

BAB 5

Kesimpulan

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang didapatkan, Angkringmen termasuk kepada ruang kosmopolitan berdasarkan pada istilah kosmopolitan yang digunakan untuk menunjukkan bagaimana Angkringmen merupakan ruang urban yang kosmopolitan. Istilah-istilah kosmopolitan yang digunakan dari pemaparan ini ini diperkuat dengan konsep *cosmopolitan is business* yang dibahas oleh Craig Calhoun, *ordinary cosmopolitanism* yang dimunculkan oleh Lamont dan Aksartova, *mundane cosmopolitanism* yang dimaknai oleh Szerszynski dan Urry, dan istilah yang dibentuk oleh Louisa Schein, *imagined cosmopolitanism*.

Angkringmen dengan model semi-modern ini menggunakan banyak konsep yang diaplikasikan, mulai dari konsep tampilan, konsep suasana yang dibangun, dan jenis makanan yang dijual. Yang pertama konsep tampilan dari Angkringmen ini menggunakan lampu LED berwarna kuning yang sangat sering ditemui pada kafe-kafe maupun kedai kopi berkonsep *american coffeehouses*. Karena penggunaan lampu yang temaram ini dianggap menambah kesan yang *instagramable* jika ingin mengambil foto di dalamnya. Lalu *neon box* berbentuk bulat dengan gambar logonya juga terpajang dengan apik di sana. Kemudian lapak duduk para pengunjung juga disediakan dengan melesah yang dialasi dengan tikar plastik dan meja kecil untuk tempat mereka makan.

Selain tampilan yang diperlihatkan, suasana yang dibangun pun tidak hanya melalui penerangan lampu yang menemani malam para pengunjung di

Angkringmen, terdapat juga lagu-lagu yang mengiringi malam. Dengan pilihan lagu berbahasa Inggris ataupun berbahasa Indonesia, para penjual menyetelnya melalui *speaker* yang di taruh di bagian depan gerobak tempat mereka menaruh jualannya. Sejalan dengan makanan-makanan yang dijajakan dan rencengan minuman yang digantung di bagian samping gerobak.

Jenis makanan dan minuman yang dijual di Angkringmen dapat ditemui di tiga jenis penjual kulineran pinggir jalan, diantaranya adalah angkringan, warung kopi, dan warung pecel lele dan ayam. Meskipun tidak semuanya dapat ditemui, tetapi kebanyakan menunya terjual di di Angkringmen seperti minuman serbuk yang tinggal seduh dan menu mie yang biasanya lebih banyak ditemui di warung kopi. Lalu nasi uduk, ayam goreng, lele goreng, dan tahu tempe bacem yang biasa ditemui di warung pecel ayam dan lele. Dari angkringan itu sendiri, menu yang sering dijumpai adalah sate usus, sate kulit, sate hati ampela, dan teh tarik.

Keberagaman menu ini menjadi daya tarik tersendiri karena dirasa Angkringmen menyediakan segala macam makanan yang dapat dipilih oleh pengunjung yang kebanyakan kaum milenial. Namun, tak jarang juga, bapak-bapak menjadi pengunjung Angkringmen. Keseluruhan menu yang tersedia ini dapat dinikmati juga oleh pembeli yang tidak bisa datang ke Angkringmen. Dengan melakukan pemesanan melalui akun *instagram* dan aplikasi *Gojek* pada fitur *GoFood*, pembeli masih tetap dapat menikmati makanan yang dijual di Angkringmen.

Penggunaan aplikasi berbasis internet ini juga termasuk pada bentuk *imagined cosmopolitanism* karena menunjukkan bahwa lokalitas dapat

digambarkan dan dipromosikan melalui media global yang terhubung dengan internet sebagai bentuk interaksi daripada hanya sekedar akuisisi barang dari negara asing. Penggunaan aplikasi *Instagram* juga merupakan salah satu contoh yang saya pahami pada *ordinary cosmopolitanism* dan *mundane cosmopolitanism* karena aplikasi menjembatani interaksi antara pengusaha dengan para pelanggan dan calon pelanggan. Beberapa fitur yang tersedia dapat memberikan gambaran tentang bagaimana bentuk asli dari ruang tersebut.

5.2. Saran

Selama penelitian, baik ketika observasi dan penulisan, saya menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang saya lakukan terutama dari cara pengumpulan data, analisis data, maupun memaparkan data temuan. Di dalam penelitian ini saya lebih memfokuskan pada ruang, aplikasi, dan konsep dari sisi Angkringmen itu sendiri. Saya kurang memaparkan dari sisi pengunjung dan wacana yang dihasilkan dari pengunjung yang datang. Selain itu saya juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam pemberian data temuan dari Angkringmen.

Research Summary

From the research results obtained, Angkringmen belongs to a cosmopolitan space based on the term cosmopolitan which is used to show how Angkringmen is a cosmopolitan urban space. The cosmopolitan terms used in this presentation are reinforced by the concept of cosmopolitan is business discussed by Craig Calhoun, ordinary cosmopolitanism raised by Lamont and Aksartova, mundane cosmopolitanism interpreted by Szerszynski and Urry, and the term coined by Louisa Schein, imagined cosmopolitanism. .

Angkringmen with a semi-modern model uses many concepts that are applied, starting from the concept of appearance, the concept of the atmosphere that is built, and the type of food sold. The first display concept from Angkringmen uses yellow LED lights which are very often found in cafes and coffee shops with the concept of american coffeehouses. Because the use of dim lights is considered to add an Instagramable impression if you want to take photos in it. Then a round neon box with a logo image is also beautifully displayed there. Then the visitors' booths are also provided with a slab covered with plastic mats and a small table for them to eat.

In addition to the display shown, the atmosphere that is built is not only through the lighting of the lights that accompany the night visitors at Angkringmen, there are also songs that accompany the night. With a choice of songs in English or in Indonesian, the sellers tune them through the speakers that are placed on the front of the cart where they place their merchandise. Parallel to the food being peddled and the string of drinks hanging on the side of the cart.

The types of food and drinks sold at Angkringmen can be found in three types of street food vendors, including angkringan, coffee shops, and pecel catfish and chicken stalls. Although not all of them can be found, most of the menus are sold at Angkringmen such as powder drinks that are just brewed and noodle menus which are usually found in coffee shops. Then rice uduk, fried chicken, fried catfish, and tofu and tempeh bacem which are commonly found in chicken and catfish pecel stalls. From the angkringan itself, the menus that are often found are intestine satay, skin satay, gizzard liver satay, and teh Tarik.

The variety of this menu is the main attraction because it is felt that Angkringmen provides all kinds of food that can be chosen by visitors, mostly millennials. However, not infrequently, gentlemen are visitors to Angkringmen. The entire available menu can also be enjoyed by buyers who cannot come to Angkringmen. By placing an order through an Instagram account and the Gojek application on the GoFood feature, buyers can still enjoy the food sold at Angkringmen.

The use of this internet-based application is also considered a form of imagined cosmopolitanism because it shows that locality can be described and promoted through global media connected to the internet as a form of interaction rather than just the acquisition of goods from foreign countries. The use of the Instagram application is also one example that I understand of ordinary cosmopolitanism and mundane cosmopolitanism because the application bridges the interaction between entrepreneurs and customers and potential customers. Some of the available features can give you an idea of how the original shape of the space will look.