hal ini menyebabkan banyak para wisatawan tertarik untuk datang ke Indonesia. Tidak banyak juga yang datang ke Indonesia bukan hanya sebatas liburan, melepaskan penat namun juga sebaga salah satu usaha untuk menyelesaikan tanggung jawab. Maksud disini adalah menjadikan Indonesia sebaga tempat penelitian.

Untuk menghadapi fenomena ini, Indonesia memiliki PR untuk menyediakan penduduk-penduduk bahkan pribumi dari Indonesia memiliki kemampun yang mumpuni dari sisi bahasa. Seperti yang telah diketahui, bahasa di semua negara berbeda. Ada negara yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa Ibu namun juga ada yang menggunakan bahasa asal sebagai bahasa ibu mereka. Sebelum berbicara secara luas dan kompleks, di Indonesia sendiri memilki bahasa yang berbeda-beda. Dimana Indonesia adalah negara kepulauan dimana adat yang sangat heterogen. Memiliki tingkat kearifan lokal yang tinggi. Membuat Indonesia memiliki keragaman bahasa yang kompleks.

Bahasa merupakan alat utama untuk berkomunikasi. Masing masing negara memiliki bahasa ibunya sendiri. Seperti Indonesia yang menjadikan bahasa Indonesia sebagai bahasa ibu untuk memantu memperlancar kegiatan sehari-hari. Hal ini juga sesuai dengan keberadaan turis asing di kota Yogyakarta. Tidak semua turis asing yang hadir di Yogyakarta adalah turis yang berasal dari Inggris dan Amerika. Dimana, sebagian besar turis dari negara tersebut mahir berbahasa Inggris. Ada juga beberapa turis asing yang hadir di kota Yogyakarta namun hanya bisa berbahasa Inggris secara dasar saja. Tidak fasih dalam berbahasa Inggris.

Hal ini timbul dikarenakan sektor pariwisata Kota Yogyakarta adalah salah satu sektor pariwisata yang sangat digemari oleh para turis asing. Mereka merasa banyak hal yang dapat di eksplor dari kota Yogyakarta. Secara alam, kota Yogyakarta memiliki berbagai macam pariwisata menarik. Hal yang sama juga terjadi dengan sekor budaya dan kehidupan masyarakatnya. Kemampuan berbahasa inggris masyarakat kota Yogyakarta tidak setinggi kemampuan berbahasa Inggris masyarakat Bali. Tidak semua warga kota Yogyakarta menguasai bahasa Inggris. Dikarenakan, hanya ditempat-tempat tertentu dapat di temukannya warga yang menguasai bahasa Inggris, seperti Kotagede, Maliobor, Keraton, dan lain sebagainya.

Apabila di bandingkan oleh Bali, maka kota Yogyakarta berada tepat di bawahnya dalam hal penguasaan bahasa inggris bagi masyarakatnya. Bali merupakan kawasan keajaiban alam yang dimiliki Indonesia. Warga kota Yogyakarta beranggapan kemampuan untuk menguasai bahasa asing adalah suatu hal yang tidak wajib. Hal ini dikarenakan, banyak warga kota Yogyakarta masih memiliki anggapan bahwa jika bertemu dengan turis asing dapat menggunakan bahasa isyarat. Tidak harus menguasai bahasa inggris tersebut. Anggapan bahwa tidak semua turis asing terutama turis asing kulit putih dapat berbahasa inggris, adalah tidak mutlak. Anggapan tersebut hanya berlaku bagi sebagian warga kota Yogyakarta.

Hal ini membawa sebuah fenomena tersendiri, terutama bagi para pelaku industri pariwisata di kota Yogyakarta. Banyak para pelaku industri pariwisata tersebut merasa kemampuan berbahasa inggris adalah bukan suatu hal yang wajib. Melainkan suatu hal yang boleh dimiliki namun tidak bersifat wajib. Mereka masih mengandalkan *mindset* untuk menggunakan bahasa isyarat dalam berkomunikasi. Banyak dari para pelaku industri pariwisata ini yang menganggap kemampuan berbahasa Inggris adalah kemampuan pendukung dalam kegiatan mereka. Terutama bagi para tukang becak di kota Yogyakarta.

Hal ini sesuai dengan teori mengenai Mead berargumen bahwa interaksi mengambil tempat didalam sebuah struktur social yang dinamis, budaya, masyarakat dan sebagainya. Mead mendefinisikan masyarakat (*society*) sebagai jejaring hubungan social social yang diciptakan dan di respon oleh manusia. Individu-individu terlibat didalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individu. Masyarakat ada sebelum individu tetapi juga diciptakan dan dibentuk oleh individu dengan melakukan tindakan sejalan dengan orang lainnya {(Forte, 2004) (West&Turner, 2012:107)}

Selain dari pengalaman yang didapatkan ketika bekerja sehari-hari, para tukang becak ini juga mendapatkan *mindset* tersebut dari hasil mereka menonton film. Seperti yang telah diketahui sebelumnya, banyak film yang berasal dari luar negeri menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantarnya. Selain bahasa Inggris adalah bahasa Ibu kedua yang harus di kuasai oleh semua orang, bahasa Inggris juga berasal dari negara-negara yang memiliki kemajuan dibidang dunia hiburannya. Sedikit banyaknya Indonesia mendapatkan hiburan tersebut dari Holywood. Condong Indonesia akan dunia hiburan adalah dunia hiburan yang berasal dari Holywood. Artis yang berperan dalam sebuah film tersebut adalah artis yang menggunakan bahasa Inggris. Sehingga muncul sebuah *mindset* bahwa setiap turis asing, terkhusus kulit putih dapat dan ahli dalam berbahasa Inggris.

Secara tidak langsung, media juga turut andil dalam proses timbulnya sebuah *mindset* mengenai semua turis asing dapat berbahasa Inggris. Dikarenakan semua hiburan baik film, drama, musik, konser dan lain-lain menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa utamanya. Pada negara berkembang muncul *mindset* demikian. Tidak dapat disalahkan karena banyak hal yang mendasari dan menyebabkan semua

orang di negara berkembang terutama Indonesia memiliki *mindset* demikian. Pada umumnya, warga negara berkembang adalah warga yang cukup ketinggalan dalam hal pendidikannya. Hal ini menjadi dasar dari kurangnya pengetahuan seseorang tentang *mindset* ini. Dapat dikatakan, bahwa tidak semua turis asing terutama kulit putih dapat berbahasa Inggris. Seperti contoh, Jerman adalah negara yang menggunakan bahasa Jerman sebagai bahasa utama untuk kehidupan sehari-hari. Sedangkan warga Jerman berkulit putih.

Pengetahuan seperti ini adalah pengetahuan yang tidak semua warga dari negara berkembang miliki. Dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam menggunakan internet, pendidikan dan lingkungan serta hal lainnya. Sehingga semua informasi yang diterima, ditelan mentah-mentah. Tanpa adanya keinginan untuk mencari tahu lebih dalam dan detail tentang informasi tersebut. Miris, namun inilah yang terjadi di negara berkembang. Dimana angka kemiskinan memengaruhi semua aspek dalam kehidupan. Hal ini menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi pemerintah sendiri. Faktor hiburan yang ditampilkan oleh media dalam hal ini media TV, juga memberikan andil khusus lainnya. Andil tersebut adalah memberikan doktrin. Doktrin ini berbentuk seperti anggapan bahwa semua turis asing bisa berbahasa Inggris, maka dari itu sebagai penonton juga harus dapat berbahasa Inggris walaupun pasif.

Masyarakat terdiri dari beberapa individu. Mead berbicara mengenai dua bagian penting dari masyarakat yang memengaruhi pikiran dan diri manusia. Pemikiran ini adalah **orang lain secara khusus**. Secara harfiah, setiap manusia memiliki beberapa orang lain yang khusus untuk ada di hidup mereka. Orang lain yang special untuk ada di hidup mereka. Namun tidak jarang justru mereka juga tidak mengartikan dari **orang lain secara khusus** itu. Menurut Mead arti dari **orang lain secara khusus** (*particular others*) merujuk pada sekelompok individu dalam masyarakat yang signifikan bagi kita. Pada umumnya, orang-

orang ini adalah orang tua, keluarga, teman dan sahabat serta koleha koleha yang ada dalam hidup seseorang. Seorang manusia melihat orang lain tersebut secara khusus dengan tujuan untuk mendapatkan rasa penerimaan social dan rasa mengenai diri sendiri.

Identitas yang diberikan oleh orang lain secara khusus dan konteks yang diberikan juga akan memengaruhi perasaan akan penerimaan social kita dan raasa mengenai diri sendiri. Hal ini sering terjadi kesalahan. Dalam arti sering kali harapan yang dimiliki berbeda dari beberapa *particular others* mengalami konflik dengan orang lain.

Orang lain secara umum (*generalized other*) adalah sikap dari keseluruhan komunitas. Hal ini merujuk pad acara pandang dari sebuah kelompok sosial, budaya sebagai suatu keseluruhan. Masyarakat memberikan pandangan ini kepada kita. “Dan sikap dari orang lain secara umum adalah sikap dari keseluruhan komunitas” (Mead, 1934, hal. 154). Secara umum, orang lain akan memberikan dan menyediakan informasi tentang peranan, aturan dan sikap yang akan dimiliki bersama oleh sebuah komunitas. Secara umum, orang lain juga akan meberikan sebuah perasaan tentang bagaimana orang lain akan bereaksi kepada kita dan harapan sosial secara umum. Perasaan ini akan memengaruhi dalam tindakan kita untuk mengembangkan kesadaran sosial. Secara umum, orang lain dapat berfungsi untuk membantu kita dalam menengahi konflik yang dimunculkan oleh kelompok orang lain secara khusus yang sedang berkonflik.

Teori ini dibuktikan dengan adanya bahwa anggapan tentang semua turis asing yang datang dapat berbahasa inggris, di peroleh dari pengalaman mereka selama menjalani profesi itu. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan bahwa para tukang becak tersebut juga mendapatkan informasi tersebut dari koran dan TV. Juga mendapatkan informasi tersebut dari beberapa teman seprofesi. Selain berinteraksi langsung, para tukang becak ini juga sudah memiliki anggapan tersebut dari lama. Dikarenakan bahasa inggris adalah bahasa ke dua yang wajib

di kuasai oleh semua orang di dunia ini. Hal ini bertujuan untuk memudahkan kehidupan bersama. Juga untuk memudahkan menyatukan semua pribadi yang memiliki latar belakang berbeda-beda.

Hal ini juga menjadi penyebab bahwa tidak selamanya tv, internet dan koran dapat menjadi faktor pendukung mereka dalam memiliki *mindset* seperti itu. Memang ketiga faktor ini mendukung, namun tidak menjadi faktor pendukung utama. Pengalaman tetap menjadi dasar utama dari munculnya *mindset* tersebut. Hal-hal yang berasal dari eksternal juga menjadi pendukung dari munculnya *mindset* itu. Pengalaman menjadi faktor utama dikarenakan para tukang becak ini sudah tidak memiliki alasan lain kenapa mereka harus mencari tau lebih detail dan dalam tentang kemampuan bahasa Inggris. Hal ini sudah di jelaskan pada data diatas.

Hal ini tidak pernah menutup kemungkinan bahwa tukang becak juga memiliki *mindset* demikian dikarenakan ketidaktahuan mereka tentang asal para turis asing tersebut. Kurangnya pengetahuan mereka mengenai para turis asing yang berasal dari negara selain Amerika. Kurangnya pengetahuan akan hal itu ditambah latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni serta tidak adanya kemampuan untuk mengakses informasi lebih luas daripada yang sudah ada. Hal-hal tersebut sudah menjadikan *mindset* tersendiri bagi para tukang becak bahwa para turis asing yang datang adalah turis asing yang mampu berbahasa Inggris.

Tidak banyak dari para tukang becak tersebut menggunakan waktu mereka secara khusus untuk menonton televisi demi mendapatkan dan menambah pengetahuan serta informasi mengenai perkembangan dan pertumbuhan jaman. Keadaan hidup memaksa para tukang becak tersebut untuk dapat menggunakan waktu yang mereka miliki untuk sesuatu yang memang mereka perlukan dan menjadi kebutuhan primer mereka. Keadaan hidup yang sulit, daya ekonomi yang rendah, latar belakang pendidikan yang kurang mumpuni, tidak adanya bantuan dari

pihak-pihak lain (pemerintah, dinas sosial dan lain-lain) menyebabkan para tukang becak ini memiliki *mindset* bahwa para turis asing yang datang ke Yogyakarta adalah turis asing yang dapat berbahasa Inggris.

Dikarenakan juga tidak adanya perhatian khusus dari pemerintah mengenai kondisi dan keadaan para tukang becak ini. Apabila ada perhatian khusus dari Pemerintah mengenai hal ini, maka akan secara otomatis kemampuan dalam berbahasa Inggris para tukang becak ini akan meningkat. Walaupun para tukang becak ini berasal dari latar belakang yang tidak mumpuni namun apabila adanya pelatihan khusus tentang hal itu, maka secara otomatis juga para tukang becak ini akan mendapatkan informasi tambahan mengenai perkembangan jaman. Bahwa tidak semua turis asing yang datang ke Yogyakarta adalah turis asing yang dapat berbahasa Inggris. Serta para tukang becak ini juga dapat mendapatkan cara yang baru guna mendapatkan tamu turis asing.

Secara tidak langsung *mindset* ini menjadi penghambat bagi para tukang becak mendapatkan tamu turis asing. Dikarenakan mereka tidak memiliki keterampilan tambahan apabila mendapatkan tamu turis asing yang kebetulan tidak bisa berbahasa Inggris. Tidak menutup kemungkinan bahwa para turis asing yang datang ke Yogyakarta tidak melulu berasal dari negara Eropa ataupun Amerika. Juga banyak yang berasal dari negara Asia seperti Korea dan China. Dimana para turis asing dari negara Korea dan China adalah para turis yang tidak memiliki kemampuan dalam berbahasa Inggris. Dikarenakan mereka memiliki bahasa ibu sendiri dan bahasa Inggris merupakan sesuatu yang tidak wajib untuk mereka miliki secara kemampuan dalam berbicara.

Ketika sudah berhadapan dengan kondisi seperti ini, para tukang becak tersebut akan terpojok. Hanya menggunakan bahasa isyarat dalam proses menjual jasa mereka. Hal ini dapat terjadi dikarenakan mereka memiliki pengetahuan yang kurang mengenai bahasa Inggris itu sendiri. Juga mereka sudah terdoktrin bahwa setiap turis asing yang datang ke Indonesia adalah para turis asing yang memiliki kemampuan

dalam berbahasa Inggris. Selain internet, televisi dan koran mereka juga dapat memperoleh *mindset* serta informasi mengenai turis asing yang dapat berbahasa Inggris ini dari keadaan lingkungan pergaulan sehari-hari.



Bab V

PENUTUP

Pada Bab 5 ini akan dibahas mengenai beberapa kesimpulan dan yang diperoleh setelah melakukan penelitian mengenai “Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta” yaitu :

1. KESIMPULAN

Adapun beberapa kesimpulan yang dapat diberikan untuk penelitian mengenai “Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta” antara lain :

a. Setelah dilakukan penelitian mengenai “Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta” didapatkannya ada beberapa faktor yang memengaruhi makna turis asing bagi tukang becak sebagai salah satu pelaku industri pariwisata di Kota Yogyakarta. Hal tersebut meliputi kemampuan berbahasa bahasa asing, penampilan, asal negara, kelompok dan sendiri, serta makna kehadiran turis asing bagi tukang becak. Secara garis besar, makna hadirnya turis asing di kota Yogyakarta bagi tukang becak adalah sebagai media untuk menambahkan pundi-pundi penghasilan. Alasan dan sebab ini adalah factor utama dari muncul makna tersebut.

b. Dari beberapa bentuk interaksi sosial yang terjadi antara tukang becak dan turis asing tersebut, membawa beberapa peran tersendiri. Peran ini dirasakan secara langsung ataupun tidak langsung oleh para tukang becak tersebut. Interaksi sosial yang terjadi antara para tukang becak dan para turis tersebut membawa peran seperti bentuk komunikasi pertama dan bentuk interaksi sosial yang dilakukan para tukang becak ketika bertemu para turis asing, intensitas pemberian balas jasa yang melebihi harga awal, dampak dari pelayanan yang

diberikan, kemampuan bahasa asing yang harus dimiliki oleh para tukang becak hingga peran penting orang sekitar dalam profesi tukang becak seperti keluarga dan persatuan tukang becak (Paguyuban) bagi tukang becak.

2. SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian “Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta” antara lain :

a. Untuk Dinas Pariwisata Yogyakarta :

Peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan dan menjadikan tukang becak sebagai topik utama yang diprioritaskan utama juga. Menimbang tukang becak dapat menjadi aspek penarik hadirnya para turis asing di kota Yogyakarta. Juga mengedepankan prinsip bahwa kota Yogyakarta tidak melupakan sejarah dan ramah akan masa lalu

b. Untuk Peneliti Selanjutnya :

Untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan topik serupa disarankan untuk meneliti lebih dalam dan lebih jauh lagi mengenai “Makna Turis Asing bagi Tukang Becak Yogyakarta” karena masih terdapat beberapa aspek lain yang dapat di kaji dan diteliti mengenai bagaimana para tukang becak ini bertahan dengan profesi tersebut dan bagaimana pemerintah memperhatikan para tukang becak ini. Peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih dalam mengenai seberapa besar kontribusi peran dan fungsi dari pihak pemerintah kota Yogyakarta untuk pertumbuhan dan keeksistensian para tukang becak ini.

Daftar Pustaka

Buku

- Wulansari, Dewi. *Sosiologi: Konsep dan Teori* (Bandung: PT Refika Adiatma. 2009)
- Soerjono Soekanto, *Sosiologi (Suatu Pengantar)* (Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2012)
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana, 2006.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosda Karya, 2001.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana, 2008.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisa dan Aplikasi*. Terjemahan oleh Maria Naalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

Jurnal dan Artikel Ilmiah

- Surono, “Becak: Persaingan Dan Pembagian Wilayah Kerja”, Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Budaya, UGM, 2011.
- Rafika Hayati, “Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Wisata Warisan Budaya di Kota Makassar”, Laporan Penelitian, Program Pascasarjana Kajian Pariwisata, Universitas Udayana, 2014.
- Patriandi Narangga, Herdita. Bambang Iskandariawan, “ Desain Becak Wisata Kota Blitar”. *Jurnal Sains dan Seni Pomtis* Vol. 1, No. 2, (2012), hal. 1-2.

- Hardyan Desmawanto, Mochamad. Sudarsono. Hardiyantina. Shinta, “Eksistensi Peraturan Daerah Tentang Becak Bermotor”, *Jurnal Penelitian, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya*.
- Ningrum Fatnar, Virginia. Choirul Anam, “Kemampuan Interaksi Sosial Antar Remaja Yang Tinggal di Pondok Pesantren Dengan Yang Tinggal Bersama Keluarga”, *Jurnal Fakultas Psikologi* Vol. 2, No 2 (Desember 2014), hal. 71.
- Leonardo Widya, “Grounded Theory sebagai Metode Riset Realitas Tertambah di Museum Fatahillah”, *Jurnal Rekayasa Elektrik* Vol. 10, No. 4 (Oktober 2013), hal. 187.
- Nyoman Budiasih. I Gusti Ayu, “Metode Grounded Theory Dalam Riset Kualitatif”, *Jurnal Ilmiah Akutansi dan Bisnis* Vol. 9, No 1 (Januari 2014), hal. 20-22.

Artikel Internet

- https://id.wikipedia.org/wiki/Keraton_Ngayogyakarta_Hadiningrat
(diakses pada 12 Juni 2016)
- https://id.wikipedia.org/wiki/Candi_Prambanan
(diakses pada 12 Juni 2016)
- <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/spasial/article/view/13393/12977>
(diakses pada 17 Januari 2019).
- <https://media.neliti.com/media/publications/209394-kebutuhan-dan-perilaku-pencarian-informa.pdf>
(diakses pada 17 Januari 2019).

Lampiran Transkrip Wawancara

Bapak Budi

- Bapak sampun narik dari kapan pak?
- dinten niki?
- dinten niki wau mangkat narik bar duhur narik pisan, tapi tadi belum bayaran (dapat uang), soale wau mboten kundure(kembaliannya) ajeng dijolke malah mboten medal medal tiange kost ning mriku.
- Kalau narik jadi tukang becak sudah dari kapan?
- Saya dulu itu tahun 97 sudah narik becak, cuman punya kerja sampingan juga, terus 2000 becak lagi, terus ini dari yang terakhir ini dari 2015 sampai sekarang
- Kalau melihat bule kalimat yang pertama kali terlintas?
- Mau pergi kemana. Kalau lihat bule kesini ya, saya tanya mau pergi kemana. Baru kemudian saya tanya bisa dibantu pakai becak gak, gitu
- Seberapa sering mendapatkan penumpang bule?
- Kalo liburan kayak agustus itu kan musimnya liburan eropa ya, setiap hari pasti adalah dapat penumpang bule. Tapi kalo kayak gini (sekarang) susah/sepi. Sekarang bule pada jalan kaki.
- Berarti tergantung musim liburan di luar negeri juga ya? Seperti pas musim dingin?
- Iya, kalau banyak bule dsini sering narik bule
- Kalau ada bule yang melintas, apakah anda langsung menyapa bule tersebut, atau menunggu sambil mengamati hingga si bule celingak celinguk?
- Nek saya nggak. Jadi kalo ada bule itu halo, where gitu aja.
- Antara bule yang jalan sendiri dengan bule yang jalan berpasangan atau berkelompok, lebih enak nyapa yang mana?
- Paling yang berdua atau sendiri gitu, lebih enak yang gitu. Ya yang sendiri sendiri itu lebih enak disapa. Kalo saya lho. Kalo yang rame rame itu sukanya cuek. Kalo yang sendiri sendiri itu misale halo, no no no.
- Jika mendapat penumpang bule, seringkah memberikan tujuan wisata/berbelanja?
- Kalau saya tidak mas. bulenya tujuannya minta anter kemana saya antarnya kesitu. Kecuali, misalnya ada bule yang mau cari batik yang bagus itu, ya saya arahkan batik yang bagus. Terus mau cari perak yang bagus, ya saya antarkan itu pernah.
- Tapi kalau seperti tempat wisata?
- Tidak pernah. Paling Cuma belanja. Tapi kalau tempat seperti itu tidak pernah (wisata).

- Selama mendapatkan penumpang bule, adakah yang menjadi pelanggan tetap?
- Nek saya pribadi nggak ada. Tapi kalau lokal/domestik itu sering. Tapi kalau bule belum pernah ada.
- Pas nganter bule adakah kejadian yang menarik?
- Nek bule misale malah narik, misale narik grup. Kalo grup itukan misale dari hotel sini. Grup itu ya kan berapa becak gitu. 40 becak. Menariknya itu, tips nya itu yang bayar kita itu kan guide nya. Nah tips nya itu beda beda, ada yang seribu rupiah, ada yang seratus ribu. Kemarin ini belum lama, saya malah gak dapet, tapi ada yang dapat seribu rupiah, ada yang dapat seratus ribu. Itu ada.
- Itu berarti tidak dibagi ya pak?
- Nggak. Itu kan tip, tiap becak beda beda. Misalnya ada yang ngerayu bulenya duh kehidupan saya melas, nah biasanya nanti si bule kasian terus dikasi tip besar. Biasanya seperti itu
- Kejadian saya sendiri yang saya alami itu, mungkin itu bule dari mana nggak ngerti. Dari sini ke kraton kan saya minta tiga puluh ribu, tapi saya dikasih tiga ribu. Tapi saya nggak protes. Soale saya nggak mau padu sama bule ngono moh, wes nanti malah urusane repot. Saya mintanya tigapuluh ribu tapi bulenya ngertinya tiga ribu. Tapi ya wis rapopo daripada urusannya sama bule ah yo wes urusane repot.
- Kalau dari bule, pernah mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan?
- Belum pernah mas
- Tapi kalau bulenya yang ngontel malah pernah, itu dari kraton sampai parkir. Itu bulenya yang nawarin. Itu masi ontel lho mas belum mesin.
- Pertama kali narik bule?
- Yowes lupa yo wes lama banget.
- Tapi seringnya yang jadi penumpang itu yang umur berapa?
- Yang muda muda mas. yang sering itu sepasang sejoli. Paling sering saya.
- Bedanya dapat penumpang bule dengan domestik gimana?
- Bedanya kalo orang jawa, kalau diajak belanja agak gampang mas. kalo bule angel. Kecuali emang bulenya yang mau belanja.
- Kalau dapat tips dari bule sering?
- Ya kalau grup itu ya gak mesti, gak sering. Tapi ya pernah. Dari kraton ke ngabean ya tip nya kan dari yang bawa bule itu. Macem macem kok mas. ada yang ngasi ada yang nggak.
- Kalau teman teman ada yang sering cerita tentang pekerjaan?
- Saya pribadi tidak mas. saya itu yo ngene mas. saya itu nek narik kae nek iso yo, jenenge urip seko jalan, apalagi sekarang tukang becak itu susah mas. gak bohong. tarik tarikan aja susah mas. terus nanti kalo kita dipamerke terus yang udah 3 hari gak narik itu apa tau kita. Maksudnya, dapat duit gak dapat duit diam. Tapi ada beberapa kawan yang pamer.

- Tapi kalo saya mas, kalo saya cerita cerita kayak gitu, terus ada yang belum narik, kan kasian mas. jadi mending gak usah cerita.
- Kalo selama dapat penumpang bule, yang paling apikan orang mana pak?
 - Nek aku iki ndisek iki nang kene wong perancis mas, padahal orang prancis terkenal rodo angel. Tapi yang ini apikan.
 - Apikan gimana?
 - Makan itu diajak. Terus misale ongkose dua puluh, itu nanti ditambahi.
 - Kalo selain itu pak?
 - Urung tau. Soale itu narik bule Cuma sekali kali. Tapi ya ada yang sampe langganan. Itu teman saya sampe langganan pirang pirang taun.
 - Kalau ketemu sama bule, ada kendala gak?
 - Kendalanya malah bule itu belum tentu bisa bahasa inggris. Nah kendalanya itu kalo ketemu bule yang gak bisa bahasa inggris malah susah, misalnya kayak orang mana itu. Kayaknya orang eropa, malah ternyata gak bisa bahasa inggris. Misalnya kayak orang rusia. Bahasanya kan bahasa asli kono to bahasa rusia.
 - Jika demikian bagaimana memecahkan masalah tersebut dalam menentukan harga atau tarif?
 - Ya ngetokke duit. Misalnya mau kemana, nanti dia ambil duit dua puluh ribu. Kan ya banyak to mas bule yang gak bisa bahasa inggris.
 - Peran dari teman atau keluarga tentang kendala tersebut?
 - Wah ratau cerito mas. niat dari rumah kesini nyari duit ya sampek rumah harus bawa duit mas. gak pernah cerita.
 - Kalau kejadian kejadian unik itu pak?
 - Kalo itu ya paling tak ceritain sama bojoku. Meng ngguyu ngguyu. Nek anak kan ora reti nek bapak e narik becak. Anak taunya saya jualan pakaian ke hotel hotel.
 - Yang disenangi dari turis asing?
 - Senangnya kalo ada dapat penumpang yang belum pernah kesini (ke jogja). Jadi harganya misal dari sini ke malioboro jaluk 50 yo iyoo bulene. Tapi nek sing ngerti dikei 50 malah nawar ngeyel ngeyel ngomonge cepak cepak. Njaluk e 10 ewu. Mungkin ya udah dikasi tau mungkin atau nanya sama orang orang.
 - Yang paling berperan dalam bekerja sebagai tukang becak? diri sendiri. Soalnya pakaian saya modalnya habis, jadi terpaksa becak meneh. Kalo saya kan dagang, dagang modalnya nggak ada kan susah. Kalo becak, kalo gak punya becak kan masih bisa nyewa. Ya mungkin, saiki nek mbecak, buat makan diri kita sendiri aja susah mas. kalah sama online. Cuma karena terpaksa aja karena gak ada kerjaan lainnya mas. kalo ada kerjaan lainnya aku gak mbecak mas. kalo gak tak rewangi ngalor ngidul gak narik beneran yo iso mas.

Pak ngadino

- Sudah narik udah berapa lama?
- Mulai 87. Mulai 87 gowes. Pakai mesin baru 4 tahun.
- Kalau melihat bule apa yang terpikirkan?
- Ya pertama ya, ada yang diangkut. Kan modelnya kalo mboten ono sing ditarik yo ora entuk duit.
- Seberapa sering dapat penumpang bule?
- Ya untung-untungan. Karena sekarang banyak yang lewat hp itu (online).
- Lebih enak mana menawari bule yang sendirian, berdua atau yang rombongan untuk dijadikan penumpang?
- Itu tergantung ya. Kalo rombongan kan pake guide. Nek person person itu ya tergantung kemauannya.
- Misalnya dapat penumpang bule, pernah memberi saran tempat tujuan?
- Ya otomatis. Misalnya tujuannya kemana terus mau mampir kemana nanti nambahnya berapa. Saling sepik. Kalau dianya membutuhkan kan saya siap antar.
- Kalau dapat penumpang bule yang menjadi langganan?
- Kadang kadang. Kalo yang dari belanja itu kan sering promise. Nah ngenjang podo meleh.
- Pernahkah mendapatkan bule yang menjadi langganan ketika dia datang kembali ke jogja?
- Pernah, itu dari belanda. Sosialnya kan lebih unggul dari bule bule yang lain.
- Pernah dapat oleh oleh sebelum bulenya pulang ke negaranya?
- Seikhlasnya atau seberapanya itu dihitung pernah to. Iya pernah. Yo sampe ditumbaske becak karo wong belanda. Jamanya dolar masih 1800. Kira kira tahun 95. Ya namanya nasib orang beda beda. Tapi kalo yang lainnya itu nggak, langsung ilang (kontaknya).
- Kejadian unik dengan penumpang bule?
- Mung sepintas gitu. Tapi jaman masih gowes dulu sering. Tapi kalo sekarang sih gak pernah.
- Pernah mendapatkan pengalaman bersama bule?
- Yo pengalamane itu ya bahasa pasaran itu. Nek bahasa grammar itu kan buang waktu. Lari bulenya akhirnya. Ya namanya bule tiap negara gak selalu sama kan. Ya biasa biasa aja.
- Bedanya bule dengan penumpang domestik?
- Kalo penumpang jowo yo yang ekonominya maju ada, yang nggak ya ada
- Sering mendapat tip dari bule?
- Kadang kadang
- Kalau disuruh milih, ngantar bule atau lokal?
- Sami mawon lah. Raiso mbedak mbedakke. Sing penting mlaku becak e. Ngeten mawon.

- Sering cerita atau ngobrol dengan teman teman tentang pekerjaan?
- Nggak. Saling sibuk sama urusan masing masing. Apalagi sekarang banyak yang online. Wong seko kene maliobor wong 4 iku 13 ribu, nek becak yo entuk opo.
- Nganter bule seringnya kemana?
- Objek wisata keraton, taman sari, pasar burung, gitu gitu aja. kadang kadang juga yang nganter belanja. Tergantung tujuannya.
- Pernah mendapatkan kendala saat bertemu bule?
- Pernah mendapatkan bule yang gabisa bahasa inggris. Misalnya dari spanyol to. Dia gak bisa bahasa inggris. Ya sebisanya ngikutin bahasanya sendiri. Ya deal dealnya menyesuaikan, ngepasin, manut (gatum). Perancis ya gitu, gabisa bahasa perancis. Nyatane dados mangkat, ngeten mawon. Kalo ditanyain sekolah tidak, bisa baca buku nggak, nggak bisa. Kelas 2 aja gak jadi (sd). Saking adil adile yo tetep payu (sudah dikasih rejeki sama gusti allah tiap orang sama sama adil). Modalnya kemauan.
- Yang paling berpengaruh dalam pekerjaan?
- Tertarik, karena banyak teman teman. Pernah keliling jadi tukang bakso, jualan kacang rebus di bulaksumur. Jaman akeh pameran. Jualan gitu gak laku. Gitu ceritanya.

Pak muryadi

Asli bantul

- Sudah narik becak?
- Dari 90an sampai sekarang.
- Kalimat pertama yang terlintas saat melihat bule?
- Itu gimana ya, yang penting kan bulenya naik becak dulu. Bulenya itu kemana, Cuma itu aja, tergantung, lihat orang bulenya dulu. Ya kalo liat orangnya bersih, pasti bulenya kaya. Kalo orangnya nggak ya, gembel..
- Sering dapat penumpang bule?
- Sering mas, gak bisa dihitung mas. gak bisa dipastikan. Itu tergantung mas, kan bule kadang kadang ada yang empuk, ada yang atos. Bule tu kan ada yang krik, cetil. Ada yang orangnya yang empuk, ngasinya banyak. Ya sama lah kayak orang indonesia bagi saya.
- Lebih enak berinteraksi dengan bule yang sendiri/berpasangan atau berkelompok?
- Penak orang dua to mas. orang bule dua itu enak, where you going mau kemanalah suka apa ya gimana. Ya harusnya bisa dikit dikit bahasa inggrislah, kalo gabisa susah. Kalo yang berkelompok itu jarang yang mau

kalo ditawarkan. Apalagi kalau mahasiswa bulenya, angel. Mereka lebih seneng mlaku.

- Pernahkah memberikan tujuan wisata kepada bule?
- Kalo ke tempat wisata biasanya pake mobil mas, karena jauh. Tapi kalo biasanya bulenya mau nonton, ke kraton atau mau liat wayang orang, itu sering saya anterin mas.
- Pernahkah mendapatkan langganan bule sebagai penumpang?
- Sering. Biasanya kalo orang asing disiplin. Misalnya besok saya mau pake kamu lagi, nanti dia minta nomer hape saya lagi.
- Kalau bule yang menjadi langganan ketika dia datang kembali ke jogja?
- Banyak yang kejadian mas. disini itu ada banyak. Kadang kadang dibelikan becak kalo kembali kesini. Kadang kadang rumah buat keluarganya. Biasanya.
- Pernahkah mendapatkan tip atau cinderamata dari bule sebelum dia pulang ke negaranya?
- Tip. Biasa itu kasih uang, biasa pakaian, itu biasa. Yang sering itu ya Prancis itu ada, Belanda, Eropa.
- Pernahkah mendapatkan kejadian unik?
- Kadang kadang itu kan sama kayak orang Jawa. Kadang kadang ada yang orang keras, ada yang suka humor. Biasa itu mas, kan gak semuanya orang baik itu gak ada.
- Pernahkah mendapatkan perlakuan kurang menyenangkan dari bule?
- Tidak pernah mas, nggak kelihatannya. Yang penting kan, saya meladeni orang tamu kan sebaik baiknya. Kelihatannya saya belum pernah, komplain belum pernah. Malah banyak yang suka sama saya.
- Pertama kali dapat penumpang bule?
- Wah lupa mas, sudah wah lama sekali. Kalo dihitung sudah berapa ribu lupa.
- Perbedaan melayani bule dan turis domestik?
- Ya gimana ya. Bagi saya ya itu mas. ya kalo orang, kalo tergantung e mas. Bule itu ada yang baik ada yang jelek. Sama to mas, orang sini juga ada yang baik ada yang jelek.
- Sering mendapatkan tips?
- Sering mas, misal dari sini ke Maliboro, misal 40 ribu. Nah uangnya 50 ribu sisanya itu buat saya dikasih sama bulenya. 10 ribunya gak diambil.
- Sering cerita atau sharing dengan sesama tukang becak?
- Biasa mas, sering mas. Biasa yang diceritain ya tadi berapa tarikkannya, ya pokoknya macam macam lah mas. (tidak komplit)

Wawancara dengan bapak sukarto dan bapak ngadimin

-
- Narik dari tahun berapa?
- Dari tahun 65
- Apakah ada paguyubannya?
- Ada yang ikut kumpulan organisasi, ada yang nggak. Kalau saya tidak. Dari dulu
- Kalau bapak?
- Kalo saya ada di jalan senopati sini, ada yang ikut ada yang nggak. Kalau saya kan dulu lokasi disini, tapi terus bubar. Terus disini gak dapat, terus saya gak bisa masuk jalan senopati, tapi saya mangkal dimana saja suka/senang, disana ya boleh disini ya boleh, untuk yang wisatawan lokal saja.
- Sering ngangkut bule?
- Ya kadang kadang.
- Kadang kadang, nggak sering. Itu gara gara keberuntungan. Jadi nggak tentu.
- Menurut njenengan yang membuat bule tertarik naik becak?
- Pertama mungkin kasihan, yang kedua mungkin memang ingin naik. Kalau mesin kan dia sudah tiap hari. Ketertarikan tersendiri mas.
- Biasanya kalau bule minta anter kemana?
- Dari sini ke hotel, prawirotaman.
- Biasa nya turis ke silver, yang bisa bahasa inggris. Tapi kalau yang nggak bisa bahasa inggris susah, mboten saget. Kalau bisa bahasa inggris kan bisa diajak ngobrol, bisa dirayu. Tapi itu jarang.
- Pernah ketemu turis jepang tu bahasanya gak ngerti, akhirnya harganya nulis aja.
- Saya juga kalo bahasa inggris tidak mengerti, tapi kalau harga itu kan tau, tapi nggak bisa ngomong ngomongan.

- Turis sekarang itu kan pelit pelit mas, dari sini ke prawirotaman itu paling 15 ribu mas, 20 ribu. Karena kan udah dikasih tau dari guide guide itu, ngapunten nggeh, guide guide itu ngasih tau mas ke bulenya kan gampang to (guide lbh mampu berbahasa inggris). Mentok itu 20 ribu, lah kalo yang badannya gede gede itu 20 ribu. Sekarang pelitnya nggak njaman. Jadi bule kalo kemana mana diantar guide, nanti kemana mana dikasih tau sama guide nya.
- Apa yang didapat dari paguyuban?
- Kalau dari paguyuban itu kan ada donatur, jadi angsuran. Jadi kalau ada yang narik tamunya belanja, kita donasikan misalnya 5 ribu, nanti jadi tabungan bareng bareng. Nanti misalnya ada anggota ada yang sakit, nanti dibantu pakai itu. Kemarin itu ada anggota juga yang lahiran, ya itu dibantu.
- Biasanya sehari narik berapa kali?
- Sehari Cuma narik sekali dua kali, anak istri dikasi makan apa.

