

# Tourism Kill The City: Refleksi Gerakan Jogja Ora Didol Sub Kelompok Milenial Urban di Era Digital Studi Kasus Kelompok Lamidet Society

Cahyaratri Hari Kinasih<sup>1</sup>, Susanto<sup>2</sup> and Wardo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sebelas Maret University, Ir.Sutami St no.36 ,Surakarta,Indonesia

cahyaratrihk@student.uns.ac.id

## INFO ARTIKEL

### Tanggal Artikel:

Diajukan : 20 September 2023

Diterima : 21 November 2023

Diterbitkan : 29 Desember 2024

**Kata Kunci :** Pariwisata, Media Sosial, Perlawanan, Perkotaan

**Keywords:** Tourism, Social Media, Resistance, Urban



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Sebelas Maret.

## ABSTRAK

Persoalan penting kota Yogyakarta sebagai citra kota wisata menjadi hal yang terus diperbincangkan khususnya oleh sekelompok anak muda yang membentuk sebuah kolektif. Praktik kekuasaan melalui kebijakan ke arah pembangunan yang masif disebut-sebut telah menggeser sosial budaya masyarakat Yogyakarta. Munculnya dominasi menimbulkan penolakan dan perlawanan di beberapa kelompok sosial serta munculnya gerakan-gerakan yang menekan pihak-pihak terkait untuk selalu membenahi kebijakan-kebijakan yang merugikan. *Tourism Kill The City* merupakan slogan yang lahir dari semangat perlawanan di media sosial akhir-akhir ini terhadap permasalahan sosial budaya di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori Resistensi J.Scoot dengan sumber data wawancara dan observasi. *Tourism Kill The City* menjadi slogan yang menarik perhatian pengguna media khususnya twitter, sebagai cerminan dari gerakan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lahirnya slogan *Tourism Kill The City* dan mendeskripsikan bagaimana

kelompok Masyarakat Lamidet melakukan perlawanan dan penindasan terhadap pihak-pihak yang membidangi pembangunan khususnya pariwisata di Yogyakarta.

## ABSTRACT

An important issue in the city of Yogyakarta as a tourist city image is something that continues to be discussed, especially by a group of young people who form a collective. The practice of power through policies towards massive development is said to have shifted the socio-culture of the people of Yogyakarta. The emergence of domination creates rejection and resistance in several social groups and the emergence of movements to pressure related parties to always fix harmful policies. *Tourism Kill The City* is a slogan that was born with the spirit of resistance in social media lately against socio-cultural issues in Yogyakarta. This research is a descriptive research with a qualitative approach. The theory used is J.Scoot's Resistance theory with data sources of interviews and observations. *Tourism Kill The City* became a slogan that attracted the attention of media users, especially twitter, as a reflection of the previous movement. This research aims to describe the birth of the *Tourism Kill The City* slogan and describe how the Lamidet Society group resisted and suppressed the parties in charge of development, especially tourism in Yogyakarta.

## 1. PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah dengan konsep wisata yang menarik di Indonesia. Keistimewaan Yogyakarta masih menjadi tempat yang menjadi pilihan untuk dikunjungi dengan segala iklan dan cara pemerintahan Yogyakarta menjaga eksistensi tersebut. Hal demikian dibuktikan dari data statistika yang mencatat bahwa ada peningkatan wisatawan setiap tahunnya termasuk di era *pasca* pandemi. Catatan terakhir pada akhir tahun 2022 bulan November peningkatan wisatawan naik sebesar 0,75% (BPS.Prov DIY). Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki satu kota dan tiga kabupaten dengan data wisata daerah yang juga cukup banyak tersebar di keempat tempat tersebut baik wisata alam maupun wisata budaya. Kota Yogyakarta merupakan kota dengan luas 32,50% dengan artian bahwa Kota Yogyakarta hanya 1,02% dari luas DIY. Jika dilihat dari segi kepopuleran, Kota Yogyakarta menjadi salah satu *iconic* wisata budaya di DIY. Adanya icon wisata tersebut membuat Kota Yogyakarta menjadi pusat wisata yang wajib di kunjungi. Keadaan semacam ini membuat pembangunan diberbagai sektor terus dilakukan untuk menunjang pariwisata di atas wilayah yang tidak luas.

Kota Yogyakarta memiliki empat belas kemantren/kecamatan dengan jumlah penduduk yang cukup padat, termasuk di dalam perkampungan maupun di bantaran kali yang melintasi Kota Yogyakarta. Kepadatan ini mulai

tumbuh dari tahun ke tahun hingga akhirnya terus melakukan pembangunan berkelanjutan yang mempengaruhi sosial-budaya di Kota Yogyakarta, termasuk pada sektor pariwisata yang harus menciptakan kemajuannya sehingga melakukan pembangunan sebagai penunjangnya. Sejak tahun 2010 Kota Yogyakarta terus mengalami pertumbuhan pembangunan, hingga puncaknya pada tahun 2012 setelah referendum keistimewaan terjadi berbagai konflik di masyarakat khususnya masyarakat Yogyakarta. Pembangunan wisata masif melatarbelakangi industrialisasi tumbuh di Kota Yogyakarta, dengan demikian kapitalisme juga terbangun di Kota Yogyakarta. Kapitalisme menurut Kurniawan merupakan sistem dengan dukungan teknologi modern untuk produksi dan keuntungan yang lebih besar lagi (dalam Ahmada&Susetiawan, 2021). Meskipun kapitalisme sangat mendukung roda ekonomi, namun dampak dari kapitalisme bisa mendorong kerusakan lingkungan tempat dimana manusia hidup dalam sebuah ekologi budaya.

Kapitalisme membangun pertumbuhan perekonomian dengan cepat dan dominasi sehingga menciptakan degradasi (Bili, 2022). Hal demikian menciptakan konflik di kelompok masyarakat yang tidak berdampak langsung dari kapitalisme. Masalah industri semacam ini menjadi latarbelakang timbulnya penolakan hingga perlawanan dari masyarakat lokal. Kasus sama muncul ketika PT. Semen Indonesia akan mendirikan pabrik semen di wilayah Kendeng, Rembang Jawa Tengah. Perempuan yang tergabung dalam Kartini Kendeng melakukan perlawanan terhadap kebijakan pemerintah pembebasan pembangunan PT. Semen Indonesia di wilayah Kendeng untuk menjaga lingkungan agar tetap lestari (Farez&Andhita, 2020). Tidak menutup kemungkinan hal ini terjadi pada industri pariwisata, pembangunan disektor pariwisata berdampak buruk juga untuk masyarakat di sekitarnya meski sebenarnya juga menguntungkan. Industri pariwisata yang dominan justru akan membunuh ekologi di sekitarnya. Venice Italia menjadi salah satu contoh pertumbuhan pariwisata pesat, jutaan orang berwisata ke Venice Italia mengakibatkan Venice terus melakukan pemenuhan kebutuhan pariwisata sehingga menggeser masyarakat lokal, seperti tempat tinggal dan sejarah yang mulai hilang (Gonzalez, 2018). Kasus ini menimbulkan protes warga lokal Venice terhadap kebijakan pemerintah setempat yang membuat kebijakan tanpa melihat dampak-dampak setelahnya. Digusur dan *overtourism* menjadi masalah utama akibat pariwisata kota Venice, banyak gerakan anti wisata muncul sebagai sub kelompok yang menentang dominasi.

Daerah Istimewa Yogyakarta juga termasuk provinsi dengan tingkat kunjungan pariwisata yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 hingga 2021 wisatawan lokal maupun mancanegara dengan rata-rata empat juta orang mengunjungi wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (Dinas Pariwisata Yogyakarta, 2021). Dengan antusias kunjungan wisata berdasarkan data statistik tersebut tidak bisa dipungkiri apabila Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan pembangunan penunjang wisata seperti akomodasi wisata berupa hotel, restoran, pusat oleh-oleh, dan penambahan tempat pariwisata yang tersebar di setiap kota maupun kabupaten. Tercatat sejak tahun 2019 jumlah akomodasi hotel mengalami peningkatan dari 779 unit sampai 2023 berjumlah 1.696 tersebar di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta meski dominasi berada di wilayah Kota Yogyakarta dan Sleman. Pembangunan ini terjadi dalam kurun sepuluh tahun terakhir, termasuk pada tahun 2012-2017 sekitar 288 hotel terbangun di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada rentan waktu itulah, kelompok warga lokal melakukan protes dan perlawanan dengan simbol "*Jogja Ora Didol*" oleh kelompok masyarakat warga berdaya. Isu masalah kekeringan menjadi faktor utama gerakan ini memuncak ditahun 2014. Krisis air di Kota Yogyakarta diakibatkan oleh pembangunan hotel karena penggunaan air tanah yang tidak *termonitoring* pemerintah. Kemantren Jetis menjadi salah satu contoh krisis air bersih yang dirasakan warga perkampungan khususnya disekitaran pusat pariwisata dan hotel-hotel, warga lokal harus mengambil air di kran yang berada di sekitar rumah karena sumur-sumur rumah mengalami kekeringan (Film Dok. Belakang Hotel, 2016).

Sejak krisis air dialami oleh banyak kemantren/kecamatan di wilayah Kota Yogyakarta, gerakan *Jogja Ora Didol* menjadi saangar populer khususnya di kalangan warga-warga yang sebelumnya tidak pernah berani melakukan protes dan kritik. Warga berdaya hadir sebagai fenomena subpolitik yang merujuk subpolitik menurut Beck, dengan menentang segala bentuk arus pada industri modern (Ahmada&Susetiawan, 2021). Pada akhirnya, gerakan *Jogja Ora Didol* menjadi obor munculnya penolakan-penolakan kelompok terhadap industri wisata di wilayah Yogyakarta. Di era pandemi dan *new normal*, pariwisata di Kota Yogyakarta menjadi sorotan dengan cara pemkot dan dinas terkait membangun kembali pariwisata untuk menjaga roda perekonomian. Di tengah pemulihan pariwisata di Kota Yogyakarta muncul semangat penolakan dari kelompok milenial dari sub supporter bola bernama *Lamidet Society Yogyakarta* (LSYK) dengan *taqline*-nya "*Tourism Kill The City*". Jika diartikan secara bahasa, *taqline* tersebut mengartikan bahwa pariwisata membunuh kota. Kelompok LSYK tidak dengan begitu mudah mengartikan bagaimana isu itu tercipta, secara tersirat mereka memiliki visi dan misi lain tanpa membenci bahkan menolak pariwisata di Kota Yogyakarta karena bagaimanapun Yogyakarta adalah kota wisata. Keinginan untuk keluar dari struktur dan regulasi pemerintah menjadi dorongan mereka melakukan penolakan terhadap kebijakan-kebijakan yang sama sekali tidak memihak warga lokal khususnya di era pandemi dan setelah pandemi. Relasi kuasa terbentuk menciptakan pola kehidupan masyarakat dengan cara membuat mereka patuh (Sulistya et.al, 2011). Kekuasaan inilah indikasi munculnya kelompok LSYK yang ingin keluar dari pola kepatuhan yang dianggap aman dan wajar. Stigma yang telah lama membentuk pola pola pikiran

masyarakat Yogyakarta dari zaman dahulu sebagai sebuah wilayah monarki. Stigma ini termasuk warisan sebagai sebuah tradisi, menurut Abererombie tradisi inilah yang acuannya memungkinkan untuk membentuk kebiasaan dari generasi dulu hingga sekarang (2010).

Kekuasaan tidak pernah lepas dari resistensi atau perlawanan meski tidak ada kaitannya dengan relasi kuasa, pada masyarakat modern resistensi termasuk bentuk tekanan untuk menghentikan praktik kuasa, karena menurut Foucault kekuasaan sendiri bersifat restriktif dan produktif sehingga bisa membuat siapa saja untuk melakukan perlawanan (2011). Protes, penolakan, melawan dengan berbagai cara merupakan bentuk resistensi terhadap klaim kekuasaan terhadap perubahan yang terjadi. Bernand&Jonathan mendeskripsikan resistensi sebagai ekspresi kaum masyarakat bawah terhadap kelas atas semacam pemerintah dan pengusaha yang semakin mendominasi dalam struktur sosial (Wahyuni et.al, 2023). Scoot dalam bukunya menuliskan bahwa resistensi merupakan tindakan oleh kaum kalah termasuk individu maupun kolektif secara simbolis tertutup maupun terbuka (2000). Penelitian ini akan mendeskripsikan latarbelakang bagaimana taqline Tourism Kill The City diciptakan oleh LSYK. Pariwisata dan kehidupan sosial-budaya berubah di beberapa tahun terakhir semakin membentuk struktur sosial nyata yang jauh antara kaum kalah terhadap kapitalisme. Kedua, penelitian ini mendeskripsikan bagaimana LSYK melawan klaim kekuasaan di wilayah Kota Yogyakarta.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teori pendukung menggunakan Teori Kekuasaan Foucault dan Teori Resistensi James Scoot. Menurut Sugiyono (2005), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang cocok untuk memahami suatu fenomena sosial dari sudut pandang partisipan atau situasi yang ada pada objek penelitian. Secara lebih mendalam, penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus. Data penelitian ini terdiri dari data primer hasil observasi aktivitas kelompok LSYK dan wawancara hasil anggota LSYK serta data sekunder berupa kepustakaan berbentuk jurnal, buku, dan majalah. Observasi dan wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan segala informasi dan bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan. Teknik analisis data 1) *pengumpulan data*; 2) *Reduksi Data*; 3) *Penyajian Data*; 4) *Penarikan Simpulan*.

## 3. PEMBAHASAN

### 3.1. Yogyakarta dan Keistimewaannya

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai salah satu provinsi dengan gelar keistimewaan mulai dari tata ruangnya hingga sistem pemerintahan yang masih mengadaptasi keikutsertaan kerajaan menjalankan pemerintahan. Kerajaan masih menjadi simbol kepemimpinan yang secara langsung dipimpin oleh raja, sehingga hal itu pula yang melatarbelakangi keistimewaan Yogyakarta. Yogyakarta terbentuk dari jejak-jejak kebudayaan di masa lampau dengan meninggalkan banyak nilai-nilai budaya, jika dilihat secara fisik mulai dari konsep kota dan bangunan-bangunan masih erat sekali dengan sejarah di masa lampau, berbagai macam ornamen dan pesan-pesan yang sangat berhubungan dengan falsafah masyarakat Jawa yang *orisinil*. DIY sebagai daerah istimewa telah diatur dalam UU No 3 Tahun 1950 yang secara sah sebagai *legal contex* politik dengan format yang memayungi keistimewaan Yogyakarta (Widjianto, 2010).

Kearifan budaya Jawa yang tergambar melalui berbagai aspek menjadikan DIY tidak akan pernah lepas dengan tradisi dan adat istiadat yang terikat dalam kehidupan sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Keistimewaan DIY juga bukan semata-mata secara filosofis kehidupan masyarakatnya saja melainkan konsistensinya sebagai bagian pendirian bangsa negara Indonesia (Lay, et.al, 2008). Hubungan sejarah dengan DIY tidak bisa lepas begitu saja, sehingga membangun identitas sebagai kota budaya, kota pelajar, kota pariwisata dan masih banyak lagi. Masyarakat Yogyakarta bertingkah laku sesuai dengan bagaimana tata hidup masyarakat Jawa dengan menjunjung tinggi *Memayu Hayuning Bawana*. Kosmologi *Memayu Hayuning Bawana* merupakan visi misi hidup masyarakat Jawa untuk memperindah dunia yang dimanifestasikan melalui tingkah laku hidupnya (Nugroho, 2019).

Di masa modernisasi seperti saat ini membuat Yogyakarta ikut serta melakukan pembangunan dari berbagai aspek, termasuk mem-*branding* pariwisata dengan "*Yogyakarta The Heart Of Java*". *Branding* tersebut mengartikan bahwa Yogyakarta adalah jantung orang Jawa dengan misi untuk menjadikan Yogyakarta sebagai episentrum kebudayaan masyarakat Jawa khususnya warga Yogyakarta sendiri (Ayu, 2017). Bentuk promosi pariwisata semacam itu efektif menarik wisatawan lokal maupun internasional untuk mengunjungi Yogyakarta. Pembangunan secara masif berjalan hingga tercipta sekat sosial antara kelas bawah dengan kapitalisme. Masalah-masalah mulai muncul hingga lahir kolektif warga lolak yang menekan pemerintah maupun pihak-pihak terkait untuk mengendalikan perubahan yang terus terjadi pada fisik maupun amalan kosmologi Jawa yang sangat dijunjung tinggi di Yogyakarta.

### 3.2. *Lamidet Society (LSYK) sebagai Kelompok Resistensi dengan taqline "Tourism Kill The City"*

Jika melihat tahun ke belakang, sebuah gerakan lahir dari warga lokal yang tergabung dari berbagai kolektif sebagai upaya menghentikan pembangunan secara masif untuk kemajuan pariwisata di Kota Yogyakarta. Kelompok mereka diberi nama "Warga Berdaya" dengan *taqline*-nya "*Jogja Ora Didol*" yang berarti Jogja tidak dijual. Dampak nyata dirasakan sejak pembangunan di industri pariwisata di lakukan, termasuk krisis air bersih yang terjadi di wilayah Kota Yogyakarta di tahun 2014. Gerakan Jogja Ora Didol menjadi titik puncak keinginan masyarakat melawan kepatuhan terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Film dokumenter dengan judul "*Belakang Hotel*" oleh Watchdoc (Youtube) adalah fakta yang sebenarnya ada di tengah predikat Yogyakarta sebagai kota wisata budaya. Pembangunan hotel maupun bangunan-bangunan penunjang wisata lain telah menyerap air tanah yang menjadi hak warga lokal (Purwantara, 2015).

Pada laman Bapedda Provinsi DIY mencatat bahwa sejak tahun 2019 kunjungan pariwisata masih tinggi dengan jumlah 6 juta pengunjung hingga tahun 2022 dengan jumlah yang terus meningkat di era *new normal* termasuk ketika pandemi kunjungan terbatas masih cukup tinggi. Hal ini menimbulkan masalah baru untuk Kota Yogyakarta yang harus terus meningkatkan kunjungan wisata setelah pandemi. Dampak-dampak industri wisata semakin dirasakan oleh warga lokal maupun kelompok-kelompok lama yang aktif dalam menekan pihak untuk meninjau ulang pariwisata di Kota Yogyakarta. Salah satu kelompok kolektif dari sub *supporter* terbentuk dengan nama *Lamidet Society (LSYK)*. Dari keterangan narasumber 1 (anggota LSYK)

"Jadi, LSYK kan sebenarnya tu kolektif yang lahir dari sebuah visi misi mendukung klub sepakbola di Kota Yogyakarta. Kebanyakan dari kita juga tinggal di kampung-kampung di Kota Yogyakarta, lahir dan besar di kampung kota. Jadi awalnya kita mulai resah sama kenyataan yang ada akhirnya kita menjadikan LSYK juga sebagai wadah untuk menyampaikan tekanan terhadap pemerintah atau pihak terkait khususnya pada industri wisata" (R, 28th)

Keresahan kelompok milenial urban bernama LSYK melahirkan sebuah *taqline "Tourism Kill The City"*. Keberanian mengkritik keras terhadap situasi di Yogyakarta tidak lepas dari peran kelompok lama dengan gerakan yang besar bernama *Jogja Ora Didol*. Pariwisata menjadi sorotan utama dari berbagai aspek permasalahan di Yogyakarta karena dampak yang cukup berasa. Ditulis dalam laman wordpressnya bahwa pihak-pihak terkait mengagungkan pariwisata tanpa melihat bagaimana sumber daya warganya (urbanhurk.wordpress). LSYK menyoroti peningkatan pertumbuhan di bidang pariwisata di akhir-akhir ini karena melihat efek media sosial yang terus mempromosikan pariwisata. Media sosial menjadi platform paling efektif untuk meningkatkan pariwisata di Yogyakarta, karena pengaruh-pengaruh interaksi maupun promosi di era digital ini menarik wisatawan lebih banyak lagi (Wijayanti, 2021). Peningkatan dan pertumbuhan pariwisata yang signifikan ini tidak dibarengi dengan penanggulangan dampak-dampak negatif bagi warga lokal. Narasumber 2 menjelaskan :

"Saya lahir dan tumbuh di kota yogyakarta, saya sangat merasakan perubahan yang terjadi disekitar saya seperti macet dan masalah sampah yang tidak ada solusi. Pariwisata juga mempengaruhi banyaknya sampah yang bisa dilihat langsung TPS Piyungan sudah benar-benar menumpuk dan overload katanya memayu hayuning bawana, ini sudah tidak ada artinya lagi" (M, 28 th).

LSYK memiliki pendirian mengenai hidup sebagai masyarakat jawa di sebuah Kota yang sangat memegang teguh konsep hidup "*Greget Sengguh Ora Mingkuh*" yang berarti tanpa kekerasan melakukannya dengan percaya sendiri pantang mundur. Dengan falsafah itu LSYK menekan pemerintah untuk segera mengembalikan *memayu hayuning bawana* yang dianggap sudah tidak relevan dengan pembangunan masif di DIY khususnya Kota Yogyakarta. Pembangunan untuk menunjang pariwisata seperti hotel, mall, restoran terus dilakukan, hal ini menggeser kehidupan sosial sebagai masyarakat yang konsumtif dan budaya masyarakat Yogyakarta yang sederhana atau lebih tepatnya berorientasi pada budaya Jawa (Zamroni, 2007). *Memayu Hayuning Bawana* adalah identitas Yogyakarta yang tidak bisa diganggu dengan segala macam urgensi lain, Jika ditelaah lebih spesifik, munculnya *Tourism Kill The City* merupakan refleksi bagaimana *Jogja Ora Didol* harus di pertahankan, melihat bahwa ketidaksiplinan pemerintah dan pihak-pihak terkait pembangunan masif dengan berbagai resiko, menenggelamkan "memperindah dunia" dengan merusak keindahan atas nama pembangunan. Perwujudan ketimpangan yang nyata adalah membiarkan pihak pemilik saham dengan mudah membangun akomodasi perhotelan, mall, dan restoran dengan mudah.

### 3.3. *Bentuk Resistensi Kelompok LSYK melalui "Tourism Kill The City"*

Faktanya LSYK sama sekali tidak anti pariwisata bahkan anggotanya pun beberapa bekerja disektor yang tidak jauh dari pariwisata. Selanjutnya adalah *Torism Kill The City* yang dimaksud adalah semangat melawan ketidakjelasan pemerintah terhadap pengelolaan wisata. Scott telah membahas bahwa resistensi adalah seluruh bentuk penolakan kelompok subordinat terhadap klaim (Ghifari, 2008). LSYK mencoba menekan dan menolak segala bentuk dominasi kapitalisme yang semakin mendegradasi kelompoknya, sebagai kelompok milenial yang lahir dan tumbuh di Kota Yogyakarta. LSYK melakukan resistensi sehari-hari secara terbuka. Munculnya

perlawanan sebagai pertahanan anak muda menurut Bannet, merupakan adaptasi kekuasaan kultural oleh sosial subordinat (Sugihartati, 2017). Berikut kutipan mengenai resistensi kelompok LSYK.

"kami memiliki cara yang berbeda dalam melakukan kritik, bahkan kami sendiri tidak akan pernah berhenti untuk terus mengungkapkan kebenaran. Jadi, masalah utama yang kita soroti adalah pembangunan, masalah sampah dan bagaimana pengelolaan transportasi. Apalagi pembangunan tidak merata di Kota Jogja, hanya untuk membangun titik-titik terkenal saja seperti kawasan malioboro, tugu, sudirman, dan 0 kilometer. Kami tegas menyuarakan *Tourism Kill The City* lewat sosial media" (R, 28th).

Dari keterangan narasumber, bisa dikatakan bahwa resistensi mereka melakukan menggunakan taktik. Membagikan pengetahuan dan menghegemoni masyarakat dengan melakukan ujaran kebencian dan terus menyampaikan opini-opini terhadap penguasa. Siasat ini menjadi hal yang mendapat perhatian banyak pengguna media sosial khususnya pengguna media sosial twitter. Menurut Scott, resistensi tertutup merupakan resistensi secara diam-diam dengan tujuan menekan dengan gosip termasuk menyebarkan semangat *Tourism Kill The City* (Scott. 2000. LSYK juga menulis di lamannya dengan judul yang sama, dengan tujuan untuk yang lebih luas



**Gambar 1.** Laman web LSYK. <https://urbanhurk.wordpress.com/2020/01/03/tourism-kills-the-city-1/>

Di laman websitenya selain artikel tentang *Tourism Kill The City*, LSYK menulis beberapa judul untuk menyebarkan opini dalam artian adalah gosip. Judul-judul ini adalah representasi keadaan yang dianggap tidak layak di Kota Pariwisata dengan pendapatan yang tinggi. *Wisatawan akhir Zaman, Rindu Pulang dan Angkringan, Orang-orang Kotamadya, Sudah Krisis Saatnya Menanam Pagar, Nerimo Ing Pandum dalam Ketimpangan*, judul-judul ini adalah representasi masalah-masalah yang ingin mereka perjuangkan. Menurut narasumber ketiga, menaikkan tagar *#TourismkillTheCity* bukan juga tanpa masalah, ada tekanan dari pihak terkait untuk berusaha membungkam. Tetapi, isu-isu di media sosial ini menarik perhatian di kelompok supporter bola dengan deklarasi atas persetujuan resistensi dengan mengangkat tagar *#TourismKillTheCity*. Beberapa akun base juga selalu melakukan protes mengenai permasalahan akibat pariwisata dengan tagar yang sama.

Selain resistensi tertutup dengan gosip melalui media sosial, LSYK juga melakukan resistensi semi terbuka secara terkonsep. Menurut Scott, resistensi semi-terbuka ini merupakan protes besar yang dilakukan tanpa sembunyi-sembunyi dengan menggerakkan kolektif atau kelompok yang lebih banyak lagi (Mi'Roj, 2020). Setelah mendapatkan atensi diberbagai pihak di media sosial, ditahun 2019 LSYK membuat acara musik dengan nama *"From To Stage To The Terrace"* (FTTS). Pada FTTS pertama mereka mengangkat tema tentang isu pariwisata yang belum ada solusinya, di acara tersebut mereka membuka akses kepada seluruh masyarakat Yogyakarta untuk menikmati acara musik dengan semangat yang ingin mereka sebar dengan tagline *#TourismKillTheCity*. Pergerakan kelompok ini mendapat antusias di kalangan anak muda yang dengan mudah menerima melalui musik. Selama pandemi dan era new normal, isu-isu sosial di Yogyakarta semakin tidak terkendali termasuk masalah sampah yang *overload* yang, upah minumum yang masih sama dan berbagai permasalahan kebijakan-kebijakan lain. Di tahun 2020-2021 kelompok LSYK aktif memproduksi kompilasi album dari band-band yang tergabung di dalam kelompok LSYK. Lagu-lagu berbentuk kritik adalah cara mereka melakukan perlawanan terhadap klaim penguasa yang membentuk sistem kapitalisme.

Tidak hanya melalui youtube mereka membagikan dialog mengenai permasalahan-permasalahan di Kota Yogyakarta, mereka melanjutkan kegiatannya melalui FTTS #2 yang diselenggarakan pada tahun 2022 dengan tema Urban Hurk. Urban berarti masyarakat perkotaan sedangkan menurut narasumber *Hurk* adalah Horeg yang dalam Bahasa Jawa memiliki konotasi yang buruk semacam rusuh atau riuh. Urban Hurk menurut R (28th) adalah gambaran kepadatan Kota Yogyakarta yang diciptakan semakin padat dengan sengaja atau mengurung masyarakatnya sendiri. Di FTTS kedua mereka membuat sebuah pameran yang di dalamnya memajang semua

arsip-arsip sepakbola dan isu-isu sosial-budaya di Kota Yogyakarta. Kegiatan ini ditutup dengan acara musik yang juga membawakan lagu-lagu kritik terhadap pihak-pihak terkait. Fase-fase ini merupakan fase pergerakan resisten. Menurut Scott fase pergerakan ini meliputi Fase pergerakan, Fase membangun kesadaran, Fase membangun Gerakan, Fase mempengaruhi kelompok sasaran, Fase capaian atau keluaran (Attamimmi, 2014).

1. Fase pergerakan ini meliputi keresahan kelompok milenial supporter bola yang resah terhadap lingkungan hidup sebagai warga yang lahir dan besar di Kota Yogyakarta. Mereka tidak merasa baik-baik saja dan perlu melakukan pergerakan.
2. Fase membangun kesadaran, mereka membentuk LSYK sebagai media mengekspresikan kritik dan perlawanan dengan melakukan taktik melalui media sosial LSYK. LSYK aktif menyampaikan opini dan selalu berkomentar pada laman yang sedang membahas isu-isu sosial dengan mengajak tokoh supporter sepakbola yang cukup berpengaruh. Sehingga, LSYK bisa dikatakan sebagai sebuah organisasi dengan pemimpin dan anggota yang memiliki visi-misi.
3. Fase membentuk Gerakan, pada fase ini LSYK melakukan protes di media sosial dan membuat video-video dialog dengan mengangkat tema yang sedang *Happening*. LSYK merumuskan tujuan dan tuntutan serta merumuskan cara resistensi mereka.
4. Fase mempengaruhi kelompok sasaran, fase ini LSYK mempengaruhi sasaran dengan membuat acara musik dan vandalisme dengan tema "*Tourism Kill The City*" sebagai wujud dukungan dan menekan untuk meminta dialog kepada pihak terkait atas permasalahan-permasalahan yang terjadi.
5. Fase capaian, jika dari wawancara anggota LSYK visi misi mereka hanya berhenti pada hegemoni masyarakat Kota Yogyakarta. Mereka ingin masyarakat berani keluar dari zona Nerimo Ing Pandum, melihat gerakan dahulu *Jogja Ora Didol* menjadi gerakan yang berhasil.

Nyatanya gerakan resistensi mereka mampu diintegrasikan ke dalam sejumlah struktur masyarakat, menurut mereka masyarakat diluar supporterbola mulai mendukung gerakan mereka. Yang kedua adalah mereka bisa membuka dialog dengan pihak terkait dalam permasalahan TPU Piyungan yang berakhir penutupan sementara TPU Piyungan dan mencari solusi atas permasalahan sampah.

#### 4. KESIMPULAN

Lamidet Society (LSYK) merupakan kelompok kolektif kelompok milenial dari *supporter* bola yang menjadi salah satu sub kelompok sosial masyarakat yang terbentuk karena dampak degradasi kapitalisme. Praktik kekuasaan yang dianggap absolute mempengaruhi pertumbuhan kapitalisme yang besar termasuk masifnya pembangunan di sektor wisata tanpa melihat resiko-resiko untuk kaum kelas bawah. LSYK merefleksikan gerakan yang sudah terdahulu ada bernama *Jogja Ora Didol* dengan semangat baru *Tourism Kill The City*. Mereka mengadaptasi semangat warga Venice Italia karena *overtourism*. Kekhawatiran itu menjadi pendorong LSYK bergerak melawan klaim kekuasaan yang terus membangun Kota Yogyakarta yang dianggap mulai mengesampingkan falsafah masyarakat Jawa "*Memayu Hayuning Bawana*". Pemimpin saat ini dianggap telah mengingkari tahta untuk rakyat seperti yang dipegang teguh HB IX. Masalah sampah, umr rendah, kemacetan, pergusuran, pembangunan akomodasi pariwisata di Kota Yogyakarta menjadi isu yang paling disoroti. Bentuk resistensi LSYK dilakukan secara tertutup dan semi-terbuka, gerilya melalui sosial media dan mengadakan acara musik menjadi resistensi simbol tanpa kekerasan. Resistensi LSYK dianggap efektif untuk menghegemoni masyarakat luas dan mengajak milenial untuk tidak takut melakukan protes terhadap masalah yang tidak menguntungkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- FITRIA, A. A. (2017). THE HEART OF JAVA" PUSAT KEBUDAYAAN YOGYAKARTA DI KAWASAN WISATA MALIOBORO, YOGYAKARTA" (Doctoral dissertation, UAJY).
- Fariz, L. N., & Andhita, P. R. (2020). WACANA EKOFEMINISME TIRTO. ID. Jurnal Common, 4(2), 144-160.
- González, A. T. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales= Journal of Regional Research*, (42), 35-51.
- MIROJ, M. I., & WAHYUDI, A. (2020). Resistensi Siswa Terhadap Penarikan Dana Investasi Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri Surabaya. *Paradigma*, 8(1).
- Purwantara, S. (2015). Dampak pengembangan permukiman terhadap air tanah di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. *Geo Edukasi*, 4(1).
- Scott, J. C. (2000). *Senjatanya Orang-orang Kalah: Bentuk Perlawanan sehari-hari Kaum Tani*, Terj. A. Rahman Zainudin, Sayogyo, Mien Joebhaar, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Si, W. M. ANALISIS PROSPEKTIF STATUS KEISTIMEWAAN YOGYAKARTA. MEDIA SOERJO Vol. 6 No. 1 April 2010 ISSN 1979 – 6239.

Sulistya, P. D. (2011). Karnaval Caci Maki. Yogyakarta: Ekspresi Buku.

Wahyuni, S., Fakhurrazi, F., Rangkuty, R. P., & Saifuddin, S. (2023). RESISTENSI MASYARAKAT TERHADAP KAWASAN INDUSTRI MEDAN. Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial, 9(1), 74-82.

Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 2(1), 26-39.

Zamroni, M. I. (2007). Mall, Masyarakat Yogya, dan Budaya Konsumsi. Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, 8(1), 14-29.

<https://pariwisata.jogjakota.go.id/>

<http://bappeda.jogjaprovo.go.id/>

<https://urbanhurk.wordpress.com/>