

**STRATEGI RESISTANSI WONG CILIK MELALUI PENGGUNAAN  
PELESETAN BAHASA : PADA NAMA USAHA KEDAI KULINER KAKI  
LIMA DI KOTA SEMARANG**

**Asropah<sup>1</sup>, Maria Magdalena Sinta Wardani<sup>2</sup>, Siti Fatimah<sup>3</sup>, Icuk Suorayogi<sup>4</sup>**  
Universitas PGRI Semarang

[Asropah@upgris.ac.id](mailto:Asropah@upgris.ac.id)

**ABSTRAK**

*Makalah ini bagian dari penelitian yang menelaah fenomena plesetan bahasa dan resistansi wong cilik pada nama usaha kedai kuliner kaki lima di kota Semarang. Salah satu tujuan penelitian ini mendeskripsikan strategi resistansi wong cilik di balik penggunaan pelesetan bahasa. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini mampu menangkap nuansa makna yang kaya berdasarkan konteks kebudayaan dan kebahasaan. Penelitian jenis ini juga mampu menangkap kebenaran faktual dan empirik yang terdapat pada objek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Adapun hasil penelitian ini dapat disampaikan bahwa bentuk resistansi yang dilakukan para pengusaha kedai kuliner kaki lima di Kota Semarang mencakupi resistansi Wong Cilik terhadap isu ekonomi, resistansi Wong Cilik terhadap isu politik, resistansi Wong Cilik terhadap isu budaya*

Kata Kunci: resistansi, plesetan bahasa, kuliner jalanan

**PENDAHULUAN**

Resistansi secara sederhana dipahami sebagai perlawanan atau upaya bertahan dari suatu ancaman. Sebagaimana diungkapkan Panca (2011:33), resistensi dalam studi James Scott memiliki fokus pada bentuk-bentuk perlawanan yang sebenarnya ada dan terjadi di sekitar kita dalam kehidupan sehari-hari, ia menggambarkan dengan jelas bagaimana bentuk perlawanan kaum minoritas lemah. Panca juga menambahkan bahwa perlawanan sehari-hari dan bentuknya merupakan gejala yang terjadi di sekitar kita. Terkadang sering terlupakan bahwa perlawanan atau penolakan akan suatu hal tidak harus terbuka, karena memang secara tidak sadar kita melakukan perlawanan secara diam-diam (tak terbuka) (Panca, 2011:33).

Pelesetan merupakan salah satu bentuk pemakaian bahasa. Pelesetan dari bentuk dasar *peleset*. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia *peleset* berarti ‘tidak mengenai sasaran; tidak mengenai yang dituju’. Sementara itu, *pelesetan* adalah ‘hasil memelesetkan’.

Wijana (1999:110) mengungkapkan bahwa *plesetan* adalah kata bahasa Jawa yang bermakna ‘hasil penyimpangan satuan lingual secara formal atau semantis dengan berbagai cara seperti substitusi, penghilangan atau pembalikan bunyi, suku kata, atau satuan-satuan bahasa yang lebih besar’. Dengan demikian, menurut Wijana pelesetan merupakan pelanggaran terhadap unsur-unsur bahasa.

Heryanto (1996:132-133) menyatakan bahwa prinsip pelesetan seperti halnya lelucon, hanya akan berhasil apabila ada tiga hal, yaitu (1) kelaziman (acuan yang jelas tentang makna suatu kata dan disepakati bersama); (2) penyelewengan; dan (3) ada pihak yang menerima.

Pandangan kedua ahli tersebut mengisyaratkan bahwa pelesetan merupakan penyimpangan terhadap kaidah kebahasaan atau pelanggaran terhadap pola-pola yang secara konvensional digunakan oleh suatu masyarakat tutur. Umumnya, masyarakat menggunakan pelesetan bahasa untuk memunculkan kelucuan dan menghilangkan kecanggungan di dalam tuturan keseharian.

Pelesetan ditengarai sebagai bentuk permainan bahasa. Menurut Wijana permainan bahasa adalah eksploitasi unsur (elemen) bahasa, seperti bunyi, suku kata, kata, frase, kalimat, dan wacana sebagai pembawa makna atau amanat (maksud) tuturan sedemikian rupa sehingga elemen itu secara gramatik, semantik, maupun pragmatis akan hadir tidak seperti semestinya (Wijana, 2013:58-59).

Meskipun pelesetan secara umum hadir dalam komunikasi santai dan bersifat humor, namun pelesetan juga dapat bermuatan politis dan sosial ekonomis. Pelesetan yang bermuatan politis biasanya berupa kritik yang ditujukan pada situasi politik. Kritik tersebut diuraikan dalam bentuk humor agar tidak menimbulkan konflik. Kekhasan bentuk kritik melalui pelesetan banyak ditemukan dalam tayangan televisi, misalnya melalui program *Sentilan Sentilun*.

Di sisi lain, pelesetan juga dapat menjadi strategi sosial ekonomis, yakni untuk menawarkan produk. Sayangnya, masih belum banyak penelitian mengenai fenomena ini. Penggunaan bentuk pelesetan dapat menjadi bagian dari strategi resistansi masyarakat terhadap situasi sosial ekonomi. Pelesetan bahasa digunakan sebagai nama usaha kedai kuliner kaki lima di kota Semarang sebagaimana tampak pada data 1 dan data 2 berikut ini.

### **Data 1**

Nama usaha: *café meong*

Bentuk usaha kuliner: kedai angkringan

**Data 2**

Nama usaha: *la risso*

Bentuk usaha kuliner: kedai angkringan

Data 1 menunjukkan cara masyarakat kelas bawah melakukan resistansi pada masuknya gaya hidup modern yang berkiblat pada asing. Hal ini ditandai dengan penggunaan kata *café*. *Café* berasal dari bahasa Prancis yang artinya ‘kopi; kedai kopi’. Dalam bahasa Indonesia, bentuk *café* diserap menjadi *kafe*. Menjamurnya kafe di negara Indonesia memicu pengusaha kuliner kaki lima menggunakan bentuk pelesetan berupa *café meong*. Dalam hal ini *café* adalah bentuk bersaing. Sementara itu, kata *meong* merupakan bentuk onomatope yang dipakai untuk merujuk pada kucing. Kedai kuliner kaki lima yang oleh masyarakat biasa disebut *angkringan* tersebut memang identik dengan menu khas yang disebut “nasi kucing”. Data 2 menunjukkan pelesetan dalam kode penulisan bahasa Jawa yang memberikan persepsi seolah-olah nama tersebut berasal dari bahasa asing, yakni seperti bahasa Prancis padahal bukan.

Penamaan usaha kedai kuliner semacam ini tentunya bukan hanya bertujuan untuk menciptakan kelucuan, tetapi lebih dari itu, masyarakat kelas bawah menunjukkan identitasnya dan memanfaatkannya sebagai upaya resistansi pada situasi sosial ekonomi.

Berdasarkan dua data tersebut, tampak bahwa resistansi yang dilakukan masyarakat kelas bawah adalah dengan cara menggunakan bentuk bersaing dengan bentuk populer pada pasar, tetapi tanpa meninggalkan identitas dari usaha kedai kuliner kaki lima tersebut. Sebagaimana tampak pada penggunaan kata *meong* yang merujuk pada kucing. Nasi kucing, yakni menu nasi bungkus kecil yang khas pada angkringan ini menjadi penanda identitas. Selain itu juga, konstruksi pelesetan *la risso* dapat dipahami sebagai upaya resistansi yang tetap berpijak pada identitas kedaerahan karena berasal dari bentuk kata dalam bahasa Jawa *lariso* ‘larislah’.

*Wong cilik* merupakan istilah dalam bahasa Jawa yang secara harafiah berarti ‘orang kecil’. Istilah ini digunakan secara luas untuk melabeli rakyat kecil. Rakyat

kecil adalah orang yang tingkat sosial ekonominya rendah; orang kebanyakan (bukan penguasa pemerintahan). Pemilik usaha kedai kuliner kaki lima dikategorikan dalam rakyat kecil mengingat pilihan usaha ini adalah usaha dengan modal yang kecil dan ditujukan bagi konsumen yang notabene adalah masyarakat kelas bawah. Hal ini tampak dari harga jual menu pada kedai kuliner kaki lima yang relatif murah bila dibandingkan warung makan berkelas restoran.

Di tengah arus perubahan sosial akibat tekanan gaya hidup modern, masyarakat kelas bawah berusaha untuk bertahan, bahkan melakukan strategi untuk tetap memiliki eksistensi. Agar tidak ditinggalkan dan tetap memiliki pangsa pasar, kelompok pengusaha kuliner kaki lima ini menggunakan bentuk pelesetan bahasa demi mendapatkan perhatian dari calon konsumennya. Berdasarkan data yang diperoleh dari survei awal, dipandang perlu untuk melakukan penelitian yang lebih dalam dan gayut dengan fenomena pelesetan bahasa sebagai strategi resistansi masyarakat kecil terhadap perubahan sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini mampu menangkap nuansa makna yang kaya berdasarkan konteks kebudayaan dan kebahasaan. Penelitian jenis ini juga mampu menangkap kebenaran faktual dan empirik yang terdapat pada objek penelitian. Penelitian kualitatif deskriptif cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif (Moleong, 1991:1-2).

Data dalam penelitian ini berupa data tulis yang dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer yang merupakan data pokok penelitian ini adalah data dalam ragam tulis berupa kata atau frase yang menunjukkan pelesetan bahasa pada nama usaha kuliner kaki lima yang diperoleh dan dikumpulkan di wilayah Kota Semarang. Sementara itu, data sekunder yang merupakan data pendukung penelitian ini adalah data yang bersumber dari buku-buku yang relevan dan berkaitan dengan objek penelitian ini.

Korpus data penelitian diambil dari penelitian lapangan terhadap nama usaha kuliner kaki lima yang terpajan di wilayah Kota Semarang. Beberapa informan

diwawancarai untuk melengkapi data. Informan yang akan dimintai keterangan pada saat penelitian adalah para pemilik usaha kedai kuliner kaki lima.

Penyediaan data Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode simak. Selanjutnya, teknik yang digunakan adalah teknik sadap. Sebagaimana diungkapkan Mahsun (2006:90) bahwa menyadap penggunaan bahasa yang dimaksudkan menyangkut penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tertulis. Penelitian ini menyadap penggunaan bahasa tulis, yakni nama usaha kedai kuliner kaki lima yang mengandung unsur pelesetan bahasa. Teknik lanjutan untuk penelitian bahasa dalam bentuk tertulis adalah teknik catat, yakni peneliti mencatat beberapa data yang relevan dengan topik penelitian.

Setelah data diperoleh, usaha selanjutnya adalah menganalisis data. Dalam penelitian ini, data diolah dan dianalisis dengan metode kualitatif. Seperti diungkapkan Chaer (2007:12) bahwa di dalam penelitian kualitatif data yang ditemukan langsung dianalisis, tidak ditumpuk dulu sampai jumlah tertentu seperti dalam penelitian kuantitatif. Bisa saja kajian kualitatif ini hanya sampai pada tahap penjelasan (eksplanasi) mengenai data. Dengan demikian, korpus data yang telah ada ditambahkan dengan deskripsi dan ditafsirkan. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian diklasifikasikan dan diidentifikasi. Setelah melalui proses klasifikasi dan identifikasi, data yang ternyata tidak memenuhi syarat kemudian disisihkan.

Penelitian ini bersifat kualitatif, karenanya hasil-hasil pengamatan perlu ditafsirkan dalam bentuk uraian tanpa menyebutkan jumlah atau menghitung kekerapan kemunculan. Dengan demikian, dalam penelitian ini data disajikan dengan teknik informal, yaitu paparan yang menggunakan kata-kata biasa (Sudaryanto, 1993:144).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Strategi Resistansi di Balik Penggunaan Bahasa**

Bentuk strategi resistansi pada penamaan usaha kedai kuliner kaki lima adalah strategi resistansi tertutup. Resistensi tertutup memanfaatkan bentuk bahasa

sebagai kritik atas kekuatan dominan. Melalui strategi resistansi tertutup, pengusaha kuliner kaki lima tidak hanya mengekspresikan gagasannya, melainkan juga menunjukkan identitas sosialnya. Berikut adalah bentuk resistansi yang dilakukan para pengusaha kedai kuliner kaki lima di Kota Semarang.

### **1. Resistansi *Wong Cilik* Terhadap Isu Ekonomi**

Data yang berturut-turut menunjukkan resistansi terhadap isu ekonomi adalah *kafe ceret telu, café meong, ala ala café, café meong joss, café gaul den sukro*. Data tersebut menunjukkan bahwa bentuk lingual *kafe* dalam berbagai variasinya digunakan untuk merujuk pada bentuk usaha *angkringan*. Bentuk lingual *kafe* adalah perwujudan adanya kegelisahan dari para pengusaha kedai kuliner kaki lima terhadap isu ekonomi. Di tengah situasi sosial yang terus mengalami perubahan, pengusaha kedai kuliner kaki lima yang merupakan bagian dari kelas sosial *wong cilik* merasa terdesak oleh kekuatan para pengusaha kuliner dengan modal ekonomi yang besar.

Pengusaha kedai kuliner kaki lima adalah pihak yang tidak dominan dan lemah dalam pertarungan modal, secara khusus modal ekonomi. Analisis terhadap data di lapangan menunjukkan adanya bentuk strategi resistansi pengusaha kedai kuliner kaki lima terhadap isu ekonomi, yakni terhadap adanya dominasi dari para pengusaha dengan modal ekonomi yang besar.

Data di lapangan menunjukkan bahwa penggunaan bentuk lingual *kafe*—yang muncul dalam berbagai variasi—merupakan karena sesungguhnya merujuk pada kedai kuliner dengan modal usaha yang kecil. Padahal, secara literal *kafe* berarti ‘tempat minum kopi yang pengunjunnya dihibur dengan musik atau dapat juga disebut kedai kopi’. Ekspresi linguistik *kafe* yang diserap dari bahasa Spanyol ini identik dengan sebuah usaha dengan modal usaha yang besar, memiliki kesan elite, menjadi bagian dari gaya hidup modern, dan biasanya dikunjungi oleh masyarakat kelas atas.

Sementara itu, pengusaha kedai kuliner kaki lima dengan modal usaha yang kecil menggunakan bentuk lingual *kafe* sebagai penyimpangan semantis. Makna semula dari kata *kafe* berbeda dengan *angkringan*, yang dikenal sebagai warung makan berupa gerobak dorong dan ditutup dengan kain terpal plastik. Radhite mengungkapkan bahwa kata *angkring* atau *nangkring* yang dalam bahasa Jawa

mempunyai arti duduk santai. Angkringan memang sejatinya milik masyarakat kecil, atau *wong cilik*. Dan demikianlah awal-mula munculnya Angkringan, dari arus bawah yang juga ditujukan pada orang-orang rendahan. *Angkringan* yang telah lama dikenal oleh masyarakat Jawa merupakan bentuk usaha kuliner dengan modal usaha yang kecil.

Informan menyampaikan bahwa menu yang ditawarkan di *angkringan* adalah menu tradisional yang memiliki harga jual relatif murah, misalnya aneka gorengan seperti pisang goreng, tempe goreng, bakwan goreng, aneka menu nasi bungkus, cakar, sate usus, dan aneka minuman dingin maupun hangat.

Permainan bahasa yang dilakukan para pengusaha kedai kuliner kaki lima mengubah makna literal *kafe*. Selain itu, ketika bentuk *kafe* dipadukan dengan bentuk-bentuk linguistik seperti *ceret telu* dan *meong*, maka citra *kafe* pun bergeser, dari yang sebelumnya terkesan elite menjadi lebih merakyat. Sebagaimana informan menyampaikan bahwa *Kafe* kan tempat berkumpul untuk minum dan ngobrol, tidak usah cari yang mahal, ini juga *kafe*. Dari hal ini, bentuk lingual *kafe* pada nama usaha tersebut menunjukkan strategi resistansi pengusaha kedai kuliner kaki lima terhadap dominasi pengusaha dengan modal ekonomi yang besar.

## 2. Resitansi *Wong Cilik* Terhadap Isu Politik

Resistansi pengusaha kedai kuliner kaki lima terhadap isu politik ditunjukkan dengan munculnya bentuk linguistik sebagaimana tampak pada data *warung makan "DPR"* dan *republik penyset temu rosso*. Pengusaha kedai kuliner kaki lima menggunakan ekspresi linguistik *DPR* dan *republik* sebagai bentuk pelesetan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kritik terhadap pihak yang memiliki kekuasaan dalam bidang politik, tetapi dianggap tidak berpihak pada PKL sebagai kaum minoritas. DPR adalah singkatan yang secara umum dipakai untuk merujuk pada Dewan Perwakilan Rakyat, yakni badan legislatif yang anggotanya terdiri atas para wakil rakyat. Anggota DPR memiliki posisi yang terhormat dalam pandangan masyarakat karena mereka memperjuangkan aspirasi rakyat.

Pengusaha kedai kuliner kaki lima mengubah DPR menjadi singkatan dari *di bawah pohon rambutan* dan ada pula yang menjadikannya singkatan dari *di*

*bawah pohon rindang*. Mengacu pada teori Scott, resistansi tertutup mengarah pada upaya melakukan penolakan terhadap kategori-kategori yang dipaksakan kepada masyarakat, serta penarikan kembali rasa hormat kepada pihak penguasa. Dalam hal ini, penarikan rasa hormat itu dilakukan dengan melakukan penyimpangan terhadap kepanjangan singkatan DPR. Untuk menjaring persepsi *wong cilik* terhadap DPR, wawancara dilakukan terhadap pengusaha kedai kuliner kaki lima yang berinisial DJ. Ia berpendapat bahwa DPR seharusnya menjadi tempat untuk suara *wong cilik* diperdengarkan, namun faktanya hanyalah ruang beradu kepentingan para politikus/ orang partai yang mengatasnamakan rakyat. Dalam hal ini, pelesetan menjadi sarana melakukan kritik terhadap pemerintah.

Ketua Asosiasi pedagang kaki lima (PKL) Semarang, yakni Bapak Ngadino, mengungkapkan keluhan-keluhan yang selama ini dialami oleh PKL.

*“Tidak ada yang mendukung PKL. Tidak ada yang mau mengayomi orang kecil, berani menantang untuk orang yang dianggap hina dan tidak memberi nilai. Dalam hal ini, PKL seharusnya dilihat sebagai wong cilik yang tengah berjuang untuk menghidupi keluarganya. Relokasi bukan masalah aset tapi bagaimana ketika PKL ditempatkan dan masih bisa hidup. Asosiasi minta opsi pada pemerintah supaya nasib PKL jelas.”*

Melalui wawancara lebih jauh, ditemukan keprihatinan utama PKL, yakni mulai dari adanya intimidasi oleh Satpol PP, isu penggusuran, ancaman premanisme, sampai ketidakberpihakan pemerintah pada PKL yang notabene *wong cilik* dan tidak berdaya. Setiap saat, para pedagang kaki lima dihinggapi perasaan was-was akibat isu penggusuran. Belum lagi upaya relokasi yang justru membuat PKL kehilangan konsumen. Kegelisahan PKL ini senada dengan ungkapan Saksono (2011:126) bahwa masyarakat Jawa dewasa ini mengalami frustrasi, merasa tidak aman baik secara ekonomi (harga barang-barang yang terus meningkat), psikologis (tidak melihat adanya hari depan yang cerah), sehingga orang Jawa, dan orang Indonesia lain, merasa terancam.

Ketua Asosiasi PKL juga menekankan bahwa masyarakat kecil ini dilindungi undang-undang dan sesungguhnya dipelihara oleh negara. Oleh karenanya, seharusnya pemerintah memikirkan nasib dan penghidupan mereka. Namun para PKL ini justru merasa tidak ada keberpihakan dari pemerintah terhadap segala

upaya mereka. PKL menjadi pihak yang disingkirkan dan terpinggirkan tanpa diperhitungkan nasibnya secara bijak.

Republik yang secara literal diartikan sebagai ‘bentuk pemerintahan yang berkedaulatan’ pun dipelesetkan menjadi nama usaha *republik penyet temu rosso*. Pelesetan ini merupakan bentuk penyimpangan terhadap makna kata republik dan dengan demikian menunjukkan adanya strategi resistansi tertutup.

Masyarakat Jawa memiliki kemampuan kultural untuk menertawakan ironi dengan maksud membuat konflik menjadi tidak muncul ke permukaan. Bentuk komunikasi yang demikian cenderung memanfaatkan ekspresi bahasa yang bersifat tidak langsung. Dengan demikian, dapat dilihat strategi pengusaha kedai kuliner kaki lima yang melakukan resistansi tertutup terhadap dominasi penguasa dengan modal politik yang besar.

### **3. Resistansi Wong Cilik Terhadap Isu Budaya**

Resistansi pengusaha kedai kuliner kaki lima terhadap isu budaya ditunjukkan dengan munculnya bentuk linguistik sebagaimana tampak pada data *tak kasih murah, larisso, geole, warnyet, tahoo, kobo peduli, dan woles bro*.

Data *tak kasih murah* dan *larisso* adalah bentuk yang memanfaatkan citra bunyi sehingga seakan-akan orang yang membacanya sedang membaca bahasa asing. Hal ini karena nama *takkasihmurah* mirip dengan kaidah fonotaktik dalam bahasa Jepang dan nama *larisso* mirip dengan kaidah fonotaktik dalam bahasa Spanyol. Padahal, deretan bunyi ini sesungguhnya mengekspresikan bentuk kata dalam bahasa Indonesia dan bahasa Jawa.

Hal ini menggambarkan bahwa para pengusaha kedai kuliner kaki lima menyadari adanya isu budaya, yakni kenyataan bahwa saat ini masyarakat menyukai bahkan cenderung bangga dengan bahasa dan budaya asing. Dengan adanya berbagai media, budaya asing saat ini jauh lebih mudah diakses masyarakat, dari kelas atas sampai kelas bawah. Hal ini berdampak positif karena memacu perubahan ke arah yang lebih baik, namun di sisi lain telah mengantarkan masyarakat menjadi tercerabut dari akar budayanya sendiri.

Modernitas dalam kehidupan manusia saat ini memang tak terhindarkan. Budaya modern, dan segala hal yang berbau gaya hidup modern seolah-olah

mengharuskan masyarakat untuk melebur di dalamnya. Bila tidak, ada ketakutan bahwa mereka yang tidak mengikuti gaya hidup modern ini akan dilabeli ‘*ketinggalan zaman*’.

Data *geole*, *warnyet*, dan *tahoo* menunjukkan bahwa masyarakat telah beralih ke gaya hidup yang sarat dengan akses teknologi komunikasi. Kemajuan bidang teknologi telah memudahkan akses informasi dan komunikasi. Bila dalam tradisi kuno masyarakat sebuah pertemuan dilakukan secara langsung, sekarang silaturahmi bisa dilakukan melalui dunia maya. Bisnis pun banyak yang berkembang dan beralih ke jalur *online*. Hal ini tentu saja membawa perubahan yang besar terhadap gaya hidup masyarakat. Dengan adanya kemajuan teknologi dan internet, mobilitas masyarakat untuk bertatap muka secara langsung menjadi berkurang karena telah terbantu dengan teknologi tersebut. Masyarakat lebih memilih untuk banyak menghabiskan waktu di hadapan komputer atau *gadget* untuk *brwosing*, *chatting*, atau pun komunikasi melalui internet lainnya.

Perkembangan teknologi informasi ini turut serta membawa gejala individualistis dan keterasingan terhadap lingkungan sekitar. Bahkan, meskipun dua orang berada pada satu ruangan yang sama, bisa saja keduanya tidak berkomunikasi satu dengan yang lain karena masing-masing sudah disibukkan dengan perangkat teknologi. Selain itu, masyarakat juga memiliki keengganan menghabiskan waktu untuk mengobrol santai di dunia nyata karena banyak hal dapat diperoleh di dunia maya. Konsumerisme bukan hanya sekedar “gaya hidup” dangkal, melainkan berakar pada suatu filsafat yang lebih dalam (individualisme).

Data *woles bro* menunjukkan resistansi terhadap gaya hidup yang serba instan, yang menuntut ritme hidup masyarakat menjadi serba tergesa-gesa dan berlomba-lomba dengan waktu. Informan menyampaikan bahwa pemilihan nama itu bertujuan agar orang menjadi santai dan banyak waktu untuk bercakap-cakap. Hal ini dikuatkan oleh informan lain, yakni Pak Rardi sebagai berikut:

“*Biar rasah kemrungsung mbak, urip kok kemrungsung. Santai ngono lo, urip kan mung mampir ngobe/ biar tidak tergesa-gesa mbak, hidup kok tergesa-gesa. Santai begitu lo, hidup kan hanya singgah minum*”.

Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha kedai kuliner kaki lima melakukan resistansi terhadap gaya hidup yang menjadikan masyarakat menjadi tergesa-gesa

dan bertentangan dengan falsafah hidup Jawa yang cenderung menghindari sikap *grusa-grusu* ‘tergesa-gesa’.

Hadirnya angkringan dalam interaksi sosial masyarakat menghadirkan suasana yang santai dan menekankan faktor interaksi sosial melalui kekayaan topik obrolan. Di warung rakyat semacam ini, masyarakat bisa duduk bersantai untuk membicarakan banyak hal. Kusumaningrat menyatakan bahwa format kesantaiannya memang sudah menjadi *trade mark*-nya. Jangan heran kalau dari warung-warung semacam ini justru isu-isu politik, sosial, ekonomi, keamanan, togel, kriminalitas, selingkuh tetangga, dan seterusnya itu dibahas dan diperdebatkan dengan hangat karena di warung-warung semacam ini orang justru bisa lebih rileks dan bebas dalam berpikir dan berbicara.

## **B. Identitas *Wong Cilik* dalam Pelesetan Bahasa**

Data *kafe ceret telu* dan *café gaul den sukro* menunjukkan bahwa pelesetan terjadi dengan mempermainkan bentuk lingual *kafe*. Namun demikian, dalam nama usaha tersebut tetap tampak identitas lokal yang sengaja dibangun oleh pemilik usaha. Dengan demikian, dapat ditafsirkan bahwa pengusaha kedai kuliner tidak takluk pada kekuatan dominan, tetapi mereka menunjukkan identitasnya sebagai perlawanan balik. Dalam hal ini, identitas digunakan sebagai kekuatan bertahan.

Identitas yang dibangun pengusaha kedai kuliner kaki lima yang masuk kategori *wong cilik* tampak dengan pemilihan bahasa daerah sebagai penanda eksistensi. Hal ini tampak dalam data yang menggunakan bentuk lingual *kafe ceret telu*. *Ceret telu* merupakan konstruksi dalam bahasa Jawa. *Ceret* berarti ‘cerek (tempat air minum)’ dan *telu* berarti tiga. Demikian pula untuk penggunaan bentuk *den sukro*. *Den* merupakan kependekan dari *raden* yang biasa dipakai sebagai honorifik/ panggilan hormat pada bangsawan dalam masyarakat Jawa. Adanya bentuk lingual berbahasa Jawa merupakan sarana untuk menunjukkan identitas pengusaha kedai kuliner kaki lima yang tetap merupakan bagian dari masyarakat tradisional yang bangga dengan identitas kedaerahannya.

Selain itu, identitas juga direpresentasikan melalui penamaan warung makan *takkasihmurah* yang menunjukkan bahwa warung makan tersebut memiliki harga yang murah. Ekspresi lugas harga yang murah menunjukkan bahwa pengusaha

kuliner tersebut meraih hati calon konsumennya dengan sebuah tindak tutur komisif, yakni menjanjikan harga yang murah.

Identitas wong cilik juga ditunjukkan dengan sifat peduli yang tinggi, sebagaimana tampak dalam nama penamaan *koboi peduli*. Menurut Kusumaningrat predikat *warung koboi* karena gaya dan suasana yang diciptakannya benar-benar ngoboi: santai, bebas. Sementara itu, munculnya kata *peduli* adalah upaya untuk menunjukkan identitas wong cilik, yakni komunitas yang memiliki solidaritas dan kepedulian sosial

Dengan demikian, identitas yang dibangun *wong cilik* melalui penamaan kedai kuliner tersebut adalah harga yangb murah, tradisional, memiliki solidaritas/ kepedulian, dan santai. Para pengusaha kedai kuliner kaki lima ini mengakui identitasnya sebagai bagian dari *wong cilik* tetapi mereka ingin memiliki eksistensi dan dianggap memiliki modal sehingga anggota guyub sosialnya memiliki solidaritas dan saling menguatkan di tengah tekanan dominasi pengusaha dan penguasa dengan modal ekonomi dan sosial-politik yang kuat.

Melalui penamaan kedai kuliner, *wong cilik* melakukan resistansi terhadap kehidupan yang semakin sulit, banyaknya harapan yang semakin sukar diwujudkan, ataupun hilangnya ruang bagi mereka untuk berinteraksi dengan hangat. Pelesetan bahasa menjadi cara untuk membangun eksistensi dalam tarik menarik dan pertarungan distribusi modal serta strategi untuk mengubah posisi terhadap kelompok penguasa.

## **KESIMPULAN**

Penamaan tempat usaha dengan nama yang dianggap pas diyakini dapat menarik minat calon konsumen dan kemudian diharapkan mengikat konsumen tersebut. Memang tidak semua tempat usaha diberi label merek oleh pemiliknya, tetapi penamaan tempat usaha ini mengandung pencitraan tertentu, sama seperti halnya merek tas, minuman ringan, atau perusahaan.

Salah satu usaha penamaan tempat usaha kuliner kaki lima di Semarang yang dilakukan para pemiliknya adalah dengan menggunakan pelesetan. Pelesetan digunakan sebagai salah satu alat membuat “tampilan” tertentu (*branding*) dari nama tempat usaha kaki lima yang ada di Kota Semarang. Karena *branding* nama

tempat usaha dibuat dari pelesetan, diharapkan para pelanggannya adalah dari generasi muda yang menyukai hal-hal yang dianggap agak “nyleneh” tidak biasa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Chaer dan Leonie Agustina. 1995. *Sosiolinguistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariel Heryanto. 1996. “Pelecehan dan Kesewenang-wenangan Berbahasa Plesetan dalam Kajian Berbahasa dan Politik di Indonesia” dalam *PELLBA 9: Linguistik Lapangan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Chaer, Abdul. 2007. *Kajian Bahasa: Struktur Internal, Pemakaian, dan Pemelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, Yusran. 2009. *Resistensi dalam Kajian Antropologi*. (<http://www.timur-angin.com/2009/08/resistensi-dalam-kajian-antropologi.html>, diakses 20 Maret 2015).
- Harimurti, Kridalaksana. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Mahsun. 2006. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Teknisnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy. 1991. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Panca, M. Tri. 2011. *Resistensi Pedagang Pasar Sumber Arta Bekasi Barat*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Skripsi tidak diterbitkan.
- Sudaryanto, 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Usman, Sunyoto. 2004. *Sosiologi: Sejarah, Teori, dan Metodologi*. Yogyakarta: CIRED.
- Wardhaug, Ronald. 2006. *An Introduction to Sociolinguistics*. Edisi 5. United Kingdom: Blackwell Publishing.

