

Konstruksi dan reproduksi nostalgia wedangan dalam transformasi citra Kota Solo = Constructing and reproducing nostalgia wedangan in transformation of the Solo's City image

Danang Salahuddin Aditya Lukmana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20494288&lokasi=lokal>

Abstrak

Wedangan merupakan sebuah konsep ruang kuliner lokal tempat masyarakat di kota Solo mengisi waktu senggang terutama di malam hari. Wedangan yang dikenal sebagai konsumsi kelas bawah telah memainkan peran penting memberikan gambaran sejarah dan memori terkait perkembangan serta transformasi kota Solo dari masa ke masa. Ketika Solo mencanangkan visi pembangunan kota menggunakan pendekatan Eco Cultural City dengan mengusung romantisme nilai-nilai kebudayaan masa lalu, wedangan dipilih sebagai studi kasus karena kemampuannya membangun nostalgia masa lalu dalam merekonstruksi identitas Solo yang lebih pro rakyat dan non-feodal. Terkait hal tersebut, penulis memilih tiga wedangan sebagai studi kasus, yaitu Cafe Tiga Tjeret, Wedangan Pendopo, dan Wedangan Pak Yo/Kemin, untuk mengulas bagaimana strategi pemosisian jenama dari para pelaku usaha wedangan dalam mengkomodifikasi nostalgia sambil merekonstruksi identitas kota Solo. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, ditemukan tiga cara berbeda dalam strategi pemosisian jenama antar wedangan yaitu, praktik upscaling wedangan mengikuti gaya kafe urban kontemporer; merancang nuansa nostalgia dalam wedangan melalui barang-barang bernuansa retro maupun vintage dan terakhir tetap bertahan dengan konsep yang telah dikembangkan sejak puluhan tahun. Penelitian ini menunjukkan permasalahan terkait upaya menjadikan aspek keseharian masyarakat sebagai narasi pembentukan representasi identitas dan citra kota Solo. Pada akhirnya upaya tersebut membuatnya terjebak dalam praktik-praktik komodifikasi dan komersialisasi.

<hr>

Wedangan a local culinary space where people in Solo city can engage in leisure time particularly at night. Wedangan, which was formerly known as a lower class consumption, has played a substantial role in Solos historical trajectory and its identity transformation. When Solo launched the vision of urban development using the Eco Cultural City approach by carrying out the romanticism of past cultural values, wedangan was chosen as a case study because it signifies the process of stimulating nostalgia of the past in reconstructing a more proletary and non-feudal identity of Solo. The author chose three areas as a case study, which are Cafe Tiga Tjeret, Wedangan Pendopo, and Wedangan Pak Yo/Kemin, to explore how the positioning strategies from their owners and represents different ways of commodifying nostalgia whilst reconstructing the citys identity. Based on the results of the interviews and participant observations, research findings show the three different strategies of brand positioning between the three wedangan, which are, the upscaling in order to replicate the contemporary urban cafe style designing nostalgic ambience in wedangan through retro or vintage materials and sticking with the concept that has been developed for decades. This research shows the complex process to make the everyday aspects of society as a part of the city narrative in order to build the identity of Solo, which predominantly entails practices of commodification and commercialization.