

Perlawanan yang Menguntungkan:

Restoran Organik dalam *Slow Food Movement* di Yogyakarta

ABSTRAK

Kehadiran revolusi industri yang disangka sebagai jawaban dari berbagai konflik sosial nyatanya masih memiliki dampak negatif. Munculnya industri *fast food* dan revolusi hijau menimbulkan kebiasaan hidup serba instan, salah satunya dalam proses makan pada masyarakat modern. Kebiasaan ini menimbulkan dampak negatif pada beberapa aspek, khususnya kesehatan, menghilangnya varietas lokal dalam pertanian, maupun terhambatnya petani lokal untuk berkembang. Atas keprihatinan tersebut Carlo Petrini melakukan gerakan perlawanan di Italia, dilambangkan dengan gambar siput dan diberi nama *slow food*. *Slow food* melakukan gerakan perlawanan terhadap *fast food*, tiga nilai yang menjadi pedoman yaitu *good*, *clean*, dan *fair* menjadi salah satu tanda perlawanan. Indonesia turut menjalankan gerakan tersebut, terutama di tiga kota besar yaitu Jakarta, Yogyakarta, dan Bali. Gerakan *slow food* di Yogyakarta aktif dilakukan oleh teman-teman penggiat organik yang terdiri dari petani, produsen, dan artisan. Dalam melakukan gerakan mereka juga berusaha menawarkan makanan alternatif. Makanan alternatif yang mereka tawarkan merupakan hasil dari produksi mereka sendiri. Fenomena ini kemudian digambarkan menjadi salah satu bentuk komodifikasi dari gerakan *slow food*.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode studi kasus, dimana fenomena gerakan *slow food* di Yogyakarta menjadi kajian di dalamnya. Teori Vincent Mosco mengenai komodifikasi menjadi pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Teori ini menjelaskan bagaimana sebuah barang menjadi sebuah komoditas baru, dimana melalui dua proses yaitu spesialisasi dan strukturasi. Dua proses tersebut kemudian menjadikan benda yang sebelumnya memiliki nilai guna, menjadi nilai tukar. Komodifikasi juga dapat dilihat dari tiga elemen yaitu konten, audiens, dan pekerja. Tiga elemen ini juga menjadi faktor mengapa akhirnya gerakan *slow food* dapat dikatakan sebagai komodifikasi.

Gerakan *slow food* di Yogyakarta aktif dilakukan oleh penggiat organik terutama dalam berbagai kegiatan kampanye. Kampanye dilakukan terutama dalam kegiatan pasar organik, media sosial, atau berbagai kegiatan dari masing-masing penggiat organik. Melalui kegiatan kampanye ada usaha lain yang dilakukan secara bersamaan yaitu melakukan promosi, baik produk mereka sendiri maupun sesama penggiat organik. Adanya tindakan promosi dalam kegiatan kampanye mengarah kepada kegiatan komodifikasi dalam gerakan *slow food*.

Kata kunci: gerakan *slow food*, *slow food*, kampanye, komodifikasi, perlawanan

An Advantagious Resistance: Yogyakarta's Slow Food Movement on Organic Restaurants

ABSTRACT

The absence of industrial revolution which is considered as a solution for many social conflicts are indeed still got a lot of negative impacts. With the coming of fast food industries and green revolution, especially in food processing for modern people, made us more aware of this new instant habit in life. This habit gives a lot negatice compacts for a few aspects. E.g, health problems and the lost of local varieties in farming industries, including how hard for local farmers to develop more. As for that concerns, Calo Petrini a pioneer who have done a great revolution in Italy, made a new petition called Slow Food, whici is symbolized by a snail. Slow food is one of the fight movement to resist against fast food. slow food has three main values: good, clean, and fair as their fight marks. Indonesia is also participating the slow food movement, especially in 3 major cities: Jakarta, Yogyakarta, and Bali. Slow food movement in Yogyakarta is actively done by organic farmers, producent, and artisan. In doing this act, they also give alternative food as a solution. Their alternative food is the products of their own. This phenomenon is then considered as a commodification of slow food movement.

The reseach is being done with study cases methods in qualitative with slow food movement in Yogyakarta as the issue. Vincent Mosco theory about commodification is used by the researcher to explain the phenomenon. The theory explains how an object can be turned to be a new commodity with a two way processes, specialization and structuration. This two process then made an object which before only have a use value, to be turned into trade value. Commodification can also be seen from three elements: content, audience, and the labour. This three elemet is a factor why the slow food movement can be said as commodification.

Slow food movement in Yogyakarta is actively done by organic worker in many campaigns. The campaign is mainly being used in orani market act, social media, or many acts form each of organik workers. By doing this campaign there are other works to be done together such as doing promotions for their products and other organic workers. The promotions in campaign is an act towards commodification in slow food movement.

Key words: *slow food movement, slow food, campaign, commodification, resistance*



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERLAWANAN YANG MENGUNTUNGAN: RESTORAN ORGANIK DALAM GERAKAN SLOW FOOD
DI YOGYAKARTA**

KAROLINA YEMIMA WARD, Prof. Dr. Heru Nugroho

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PERLAWANAN YANG MENGUNTUNGAN: RESTORAN ORGANIK DALAM GERAKAN SLOW FOOD
DI YOGYAKARTA**

KAROLINA YEMIMA WARD, Prof. Dr. Heru Nugroho

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>