

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan analisa dari data yang telah diperoleh. Data diperoleh melalui wawancara terhadap enam narasumber. Dari enam narasumber, satu narasumber merupakan pihak dari The House of Raminten yang menjelaskan objek penelitian. Satu orang informan merupakan seorang akademisi yang memahami budaya Jawa dan segala saluran komunikasi nonverbal. Empat narasumber merupakan pengunjung The House of Raminten dari berbagai latar belakang yang berbeda. Selain melalui wawancara, data diperoleh melalui pengamatan lapangan. Seluruh data yang diperoleh akan dijabarkan pada bagian hasil dan pembahasan. Pada bagian pembahasan akan dijabarkan bagaimana pengunjung memaknai artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai saluran komunikasi nonverbal dan informasi nilai budaya apa saja yang tersampaikan kepada pengunjung melalui saluran komunikasi nonverbal yang dikaji.

#### **5.1 Hasil Penelitian**

Pada bagian ini seluruh data yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan lapangan akan dideskripsikan dengan rinci. Wawancara dilakukan dengan empat informan kunci dan dua informan pendukung. Berikut adalah profil dari enam informan tersebut:

**Tabel 5.1 Profil Informan**

<b>Informan</b>	<b>Profil Informan</b>
AP	Bernama lengkap Abner Priyo. Karyawan salah satu perusahaan asing di Jakarta, berasal dari Solo, merupakan alumni salah satu universitas Swasta di Yogyakarta. Informan berbudaya Jawa sehingga mengerti nilai-nilai budaya Jawa sehingga dapat menangkap nilai yang disampaikan oleh The House of Raminten.
LF	Bernama lengkap Lenny Fortunova Handoko. Mahasiswa tingkat akhir universitas negeri di Yogyakarta yang berasal dari Solo.
TN	Bernama lengkap Teokista Novi. Mahasiswa tahun kedua universitas swasta di Yogyakarta, perantauan asal Lampung dan tinggal di Yogyakarta sejak tahun 2015.
HR	Bernama lengkap Holy Rhema. Mahasiswa tahun pertama universitas internasional di Jakarta, berasal dari Yogyakarta. Informan memiliki ketertarikan pada budaya Jawa, terutama kesenian namun tidak begitu memahami nilai-nilai budaya Jawa.
AO	Bernama lengkap Anton Otobri. Informan telah bekerja di The House of Raminten sejak 2013 dan mengenal dengan baik sejarah The House of Raminten. Informan berasal dari Yogyakarta.
S	Bernama lengkap Sampoerno, S.Pd., M.Si. Informan adalah Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana. Biasa mengajar mata kuliah Komunikasi Lintas Budaya dan <i>Mass Media Management</i> . Informan berasal dari Salatiga.

Setiap informan kunci memiliki intensitas dan durasi kunjungan yang berbeda. Empat informan kunci cukup sering mengunjungi The House of Raminten, dimana masing-masing telah mengunjungi lebih dari lima kali dengan intensitas dan alasan yang bervariasi. Informan AP dan TN adalah dua informan yang paling sering mengunjungi The House of Raminten. Waktu yang dihabiskan oleh informan mengunjungi The House of Raminten kurang lebih sama, antara satu hingga dua jam. Terdapat satu informan kunci yang memiliki jawaban berbeda terkait intensitas dan waktu kunjungan yang

dilakukannya. Waktu terlama yang dihabiskan oleh satu orang informan adalah delapan jam, yaitu informan AP bersama dengan teman-teman kuliahnya. Informan menghabiskan waktu di The House of Raminten untuk menikmati suasana di sana dan berkumpul bersama kerabat yang datang bersama mereka.

Keunggulan dari The House of Raminten menurut seluruh informan secara umum terletak pada saluran komunikasi nonverbal yang ditampilkan antara lain artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory*. Ketiga saluran komunikasi nonverbal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Berikut kutipan dari hasil wawancara dengan informan terkait dengan keunggulan yang mereka lihat dari The House of Raminten.

**Tabel 5.2 Keunggulan The House of Raminten**

<b>Informan</b>	<b>Keunggulan The House of Raminten</b>
AP	“hm jelas banget perlu dipertahain karena menurut saya itu jadi USP nya mereka, <i>selling pointnya</i> mereka, dan <i>unique selling point</i> dimana lagi ketemu pelayan seperti itu berbusana seperti itu, dan itu yang jadi <i>iconic</i> mereka juga yang akan nempel di semua otak customernya, yang bahkan jadi iconincnya kota Jogja mungkin, karena lekat banget sama adat jawa...”
LF	“Emm, menurutku perlu sih, soalnya pertama udah jarang banget kamu ngeliat tempat kaya gini kan, eee kaya itu daya tarik gitu lo jadi sesuatu yang istimewa untuk suatu daerah menurutku...”
TN	“Iya bener banget, terus sama pelayanannya juga, bisa diliat dari mereka punya atribut apa uniformnya, nah itu aku suka.”
HR	“Mungkin cuma mereka punya, dengan mereka membuat konsep reestoran yag kaya gitu tu mereka buat eh mereka jadi kaya punya <i>unique selling pointnya</i> sendiri, orang-orang pasti tertarik untuk ke situ.”
AO	“...jadi konsepnya pun konsep Jawa, Jawa beneran. Jadi ketika uhmm Kanjeng itu ingin membuka restoran, beliau pun sebisa mungkin beda dari yang lain gitu lho. Unik, unik dengan yang lain, jadi *diam sejenak* dari tatanannya yang ada <i>pendapa</i> ,

	kalau di rumah Jawa kan pasti ada <i>pendapa</i> , ada <i>pringgitan</i> , dan sejenisnya seperti itu.”
S	“Ya itu kalau saya lihat Raminten justru kekuatannya disitu. Ya itu bisa dibuktikan dengan misal apa ikonnya itu ya, yang ada seorang ibu yang menggunakan kebaya dengan gaya khas dan model Jogja, itu sudah menyampaikan atau mengisyaratkan yang disampaikan bahwa Jawa gitu lo, belum lagi ketika kita masuk ornamen-ornamennya ya mulai dari hiasan-hiasannya seperti apa perkakas-perkakas yang ada di situ belum lagi musik-musiknya, belum lagi aroma-aromanya ya, sentuhan-sentuhan Jawa itu sangat kental sekali kalau di Raminten ya.”

Keunggulan yang dilihat oleh informan sangat berkaitan dengan alasan informan mengunjungi The House of Raminten. Keunggulan dan nilai tambah yang dirasakan oleh pengunjung dapat menjadi alasan bagi pengunjung untuk kembali ke The House of Raminten. Berdasarkan wawancara kepada empat informan kunci, alasan utama informan mengunjungi The House of Raminten adalah karena mencari suasana dan pengalaman yang berbeda, yaitu suasana budaya Jawa yang begitu kuat. Suasana unik dari The House of Raminten yang begitu tradisional tidak dijumpai oleh informan di tempat makan lainnya di Yogyakarta. Selain suasana, beberapa informan menyebutkan alasan lain seperti pelayanan yang memuaskan, makanan yang enak, harga yang terjangkau, dan jam operasional restoran yang buka 24 jam. Berikut kutipan dari empat informan kunci yang menjelaskan alasannya mengunjungi The House of Raminten:

**Tabel 5.3 Alasan mengunjungi The House of Raminten**

<b>Informan</b>	<b>Alasan mengunjungi The House of Raminten</b>
AP	“Hm. kalo saya sih personally suka ke Raminten karena tempatnya unik hmmm <i>somehow</i> saya sama temen temen saya

	<p>suka nongkrong disitu. <i>Ambiencenya</i> kita suka, meskipun sedikit unik dalam tanda kutip, dan juga makanannya kita suka. Jadi hmm tempatnya cocok aja buat saya sama temen temen gitu.”</p> <p>“Mungkin karena nyentrik aja kali yah, jadi saya sama temen temen mungkin cari yang antimainstream jadi itu café atau tempat makan itu sangat antimainstream, dan menunya banyak banget, jadi lengkap. Oke jadi karena tempatnya nyentrik, dia cukup unik, dan itu yang bikin kita <i>somehow</i> betah karena juga hmm kita seringnya kesana malah tengah malem, jadi kan 24 jam ya, jadi instead of dapet <i>vibes</i> yang bagi sedikit orang mistis, gak juga, kita malah enak, karena kaya calming, terus bisa chill gitu. Jadi kita sering memang kesana.”</p>
LF	<p>“Biasanya ini kalau pas keluarga ke Jogja jugakan ma, mau makan gitukan yang tempatnya yang terkenal di Jogja salah satunya Raminten, ya yaudah diajak kesitu trus kita makan bareng.”</p> <p>“Jujur makanannya enak (tertawa sedikit).”</p> <p>“Tempatnya tu enak, eee nyaman gitu buat di tempatin, trus pelayan-pelayannya juga sopan ramah-ramahkan, trus apa lagi ya? Nggatau ada sesuatu yang unik disitu yang buat aku kepingin kesitu terus gitu selain makanannya.”</p>
TN	<p>“Kalo aku ke Raminten itu Sukanya tuh karena di itu sangat amat (tertawa kecil) sangat amat budaya banget kak (tertawa kecil) sangat gimana, ya... aku tuh suka sama wangi wangiannya, jadi aku tuh kadang suka kesana tuh ya cuma gara gara itu (tertawa kecil)”</p>
HR	<p>“...biasanya bawa saudara yang dari luar kota atau dari luar negri, atau bawa tamu gitu biasanya maknanya kesana sih.”</p> <p>“Iya soalnya kan yang menarik emang dari kaya apa konsepnya mereka kan menarik,...”</p>

Seluruh informan merasakan keunikan dari suasana di The House of Raminten sehingga restoran tersebut sesuai untuk membawa tamu, keluarga, atau wisatawan yang sedang berkunjung ke Yogyakarta untuk makan dan berkumpul disana. Suasana berbudaya Jawa di The House of Raminten sangat menarik bagi pengunjung dari luar Yogyakarta yang ingin merasakan dan melihat kebudayaan Jawa. Suasana yang dirasakan oleh seluruh informan saat berkunjung ke The House of Raminten adalah nyaman, tenang, seperti berada



di rumah Jawa, dan terdapat suasana mistis. Informan juga merasakan adanya suasana yang mengandung norma kesopanan dan bertata-krama. Berikut kutipan dari wawancara dengan informan mengenai suasana yang dirasakan oleh informan:

**Tabel 5.4 Suasana yang dirasakan saat berada di The House of Raminten**

<b>Informan</b>	<b>Suasana yang dirasakan saat berada di The House of Raminten</b>
AP	“Oke jadi karena tempatnya nyentrik, dia cukup unik, dan itu yang bikin kita <i>somehow</i> betah karena juga hmm kita seringnya kesana malah tengah malem, jadi kan 24 jam ya, jadi instead of dapet <i>vibes</i> yang bagi sedikit orang mistis, gak juga, kita malah enak, karena kaya calming, terus bisa chill gitu. Jadi kita sering memang kesana.”
LF	“Tapi terus kaya begitu udah agak lama trus dilayani sama pegawainya, trus udah mulai makan kaya mulai merasa eee nyaman disitu.” “Pelayanannya sama menurutku tempatnya juga bukan tempat atmosphere yang kaya apa ya kaya di club-club gitu.”
TN	“Perasaannya kaya lagi dateng ke ini, apa namanya, kaya kita lagi makan, tapi di keraton makannya.”
HR	“Kalo mistis tu enggak tapi menarik.*tertawa* Susah dijelakan, eee.”
AO	“iya, kan memang harus menunggu itu tadi ehm istilahnya suasananya memang harus bisa menikmati itu. Jadi enggak gak kita istilahnya ehm mengejar pelanggan tuh harus buru buru tuh, jadi memang silahkan monggo, menikmati suasana Raminten seperti ini, kayak gitu.”
S	“Kalau saya melihat disitu saya melihat kaya ada semacam ada unsur magisnya dalam nuansa dalam aroma ya, seolah dia ingin menyampaikan bahwa eee, di tempat ini tenang, di tempat ini sopan, di tempat ini dibutuhkan <i>lembah manah</i> , <i>lembah manah</i> itu rendah hati.”

Suasana tersebut terbentuk oleh saluran komunikasi nonverbal yang terdapat pada The House of Raminten. Berikut kutipan dari wawancara

bersama informan mengenai saluran komunikasi apa saja yang membangun suasana di The House of Raminten:

**Tabel 5.5 Suasana Rumah Jawa Terbangun Melalui**

Informan	Suasana rumah Jawa terbangun melalui
AP	<p>“Oke jadi selain dari mungkin dekorasi yang terkesan Jawa banget, ada juga dari mereka pasang apa ya wangi wangi kaya dupa gitu bahkan beneran ada dupanya. Saya pernah liat itu jadi ada aroma aroma apa ya, saya juga gabisa jelasin aroma apa, tapi itu khas Jawa banget. Saya kurang tau juga sih itu yang dipake apa, tapi uhh mereka pake dupa untuk bikin hmm apa tu wangi wangi itu, kaya wangi wangi kembang mungkin ya jadi tambah berasa lagi jawanya. Selain wangi wangi itu juga, mereka uh pakai lagu pakai puter lagu di restorannya, dimana lagunya itu juga lagu jawa, lebih ke instrumental gamelan atau klenengan gitu mungkin yang ya tambah tambah banget buat nambah culture jawanya. Selain itu juga, dari segi karyawan disitu, mereka juga pada pake baju adat jawa, yang perempuan pake kemben dan pake <i>jarik</i>, yang cowo juga sama pake <i>jarik</i> sama pake, bahkan ada yang telanjang dada kalo yang cowo jaman dulu, sekarang kayanya gak deh. Gitu, jadi berasa banget pelayannya itu juga kayak orang jawa kuno semua, jadi cocok banget untuk vibes jawanya di raminten.”</p>
LF	<p>“...emm ada gongnya disitu ada gongnya trus ee, baju karyawannya dia pake ee yang cewe pake ee apa bawahannya, pake <i>jarik</i> trus atasnya pake kemben gitukan yang cowo juga pake <i>jarik</i> bawahnya sama ada patung-patung ada patung-patung disitu sama ada aku gatau itu apa sih tapi kaya semacam sesajen gitu kayanya tapi aku gatau itu namanya apa.”</p>
TN	<p>“kayu, kalo yang aku inget itu kayu, pokoknya semuanya itu dari kayu gitu, terus kalo yang aku inget itu semuanya dari kayu pokoknya semuanya dari kayu gitu, terus kalo lesehan, ada tempat duduknya tuh unik, pokoknya kaya dari kayu gini bentuknya (memperagakan) rotan gitu loh kak, terus (diam sejenak), furniturnya kaya jadul jadul gitu, apa itu namanya? (tertawa kecil)”</p> <p>“...disana tuh ada ini sih, fotonya dari si yang punya Ramintennya itu sendiri”</p> <p>“Sama ini, kebanyakan foto foto tentang kota Jogja”</p>

	“kaya aksen ini apa namanya, mejanya, kursinya, nama menu makanannya, terus apa namanya, tempat-tempatnya, misalnya ni kita tulis kan kopi susu, nanti dia kasihnya tuh gelasnya yang unik (tertawa kecil) bukan gelas biasa, iya yang bentuknya beneran susu beneran real (tertawa kecil)”
HR	“...oiya kaya joglo joglo pake kayu-kayu gitu trus depannya ada kaya ruang tunggunya, trus ada yang kaya panggung juga di depannya dibagian depan.” “Sama ada apa emm, ada kreta kudanya (tertawa).”
S	“Ya itu bisa dibuktikan dengan misal apa ikonnya itu ya, yang ada seorang ibu yang menggunakan kebaya dengan gaya khas dan model Jogja, itu sudah menyampaikan atau mengisyaratkan yang disampaikan bahwa jawa gitu lo, belum lagi ketika kita masuk ornamen-ornamennya ya mulai dari hiasan-hiasannya seperti apa perkakas-perkakas yang ada di situ belum lagi musik-musiknya, belum lagi aroma-aromanya ya, sentuhan-sentuhan jawa itu sangat kental sekali kalau di Raminten ya.” “...tapi ketika masuk disitutu secara psikologis kita dibawa kepada batin yang lebih tenang, sejuk, apa lagi lesehan.”

Menurut informan, ketiga saluran komunikasi nonverbal yaitu artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* semuanya membangun dan memperkuat suasana yang kental akan budaya Jawa dan dapat memberikan gambaran mengenai nilai-nilai budaya Jawa di Yogyakarta. The House of Raminten menyampaikan informasi budaya kepada masyarakat luas melalui ketiga saluran komunikasi nonverbal tersebut, khususnya budaya Jawa di Yogyakarta.

Saluran komunikasi nonverbal yang digunakan oleh The House of Raminten disesuaikan dengan ketetapan budaya Jawa sehingga terdapat nilai-nilai budaya Jawa di dalamnya. Menurut Sampoerno dalam wawancara yang dilakukan (26 Desember 2020), nilai budaya dibedakan menjadi dua berdasarkan bentuknya, pertama adalah nilai budaya yang bersifat kebendaan dan kedua adalah nilai budaya yang bersifat nonkebendaan. Nilai budaya yang



bersifat kebendaan adalah benda-benda peninggalan budaya yang hingga saat ini digunakan masyarakat, misalnya busana, artefak, bangunan, dan lain-lain. Nilai budaya yang bersifat nonkebendaan adalah nilai budaya yang terdapat pada adat-istiadat, kebiasaan, atau kepercayaan seperti gestur nonverbal yang diterapkan masyarakat tertentu. The House of Raminten menyampaikan kedua jenis nilai budaya tersebut melalui ketiga saluran komunikasi nonverbal yang ada.

Saluran komunikasi nonverbal yang diingat oleh setiap informan dijabarkan melalui kutipan wawancara berikut, antara lain:

**Tabel 5.6 Saluran Komunikasi Nonverbal yang diingat Informan**

<b>Informan</b>	<b>Saluran komunikasi nonverbal yang diingat Informan</b>
AP	“...dari entrance, kita udah disambut sama foto si ownernya, Raminto kalo ga salah namanya. Lalu disambut dengan bebauan dan aroma yang sangat nyentrik juga, dan ada satu patung bapak bapak pake baju adat jawa duduk diam, aku lupa lagi ngapain hmm dan basically overall dekorasinya itu hmm kejawaen taun 70 80 an maybe dengan ada gamelan gamelannya, ada patung patungnya hmm itu sih kalo dari segi apa atmosfernya itu yang aku rasain.”
LF	“Yang diingat, emm ada gongnya disitu ada gongnya trus ee, baju karyawannya dia pake ee yang cewe pake ee apa bawahannya, pake <i>jarik</i> trus atasnya pake kemben gitukan yang cowo juga pake <i>jarik</i> bawahnya sama ada patung-patung ada patung-patung disitu sama ada aku gatau itu apa sih tapi kaya semacam sesajen gitu kayanya tapi aku gatau itu namanya apa.”
TN	“Kayu, kalo yang aku inget itu kayu, pokoknya semuanya itu dari kayu gitu, terus kalo yang aku inget itu semuanya dari kayu pokoknya semuanya dari kayu gitu, terus kalo lesehan, ada tempat duduknya tuh unik, pokoknya kaya dari kayu gini bentuknya (memperagakan) rotan gitu loh kak, terus (diam sejenak), furniturnya kaya jadul jadul gitu, apa itu namanya? (tertawa kecil).”

HR	<p>“Yang pertama tu apa ya, mereka tu kaya ada banyak pohon-pohonnya kan kalo ga salah, itu tu kaya ituin deh kalo di Bali diapa sih diblebetin kain gitu kan.”</p> <p>“Nah itu ee ada dupanya (tertawa).”</p> <p>“Trus modelnya kaya joglo-joglo gitu.”</p> <p>“Ada istal kudanya juga depan (tertawa). Oiya ada patungnya juga, patung-patungnya, patungnya apa ya, patung anoman apa apa ya aku lupa patungnya (tertawa).”</p>
S	<p>“Aromanya, musiknya ya disitu ya.”</p> <p>“Makan di Raminten itu kalau Ive pernah kesana itu disebelah belakangkan punya kuda.”</p> <p>“Ya, ya ya kuda itu karna tidak dipasang didepan ya, baru kalau orang mau kekamar mandi di taruh disitu. Nah orang masuk ke Raminten, tadi saya katakan dari kejauhan sudah kelihatan karna ada simbol-simbol didepan, ketika orang mau masuk aromanya sudah berbeda, ya dengan model aroma-aroma orang orang ini apa langsung teringat oleh sesaji-sesaji, dan budaya jawa itukan melekat dengan sesaji, aroma, bau (batuk sedikit). Kemudian tadi yang saya katakan eee, artefaknya tidak terang benderang ya, jadi berbau mistis gitu lo masuk, jadi orang beda sama masuk ke mall, kalau kita masuk ke mall kan rasanya kan free, bebas freestyle.”</p>

Dari seluruh saluran komunikasi nonverbal yang telah disebutkan, masing-masing informan kunci tertarik pada hal yang berbeda. Seluruh informan melihat artefak sebagai saluran komunikasi nonverbal yang paling menarik. Berikut saluran komunikasi nonverbal yang paling menarik menurut masing-masing informan:

**Tabel 5.7 Saluran Komunikasi Nonverbal yang Paling Menarik**

Informan	Saluran komunikasi nonverbal yang paling menarik
AP	<p>“Berkesan yah? Si.. si ini.. si patung bapak di depan itu.”</p> <p>“Karena itu menarik banget, menarik untuk siapapun hmmm dari depan juga langsung keliatan, kalo kita keluar juga ketemu lagi, jadi kaya... let say menurutku itu iconnya disitu I guess, semacam itu. Selain poster atau gambar si ownernya yang ada dimana mana”</p> <p>“Iya betul, pake baju adat jawa, dia duduk di entrance.”</p>

LF	<p>“Yang paling menarik? Emm cara berpakaian ininya sih cara berpakaian e pegawainya kalo menurut ku.”</p> <p>“Karna ini kalo kamu kerestoran-restoran lainkan mana ada yang kamu pernah liat orang-orang pake kaya gitukan, orang kalo jalan-jalan biasa aja ga pernah keliatan *tertawa sedikit* apa lagi tempat kerja gitu.”</p>
TN	<p>(diam sejenak) “Yang aku inget, disana tuh ada ini sih, fotonya dari si yang punya Ramintennya itu sendiri.”</p> <p>“iya, tapi yang paling menarik itu yang punya Raminten itu sendiri sih.”</p>
HR	<p>“Emm, kalo dari hiasan sendiri mungkin lebih ke ornamen yang kecil-kecil sih kaya yang kaya patung gitu, atau malah dari bentuk bangunannya gitu sih.”</p>

Perasaan yang muncul saat informan kunci mengunjungi The House of Raminten bervariasi. Sebagian besar dari informan merasakan hal positif, seperti nyaman, tenang, dan santai. Beberapa informan merasakan keunikan The House of Raminten sehingga muncul perasaan asing atau unik dari sisi yang positif. Terdapat perasaan kurang nyaman karena banyaknya jumlah pengunjung sehingga kurang ada ruang privasi antar meja dan kursi. Beberapa perasaan lain yang dirasakan informan dijabarkan melalui kutipan berikut:

**Tabel 5.8 Perasaan Informan saat Berada di The House of Raminten**

<b>Informan</b>	<b>Perasaan informan saat berada di The House of Raminten</b>
AP	<p>“Aaaaa, pribadi sih rasanya aneh, tapi anehnya nyaman kalem gitu, tenang.”</p>
LF	<p>“Ooo, pertama kaya aku merasa asing sih soalnya jarangkan ketempat-tempat kaya gitu.”</p> <p>“Tapi terus kaya begitu udah agak lama trus dilayani sama pegawainya, trus udah mulai makan kaya mulai merasa eee nyaman disitu.”</p>
TN	<p>“aneh aneh gak ada sih, orang orang pasti mikirnya serem ya, tapi aku sih enak aja, mungkin karena relaks kali ya”</p>
HR	<p>“Awalnya sebenarnya ga sepenuh itu, tapi gara- gara makin rame sama dia ditambah, tapi hasilnya tu kaya sumpek gitu lo, jadi penuh gitu lo kaya kalo masuk gitu didepannya udah bisa liat ada tempat makan disampingnya ada lagi, depannya ada</p>

lagi, nanti naik juga langsung tempat makan-tempat makan gitu lah (tertawa).”
---

Terdapat beberapa nilai budaya yang ditangkap oleh informan melalui saluran komunikasi nonverbal pada The House of Raminten. Terdapat kemungkinan bahwa nilai yang dimaknai oleh pengunjung bukanlah pesan yang disampaikan secara disengaja oleh The House of Raminten. Namun nilai-nilai tersebut melekat pada saluran komunikasi nonverbal yang ada sehingga makna tersebut tersampaikan kepada pengunjung, terutama bagi pengunjung yang mengenal budaya Jawa dengan baik. Seperti yang dikatakan oleh informan, nilai yang tersampaikan kepada pengunjung bisa secara sengaja maupun tidak sengaja ditampilkan oleh The House of Raminten, walaupun sebagian besar memang secara sengaja disampaikan (Wawancara dengan Sampoerno, 26 Desember 2020). Nilai-nilai budaya kebendaan sangat jelas terlihat melalui setiap saluran komunikasi nonverbal yang ada, antara lain benda-benda kesenian, artefak, bentuk bangunan, busana dan lain-lain.



Gambar 5.1 Patung Ganesha  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)





Gambar 5.2 Gong  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)

Nilai budaya nonkebendaan yang ditangkap oleh informan sangat beragam. Berikut adalah kutipan dari wawancara terkait nilai budaya yang ditemukan oleh informan:

**Tabel 5.9 Nilai Budaya yang ditemukan**

Informan	Nilai budaya yang ditemukan
AP	“Jadi hm secara itu juga mereka ingin introduce budaya jawa hm ngasih taste seperti nilai budaya jawa dengan ngasih kesan yang baik juga of course dengan jaga penampilan, jaga wangi juga pasti tadi, hm kan dapat impression baik dari customernya gitu. Bahkan fyi, hmm di uh salah satu cabang restoran raminten ini, tiap hari sabtu atau jumat, saya lupa, mereka ada event which is tarian jawa.”
LF	“Ee, ya itu, trus tadi aku juga sempet bilang ini ya? Mereka sangat menghormati adatnyakan.” “Sampe masang apa namanya, sampe masang ini semacam sesajen *tertawa* tadi to bilang. Terus apa ya sama ini kan ada gongnya jugakan. Itu juga menurutku mereka ini mencoba melestarikan musik Jawa.” “Kalo menurutku ini sih mengembangkan nilai kebersamaan sama kekeluargaan ga sih? Kaya apa, makan seng penting kumpul.”
TN	“Moral yang pasti pertama aku liat banget ya, moral ya, moral tuh berarti bisa sopan santun ya? Ya gak sih? (tertawa kecil)”



	<p>“Terus kalo untuk filosofi, aku kurang tau ya kak, mungkin dibalik ukiran ukiran itu mungkin ada, tapi aku kurang ngerti artinya (tertawa kecil)”</p> <p>“Setau aku kalo setau aku nih ya, disana itu ada panggung tempat pertunjukan yang termasuk salah satu seni, misalnya seni tari kalo misalnya di raminten yang di malioboro itu kan ada juga tapi nyambung sama yang punya batik itu kan dibawahnya, nah itu sering juga ada pertunjukan pertunjukan *sambungan terputus* cara mereka melestarikan kesenian.”</p>
HR	<p>“Menurutku lebih ke kesenian sih ci. Kesenianya itu salah satunya itu lagu itu, trus ee mereka tu juga pasang foto-foto yang kaya quotes-quotes gitu lah kalo nda salah inget.”</p> <p>“Ya mungkin mereka ga matok harga terlalu mahal (tertawa) itu salah satu kaya kelebihanannya gitu. Kaya biasanya walaupun makanannya makanan makanan tradisional tapi misalnya ditempatnya ya emang bagus, biasanya dimahalin gitu tapi dia ngga. Harganya juga masi normal-normal aja gitu. Nasi kucingnya aja murah.”</p> <p>“Menurutku karna mereka ga fully, gimana ya mereka ga sepenuhnya mau ambil profit, tapi mereka juga mau sharing ke others gitu.”</p>
AO	<p>“...ya memang udah dari konsep awal kita kan memang melestarikan budaya Jawa ya, ketika ada kiri kanan kita ada restoran baru yang muncul dengan konsep modern, uh dari pasaran pun juga berbeda ya. Kita pun lebih itu tadi, dari kalangan bawah sampai atas. Tapi kalau untuk yang modern kan biasanya lebih ke menengah keatas rata rata, dan kita pun tidak terpengaruh...”</p>
S	<p>“Rendah hati itu nilai-nilai yang saya lihat, tenang rendah hati, ayem, kadi kalau masuk Raminten itu ayem, disana banyak yang lesehan ya?”</p> <p>“Jadi kesetaraan, jadi rakyatlah rakyat.”</p>

Selain melalui wawancara, nilai budaya Jawa yang bersifat nonkebendaan juga diperoleh dalam pengamatan lapangan. Nilai budaya nonkebendaan yang diperoleh baik melalui wawancara maupun pengamatan lapangan antara lain nilai religio-spiritual, nilai kesenian, nilai mata pencaharian, nilai moral, dan nilai kesempurnaan pria menurut kepercayaan Jawa. Nilai religio-spiritual terlihat dari berbagai artefak yang menunjukkan

kepercayaan pemilik kepada Tuhan yang Maha Esa. Beberapa artefak mengandung unsur-unsur agama seperti agama Katolik dan agama Hindu. Terdapat juga patung penjaga gerbang di pintu masuk ruangan makan The House of Raminten yang berasal dari kepercayaan budaya Jawa.



Gambar 5.3 Patung Penjaga Gerbang  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)



Gambar 5.4 Patung Yesus  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)



Gambar 5.5 Patung Dewa Hindu  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)

Nilai budaya nonkebendaan kedua adalah nilai kesenian. Sesuai dengan Perda Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor Empat tahun 2011 mengenai tata nilai budaya Yogyakarta, kesenian merupakan bentuk aktualisasi diri yang dilakukan oleh manusia. Bentuk-bentuk dari kesenian antara lain seni rupa,

seni pertunjukan, seni sastra, dan seni multimedia. Saluran komunikasi nonverbal pada The House of Raminten mengandung nilai kesenian yang berupa seni rupa dan seni pertunjukkan. Saluran komunikasi nonverbal yang mengandung nilai kesenian antara lain artefak seperti gong atau patung, faktor lingkungan seperti kain batik dalam ruangan, tempat pembuatan batik tulis, *gending* yang dimainkan, dan lain-lain.

Nilai nonkebendaan yang ketiga adalah nilai moral. Nilai moral menurut tata nilai budaya Yogyakarta yang tercantum dalam Perda Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor Empat tahun 2011 adalah menjaga pemikiran, ucapan, dan perilaku yang baik dan benar, demi keharmonisan hidup dengan sesama manusia, alam semesta, dan kepada Tuhan. Nilai moral yang ditemukan oleh informan antara lain adalah membangun kepercayaan dengan pengunjung (*becik ketitik ala ketara*), kebersamaan atau gotong royong, dan berbagi kepada sesama. Kepercayaan yang dibangun terlihat dari cara The House of Raminten menjaga kebersihan hingga sedemikian rupa dimulai dari penampilan karyawan seperti yang telah dijelaskan oleh informan AP. Informan LF dan HR sebagai pengunjung serta informan AO sebagai karyawan juga menyampaikan mengenai harga makanan. Menurut informan, harga yang relatif murah untuk ukuran restoran menunjukkan kejujuran, berbagi pada sesama, dan tidak mengambil keuntungan untuk pribadi semata.

Nilai keempat yang bersifat nonkebendaan adalah nilai dalam mata pencaharian. Menurut tata nilai budaya Yogyakarta (Perda DIY Nomor Empat Tahun 2011), dalam bekerja seseorang harus bersungguh-sungguh

menjalankan nilai-nilai yang baik, menjaga kebaikan, keselamatan, dan kelestarian dunia yang dalam bahasa Jawa berbunyi *hamemayu hayuning bawana*. Hal ini sangat terlihat pada The House of Raminten yang sekalipun berbisnis masih memiliki niat untuk melestarikan budaya Jawa. Pelestarian budaya yang dilakukan sangat terlihat dari seluruh saluran komunikasi nonverbal yang juga berfungsi menjadi daya tarik bagi pengunjung. Informan AO, karyawan dari The House of Raminten menceritakan status pemilik restoran yaitu Hamzah Sulaeman sebagai abdi dalem punokawan, yang bertugas dalam pelestarian budaya Jawa.

Nilai kelima merupakan sebuah kepercayaan orang Jawa mengenai kesempurnaan seorang pria. Musman (2019) mengatakan seorang pria dinyatakan sudah memiliki kehidupan yang sempurna apabila memiliki lima hal, antara lain *wisma* (rumah), *turangga* (kuda), *kukila* (burung), *wanodya* (wanita), dan *curiga* (keris). Hal ini juga terlihat dari beberapa saluran komunikasi nonverbal yang ada di The House of Raminten. Hal tersebut diungkapkan oleh dua informan saat melakukan wawancara. Informan S mengatakan, “Kuda itukan *turangga*, *turangga* itu ya apa ya simbol masyarakat jawa yang punya status sosial yang tinggi. Kuda, jadi orang dahulu kalau orang priyayi kaya itu simbolnya adalah kuda” (Wawancara dengan Sampoerno, Solo 26 Desember 2020. Sedangkan informan AO menyatakan sebagai berikut:

Soalnya kan kalo di filosofinya orang Jawa, itu kan seorang bisa dianggap mapan itu ketika dia punya, punya rumah, terus punya istri, terus punya usaha sendiri, terus kendaraan, kendaraan kalo jaman dulu kan belum ada mobil atau sejenisnya itu kuda, seperti itu, punya senjata, senjata itu keris. Beliau pun juga punya koleksinya, seperti itu, makanya untuk melengkapi kuda, itu kan ada kereta juga, kereta kencana yang

didepan sama yang disamping. Biasanya kalo untuk uhmm harian, biasanya pake yang disamping itu. (Wawancara dengan Anton Otobri, Yogyakarta, 13 November 2020).

Seluruh informan memaknai artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai saluran komunikasi nonverbal. Karena itu terdapat pesan-pesan yang ditangkap oleh informan melalui saluran komunikasi nonverbal yang ada pada The House of Raminten. Berikut adalah kutipan dari wawancara dengan informan terkait pesan yang dimaknai oleh informan melalui saluran komunikasi nonverbal:

**Tabel 5.10 Pesan yang ditangkap Melalui Saluran Komunikasi Nonverbal di The House of Raminten**

Informan	Pesan yang ditangkap melalui saluran komunikasi nonverbal di The House of Raminten
AP	<p>“Menurut saya pribadi sih karena mereka pengen menunjukkan kesan hm berbeda ke customer yang dateng. <i>Ocourse</i> dengan sedikit pesan nuansa kejawen itu tadi, mungkin kan kebanyakan mungkin orang yang dateng ke raminten adalah orang pendatang, bukan dari Jogja dan sekitarnya. Jadi hm secara itu juga mereka ingin introduce budaya jawa hm ngasih taste seperti nilai budaya jawa dengan ngasih kesan yang baik juga of course dengan jaga penampilan, jaga wangi juga pasti tadi, hm kan dapet impression baik dari customernya gitu. Bahkan fyi, hmm di uh salah satu cabang restoran raminten ini, tiap hari sabtu atau jumat, saya lupa, mereka ada event which is tarian jawa.”</p>
LF	<p>“Ee, ya itu, trus tadi aku juga sempet bilang ini ya? Mereka sangat menghormati adatnyakan”</p> <p>“Sampe masang apa namanya, sampe masang ini semacam sesajen *tertawa* tadi to bilang. Terus apa ya sama ini kan ada gongnya jugakan. Itu juga menurutku mereka ini mencoba melestarikan musik Jawa.”</p> <p>“Jadi kaya menurut, kaya kalo kesana kamu tu bakal jarang ngeliat orang dateng sendirian, pasti berkelompok gitu lo, iya ga?”</p>



	“Kalo menurutku ini sih mengembangkan nilai kebersamaan sama kekeluargaan ga sih? Kaya apa, makan seng penting kumpul.”
TN	“Esensi dari kuda itu hadir selain bukan karena keraton keratonan? (tertawa kecil) ya karena, menurutku itu, rumah makan itu mencerminkan kebudayaan dari tempat, khususnya si jogja itu sendiri kak.”
HR	“Menurutku karna mereka ga fully, gimana ya mereka ga sepenuhnya mau ambil profit, tapi mereka juga mau sharing ke others gitu.” “Ya, bagi kebaikan bagi ilmu.”
AO	“He’eh jadi kita juga menginformasikan bahwa Keraton Jogjakarta itu sekarang di Hamengkubuwono ke 10 ya. Jadi kan sebelum sebelumnya biar nanti tau silsilahnya. Jadi kita juga memberikan informasi seperti itu, jadi ehm jangan sampe orang itu salah informasi itu tadi.”
S	“Dengan rame maka menjadikan orang itu semakin banyak tahu, oo ini kental dengan jawa, dengan budaya jawa. Semakin semakin apa orang lebih kenal. Nah tentu seberapa dalam mengenal tentang budaya jawa itu tentunya tidak bisa dilihat dari kuantitas yang datang.”

Melalui berbagai saluran komunikasi nonverbal yang terdapat pada The House of Raminten, informan dapat melihat karakter masyarakat Yogyakarta yang tercermin dalam saluran komunikasi nonverbal yang ada. Karakter masyarakat yang pertama adalah sopan, lemah lembut, dan bertata-krama. Hal ini terlihat dari busana adat Jawa yang anggun dan bagaimana seluruh karyawan di The House of Raminten bersikap kepada pengunjung. Kerendahan hati juga dapat dilihat oleh informan, yaitu melalui faktor lingkungan, penataan tempat duduk yang semuanya adalah lesehan. Lesehan menggambarkan nilai *lembah manah* atau rendah hati, karena saat duduk lesehan semua orang setara, tidak ada yang berada di posisi lebih tinggi atau lebih rendah (Sampoerno, wawancara 26 Desember 2020). Kerendahan hati juga terlihat dari tokoh Raminten sendiri yang memiliki arti tidak seberapa. Anton Otobri dalam

wawancara 13 November 2020 menjelaskan Raminten berasal dari kata *ora* dan *minten* yang berarti tidak seberapa atau biasa-biasa saja. Karakter lain yang dapat dilihat informan melalui saluran komunikasi nonverbal adalah bagaimana orang Jawa sangat menghargai budaya. Karakter tersebut jelas terlihat karena seluruh saluran komunikasi nonverbal yang ada di The House of Raminten merupakan benda-benda yang memiliki nilai budaya Jawa. Karakter terakhir yang dilihat oleh informan adalah religius. Masyarakat Jawa mempercayai dalam hidup dibutuhkan keselarasan, termasuk dalam kehidupan spiritual. Hal ini ditangkap informan melalui pesan *olfactory* yang menggunakan bunga, dupa, dan kemenyan.

Keunikan yang dimiliki The House of Raminten tidak ditemukan oleh informan di tempat makan yang lain di Yogyakarta. Keunikan tersebut memberikan nilai tambah bagi The House of Raminten apabila dibandingkan dengan tempat makan tradisional lainnya. Seperti yang telah dijelaskan, The House of Raminten memiliki keunggulan dalam penggunaan saluran komunikasi nonverbal. Keunikan inilah yang membuat anak muda, seperti keempat informan kunci masih menyukai The House of Raminten. Pendapat informan tentang perbedaan The House of Raminten dengan rumah makan tradisional lainnya yang pertama terletak pada konsep rumah makan tersebut dengan identitas yang kuat, yaitu rumah milik Raminten yang berbudaya Jawa. Usaha dan totalitas yang diberikan The House of Raminten juga menjadikannya unggul sebagai tujuan kuliner tradisional Yogyakarta sedangkan tidak dijumpai tujuan kuliner tradisional lainnya yang

menggunakan saluran komunikasi nonverbal dan memiliki konsep sekuat The House of Raminten. Kuliner tradisional yang ada sebagian besar hanya menjual makanan tradisional dan bukan pengalaman maupun nilai budaya.

Terdapat sangat banyak restoran modern yang berkembang di Indonesia, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta. Masuknya budaya asing dan kuliner dari berbagai waralaba asing memang menarik perhatian generasi muda. Informan kunci yang merupakan anak muda juga menyatakan adanya penurunan minat generasi muda terhadap budaya tradisional. Menurut informan secara keseluruhan, tempat makan modern memberikan suasana yang lebih nyaman untuk mengobrol dibandingkan dengan tempat makan tradisional. Eksistensi media sosial juga turut mempengaruhi popularitas makanan asing. Namun The House of Raminten tetap mampu bersaing dengan kehadiran restoran modern di Yogyakarta. The House of Raminten juga menggunakan media sosial dengan baik, namun hal tersebut tidak dibahas dalam penelitian ini. Beberapa informan mengaku tetap menyukai The House of Raminten walaupun terdapat banyak restoran modern yang muncul karena mendapatkan pengalaman unik yang tidak dijumpai dimanapun.

Sampoerno dalam wawancara 26 Desember 2020 mengatakan bahwa fenomena penurunan minat generasi muda seharusnya diberi perhatian yang lebih oleh pemerintah. Generasi muda adalah ahli waris seluruh kekayaan budaya. Daerah Istimewa Yogyakarta dengan bentuk pemerintahan yang juga istimewa memberi dampak pada pelestarian budaya, dimana pemerintah memberikan banyak dukungan terkait pelestarian budaya kepada masyarakat,

termasuk pada The House of Raminten. Pemilik The House of Raminten ternyata merupakan abdi dalem Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang diangkat dari masyarakat biasa. Anton Otobri dalam wawancara 13 November 2020 menjelaskan bahwa tugas dari Hamzah Sulaeman sebagai abdi dalem berkaitan dengan pelestarian budaya.

Seluruh informan mengatakan bahwa tempat makan tradisional yang memiliki konsep seperti The House of Raminten perlu dikembangkan di daerah-daerah lain. Kehadiran The House of Raminten membuat informan dapat mengidentifikasi dan mengenali nilai-nilai budaya Jawa walaupun tidak mendapatkan penjelasan secara verbal. Sebagai mata pencaharian, membuka usaha dengan menggunakan artefak, faktor lingkungan, hingga pesan *olfactory* sebagai saluran komunikasi nonverbal nilai budaya setempat dapat memberikan daya tarik yang kuat sekaligus melestarikan budaya setempat.

## **5.2 Pembahasan**

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian diatas ditemukan beberapa hal terkait permasalahan penelitian. Pertama, adanya pesan yang disusun melalui saluran komunikasi nonverbal antara lain artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* oleh pihak The House of Raminten. Hal ini disampaikan dalam wawancara bersama dengan informan Ahli, Dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana yang melihat adanya pesan-pesan yang disusun melalui simbol pada saluran komunikasi nonverbal di The House of Raminten. Katanya, "...jadi saya pikir Raminten itu sengaja, sengaja, tapi pertanyaannya apakah dia lebih cenderung kepada mempertahankan nilai atau

itu hanya sekedar untuk strategi marketing? Bisa dua-duanya itu kalau saya lihat” (Wawancara dengan Sampoerno, Solo, 26 Desember 2020).

Pernyataan tersebut disetujui oleh informan, Anton Otobri yang merupakan Staff HRD dari The House of Raminten. Informan menjelaskan mengenai penggunaan artefak, faktor lingkungan, dan juga *olfactory* yang mengandung informasi dan nilai budaya Jawa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan tertentu kepada pengunjung. Berikut penjelasan dari informan:

...Begitupun ketika membuka rumah makan ini, jadi konsepnya pun konsep Jawa, Jawa beneran. Jadi ketika uhmm Kanjeng itu ingin membuka restoran, beliau pun sebisa mungkin beda dari yang lain gitu lho. Unik, unik dengan yang lain, jadi \*diam sejenak\* dari tatanannya yang ada *pendapa*, kalau di rumah Jawa kan pasti ada *pendapa*, ada *pringgitan*, dan sejenisnya seperti itu. Semi *outdoor* pun seperti itu, jadi pendapanya ada, sebelah kiri kanannya pun ada, seperti itu. Untuk ornamennya pun, sebisa mungkin ornamen yang memang khas Jawa gitu lho. (Wawancara dengan Anton Otobri, Yogyakarta, 13 November 2020).

Penggunaan tiga saluran komunikasi nonverbal yang ada merupakan proses komunikasi nonverbal yang dapat digambarkan dalam model komunikasi. Secara sederhana, proses komunikasi dapat digambarkan dalam model komunikasi linear oleh Laswell, sebagaimana dijelaskan oleh Julia T. Wood (2010), yaitu “*who, says what, in which channel, to whom, with what effect*”. Komunikasi nonverbal melalui artefak, faktor lingkungan, dan juga *olfactory* merupakan komunikasi yang terjadi satu arah dan umpan balik pengunjung tidak tersampaikan kepada The House of Raminten kecuali melalui komunikasi verbal.



Penggunaan ketiga saluran komunikasi nonverbal sebagai simbol berkaitan dengan konsep restoran yang dimiliki The House of Raminten atau rumah milik Raminten yang berbudaya Jawa. Konsep tersebut dimiliki oleh Hamzah Sulaeman sebagai pemilik. Tokoh Raminten adalah karakter yang diperankan oleh Hamzah Sulaeman dalam seni peran wayang orang. Karakter tersebut kemudian melekat pada pribadi Hamzah Sulaeman dan dijadikan sebagai nama restoran, The House of Raminten. Karena konsep tersebut The House of Raminten menampilkan identitasnya sebagai rumah khas Jawa, dengan desain interior yang bernuansa Jawa, yang dimiliki tokoh Raminten dengan menggunakan saluran komunikasi nonverbal sesuai dengan tata nilai budaya Jawa. Hal ini selaras dengan peran komunikasi nonverbal untuk membentuk impresi (DeVito, 2016). The House of Raminten melakukan hal tersebut untuk menarik perhatian pengunjung sekaligus menjadikannya keunggulan dari The House of Raminten. Saluran komunikasi nonverbal yang kental dengan budaya Jawa menjadikan restoran tersebut unik di mata pengunjung.

Penggunaan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai simbol dapat digambarkan sebagai sebuah proses komunikasi nonverbal yang berlangsung sebagai berikut: komunikator dari proses komunikasi yang terjadi adalah The House of Raminten sebagai restoran, pesan yang disampaikan berupa informasi nilai budaya disampaikan melalui saluran komunikasi nonverbal antara lain artefak, faktor lingkungan, dan *olfactory*, dan komunikannya adalah pengunjung (Wawancara dengan Sampoerno, Solo, 26

Desember 2020). Sebagai saluran komunikasi nonverbal, artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* berhasil menyampaikan informasi nilai budaya kepada seluruh informan. Pengunjung memahami simbol-simbol yang ada dengan berbagai interpretasi, namun setiap pemahaman pengunjung memiliki keterkaitan. Terdapat dua hal utama yang dipahami oleh informan melalui simbol nonverbal tersebut. Pertama adalah simbol nonverbal yang unik menjadi alasan bagi masyarakat untuk mengunjungi The House of Raminten. Kedua, adanya pesan-pesan yang dipahami melalui simbol nonverbal yang ada.

#### **5.2.1 Simbol Nonverbal sebagai Alasan Mengunjungi The House of Raminten**

Tiga saluran komunikasi nonverbal tersebut dimaknai oleh informan sebagai alasan mereka berkunjung ke The House of Raminten. Seluruh informan mengunjungi The House of Raminten karena mencari suasana berbeda yang diberikan oleh restoran tersebut. Suasana unik yang dirasakan seluruh informan terbangun dari ketiga saluran komunikasi nonverbal yang tersebar diseluruh area The House of Raminten. Suasana yang terbangun secara umum adalah tenang, penuh tata krama, sejuk, terdapat suasana mistis, dan terutama adalah pengunjung dapat merasakan dan mengalami secara langsung bagaimana suasana di Yogyakarta dan seperti apa budaya Jawa tanpa harus dijelaskan secara verbal terlebih dahulu. Suasana inilah yang menjadi alasan bagi informan mengunjungi The House of Raminten.

Suasana yang unik tersebut dicari oleh pengunjung karena memiliki nilai tambah dan daya tarik yang kuat. Untuk menarik perhatian pada dasarnya setiap bisnis harus memiliki sebuah identitas yang berbeda serta keunikan yang tidak dijumpai pada bisnis lainnya. The House of Raminten berhasil membangun keunikannya dengan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* serta menjadikannya sebagai kekuatan atau keunggulan.

Hal ini berhubungan dengan keterkaitan antara komunikasi verbal dengan komunikasi nonverbal yang terlihat dalam 6 cara yang disampaikan oleh DeVito (2016), salah satunya adalah untuk menggantikan pesan verbal. The House of Raminten lebih banyak menggunakan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai pengganti pesan verbal dalam menyampaikan berbagai informasi nilai budaya kepada pengunjung. Informan dapat melihat informasi nilai budaya hanya melalui artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai saluran komunikasi nonverbal.

Artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* dalam penelitian ini berperan untuk membangun impresi terhadap orang lain, sesuai dengan peran komunikasi nonverbal yang disampaikan oleh DeVito (2016). Komunikasi nonverbal digunakan sebagai strategi untuk membentuk impresi, misalnya strategi agar disukai orang lain, agar dapat dipercaya, untuk memberi pembenaran atau menjelaskan penyebab kegagalan, untuk mencari pertolongan, untuk menyembunyikan kesalahan, agar diikuti

orang lain, dan untuk mengonfirmasikan citra diri dan mengomunikasikannya pada orang lain (DeVito, 2016). The House of Raminten menggunakan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* yang unik dan menarik agar disukai serta membangun kepercayaan pengunjung. Impresi yang muncul dibenak informan terkait dengan komunikasi nonverbal pada The House of Raminten adalah sangat berbudaya Jawa. Saluran komunikasi nonverbal yang mencerminkan budaya Jawa di Yogyakarta pada The House of Raminten telah disebutkan pada bagian pertama, hasil dan pembahasan. The House of Raminten juga mampu menciptakan impresi yang positif dimata pengunjung sehingga tanggapan dari setiap informan juga positif. Terkait impresi, informan bahkan menyadari adanya usaha dari The House of Raminten untuk menciptakan impresi yang positif. Impresi yang positif terlihat dari suasana yang dirasakan oleh pengunjung serta penilaian positif yang diberikan informan saat wawancara.

Baik artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* masing-masing memiliki keunikan sehingga mampu menarik pengunjung. Alasan informan mengunjungi The House of Raminten adalah mencari suasana unik yang terbangun oleh artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory*.

#### **5.2.1.1 Artefak sebagai Alasan Mengunjungi The House of Raminten**

Terdapat tiga hal yang termasuk artefak, antara lain dekorasi ruang, busana, dan juga warna (DeVito, 2016) dan ketiga hal tersebut dapat ditemukan di The House of Raminten. Artefak yang paling

banyak ditemui adalah dekorasi ruang. Artefak yang mencuri perhatian informan karena keunikannya adalah beberapa dekorasi ruang dan juga busana.

Pertama adalah kuda dan kereta kuda yang dimiliki oleh Hamzah Sulaeman. Kuda dalam bahasa Jawa adalah *turangga* yang bermakna kendaraan. Memiliki kuda merupakan simbol kesempurnaan orang Jawa, atau orang yang hidup berkecukupan (Wawancara dengan Sampoerno, Solo, 26 Desember 2020). Kereta kuda juga tampak pada bagian depan The House of Raminten. Kereta kuda tersebut memang digunakan sebagai alat transportasi oleh Hamzah Sulaeman, bukan sekedar hiasan atau pajangan.



Gambar 5.6 Busana Karyawan  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)

Artefak yang menarik bagi informan berikutnya adalah busana karyawan. Busana yang digunakan adalah busana adat Jawa, untuk wanita menggunakan kemben dan *jarik*, untuk pria menggunakan *jarik* dan rompi seperti pada Gambar 5.6. Hendraningrum (2008) mengatakan, “*Fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan

aksesori yang dikenakan bukan sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi.” Dalam hal ini The House of Raminten menggunakan busana adat Jawa untuk memperkenalkan identitasnya sebagai restoran tradisional Jawa.

Penggunaan baju daerah di kalangan masyarakat umum saat ini sudah sangat menurun. The House of Raminten masih menampilkan busana adat Jawa tersebut setiap hari sehingga hal ini memberikan nilai tambah bagi pengunjung. Salah satu informan sangat terkesan dengan busana karyawan di The House of Raminten dan mengatakan bahwa kekuatan The House of Raminten terletak pada busananya. Informan AP mengatakan seluruh karyawan memiliki prosedur berbusana yang ketat. Tidak hanya nilai budaya pada busana yang ditunjukkan, tetapi kerapihan dan kebersihan juga dijaga dengan baik oleh The House of Raminten.



Gambar 5.7 Patung Raminten  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)

Ikon dari Raminten adalah karakter wanita yang berbusana Jawa lengkap yaitu kebaya dan *jarik*, serta sanggul di kepalanya.



Tokoh Raminten adalah peran yang dimainkan oleh Hamzah Sulaeman dalam salah satu pertunjukkan seni Drama Pengkolan. Drama tersebut kemudian ditampilkan oleh Jogja TV dan peran Raminten melekat pada Hamzah Sulaeman. Dalam salah satu wawancara yang dilakukan oleh Azizah Hanum dengan Hamzah Sulaeman melalui Youtube, Hamzah Sulaeman mengaku setelah beberapa lama memerankan karakter pria, beliau merasa bosan dan ingin memerankan tokoh wanita. Maka dari itu pada akhirnya Hamzah Sulaeman memerankan Raminten pada drama tersebut (Hanum, 2020). Hal tersebut sangat unik di mata pengunjung karena tidak biasa bagi masyarakat untuk berpakaian yang tidak sesuai dengan gender. Dalam kesenian sebenarnya tidak ada larangan atau pertentangan tertentu dalam cara berpakaian (Wawancara dengan Sampoerno, Solo, 26 Desember 2020), namun hal tersebut masih dirasa tidak biasa oleh masyarakat terutama di Indonesia. Tanggapan informan terkait dengan ikon Raminten juga positif. Informan merasa hal tersebut memang keunikan yang dimiliki oleh Raminten.

Masih banyak hal-hal unik yang dapat ditemukan dalam The House of Raminten. Dari beberapa contoh yang sudah dijabarkan, dapat terlihat kebudayaan dan kesenian sangat kuat terlihat pada artefak The House of Raminten. Artefak tersebut membangun suasana yang menarik perhatian informan. Menurut informan, artefak yang ada membuat suasana di The House of Raminten menyerupai Keraton

Yogyakarta Hadiningrat. Informan TN menyebutkan bahwa kuda dan kereta yang ada di The House of Raminten mengingatkan dirinya kepada Keraton Yogyakarta. Selain itu, beberapa benda yang mengandung nilai budaya Jawa membuat suasana antara kedua tempat tersebut memiliki kesamaan. The House of Raminten tidak bermaksud menyamai Keraton Yogyakarta, tetapi memang pemakaian beberapa artefak yang sesuai dengan nilai budaya Jawa tentu menghasilkan suasana yang terasa sama, misalnya bentuk lampu atau gong. Keunikan artefak tersebut yang menjadi alasan bagi informan untuk mengunjungi The House of Raminten.

#### **5.2.1.2 Faktor Lingkungan sebagai Alasan Mengunjungi The House of Raminten**

Faktor lingkungan dari The House of Raminten juga memiliki keunikan tersendiri. Julia T. Wood (2010) menjelaskan faktor lingkungan adalah elemen dari latar dan suasana yang dapat mempengaruhi perasaan serta tindakan. Secara keseluruhan faktor lingkungan yang ada terlihat seperti rumah Jawa. Hal ini mempengaruhi perasaan dan tindakan pengunjung saat berkunjung ke The House of Raminten. Beberapa informan mengatakan suasana rumah Jawa membuat perasaan mereka menjadi tenang dan nyaman. Informan S juga mengatakan faktor lingkungan di The House of Raminten memberikan kesan yang khusuk sehingga orang yang datang bersikap santun dan menjaga tata krama kesopanan.

Terdapat beberapa bagian dalam rumah yang sesuai dengan ketentuan rumah Jawa, antara lain bahan kayu untuk perabot dan bangunan, bagian rumah *pendapa*, dan juga *pringgitan*. Bahan kayu pada The House of Raminten mengingatkan informan kepada rumah-rumah bangunan Jawa yang biasa dibangun menggunakan bahan kayu. Selain itu, bagian-bagian ruangan pada The House of Raminten mengandung bagian rumah Joglo sehingga suasana rumah Jawa semakin kuat terasa.

*Pendapa* adalah bangunan terdepan dari rumah Joglo yang berfungsi sebagai tempat menerima tamu atau mengadakan upacara adat (Musman, 2019). *Pringgitan* yang mengandung kata *ringgit* (wayang) merupakan area yang biasa digunakan untuk pertunjukkan wayang kulit (Musman, 2019). Kedua area tersebut disebutkan oleh Anton Otobri dalam wawancara yang dilakukan di Yogyakarta, 13 November 2020. Bagian rumah Jawa tersebut yaitu *pendapa* dan *pringgitan* ada di The House of Raminten karena sebelum menjadi restoran, lokasi tersebut merupakan rumah tinggal pribadi milik Hamzah Sulaeman yang berbentuk Joglo. Karena dibangun menjadi restoran, bagian *pendapa* dan *pringgitan* mengalami banyak modifikasi sehingga dari bangunan luar kurang terlihat. Bagian-bagian rumah joglo tersebut membuat suasana rumah Jawa terasa dan hal tersebut memberikan keunikan tersendiri bagi The House of Raminten.



Gambar 5.8 Suasana dan Pencahayaan di The House of Raminten  
(Sumber: Hasil Foto Penelitian Lapangan)

Pencahayaan juga menjadi salah satu faktor lingkungan yang membangun suasana di The House of Raminten. Pencahayaan di sana cenderung redup dan lebih banyak memanfaatkan cahaya matahari. Pencahayaan ini membuat suasana menjadi lebih sejuk, nyaman, dan menenangkan. Suasana yang terbangun di The House of Raminten semakin kuat dengan adanya pencahayaan, yaitu seperti sedang berada di rumah Jawa yang nyaman.

#### **5.2.1.3 Pesan *Olfactory* sebagai Alasan Mengunjungi The House of Raminten**

Pesan *olfactory* yang terdapat pada The House of Raminten sangat kuat dirasakan oleh pengunjung. DeVito (2016) menjelaskan pesan *olfactory* dapat memperkuat ingatan seseorang dan membangun citra. Pesan *olfactory* juga dapat menarik perhatian pengunjung (DeVito, 2016). Hal ini dilakukan oleh The House of Raminten dengan menggunakan bunga segar, dupa, dan kemenyan dan memberikan kesan tradisional pada seluruh ruangan. Beberapa informan menyukai pesan *olfactory* tersebut.

Pesan *olfactory* yang digunakan adalah bunga segar yang diganti setiap hari, dupa, kemenyan, juga daun pandan. Terdapat dua jenis bunga yang terlihat di seluruh ruangan saat melakukan pengamatan lapangan, yaitu bunga mawar dan bunga *kantil* atau biasa dikenal sebagai bunga cempaka. Bunga mawar dan bunga *kantil* semua memiliki makna tersendiri dalam budaya Jawa. Bunga mawar dan bunga *kantil* putih yang memiliki bau yang harum dengan makna yang ada dibalikinya menjadi pesan *olfactory* yang kuat walaupun tidak semua pengunjung dapat memahami makna tersebut melalui komunikasi nonverbal. Selain bunga, dupa dan kemenyan yang memiliki aroma khas yang membangun suasana mistis pada The House of Raminten. Aroma dupa dan kemenyan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi informan, misalnya informan TN yang menyukai pesan *olfactory* tersebut. Informan TN juga menggunakan pesan *olfactory* sebagai alasan untuk mengunjungi The House of Raminten, yaitu untuk menikmati aroma ruangan.

### **5.2.2 Pesan Nonverbal yang dipahami oleh Pengunjung**

Artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* yang terdapat pada The House of Raminten dipahami oleh pengunjung sebagai saluran komunikasi nonverbal untuk menyampaikan pesan. Pesan yang tersampaikan kepada informan terdiri dari tiga hal. Pertama adalah The House of Raminten ingin memperkenalkan budaya Jawa kepada masyarakat melalui saluran komunikasi nonverbal. Pesan kedua adalah

The House of Raminten ingin menyampaikan informasi-informasi nilai budaya yang bersifat edukatif kepada pengunjung. Pesan ketiga adalah The House of Raminten ingin melestarikan budaya Jawa khususnya yang diterapkan sehari-hari oleh masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **5.2.2.1 The House of Raminten Memperkenalkan Identitas Budaya Jawa**

The House of Raminten memperkenalkan identitas budaya Yogyakarta kepada masyarakat. Informan dapat mengenali budaya Jawa melalui artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* yang ada. Samovar, Porter, & McDaniel (2010) mengatakan, manusia menyampaikan nilai budaya melalui komunikasi dan disaat yang bersamaan komunikasi yang terjadi dalam masyarakat menggambarkan kebudayaannya. Hal inilah yang terjadi dalam The House of Raminten. The House of Raminten adalah representasi budaya Yogyakarta tetapi di sisi lain juga memperkenalkan budaya melalui komunikasi nonverbal.

Empat informan kunci memiliki latar belakang yang berbeda-beda, baik dari segi umur, pendidikan, etnis, hingga profesi. Dari empat informan, hanya terdapat satu orang informan yang benar-benar memahami budaya Jawa sehingga informan tersebut sudah sangat familiar dan mengenal budaya Jawa serta nilai-nilai yang ada di dalamnya. Sementara informan lainnya berasal dari etnis yang berbeda-beda, seorang berasal dari Lampung dan dua orang informan lain memiliki etnis Tionghoa. Tiga informan yang berasal dari etnis



yang berbeda mengaku mendapatkan gambaran tentang bagaimana nilai-nilai budaya serta kepribadian masyarakat Jawa melalui The House of Raminten. Tiga informan dapat mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai budaya Jawa baik yang bersifat kebendaan maupun nonkebendaan. Tentu saja kedalaman pemahaman nilai-nilai budaya Jawa dalam setiap informan berbeda. Selain latar belakang yang mempengaruhi kedalaman pemahaman informan, The House of Raminten tidak memberikan penjelasan secara verbal terkait nilai-nilai budaya nonkebendaan. Seluruh informan kunci dapat mengidentifikasi nilai budaya Jawa yang bersifat kebendaan.

Tujuan The House of Raminten memperkenalkan budaya Jawa kepada masyarakat luas dipengaruhi oleh pemilik itu sendiri, yaitu Hamzah Sulaeman yang dikenal sebagai tokoh Raminten. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama Anton Otorbri (Yogyakarta, 13 November 2020), ditemukan bahwa Hamzah Sulaeman memiliki ketertarikan terhadap budaya Jawa, terutama yang berkaitan dengan kesenian. Ketertarikan beliau terhadap kesenian Jawa menyebabkan terbentuknya minat yang besar, walaupun Hamzah Sulaeman memiliki latar belakang etnis Tionghoa dan beragama Katolik. Ketertarikannya tersebut membawa Hamzah Sulaeman terjun kepada dunia seni peran hingga saat ini dikenal sebagai Raminten.

Ketertarikan dan minat yang besar terhadap kesenian Jawa membuat Hamzah Sulaeman juga mencintai budaya Jawa beserta nilai-nilai yang ada. Bisnis yang dijalankan oleh Hamzah Sulaeman yaitu yang termasuk kepada Raminten Group seluruhnya memiliki konsep dan identitas yang kurang lebih sama walaupun pada awalnya Hamzah Batik tidak memiliki konsep seperti saat ini. Ketertarikannya kepada budaya Jawa juga membawa Hamzah Sulaeman diangkat menjadi seorang abdi dalem Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat.

Menurut Anshori dan Yuwono (2013) abdi dalem adalah orang-orang yang ditetapkan melalui surat keputusan atau pengukuhan sebagai seorang abdi budaya Ngayogyakarta Hadiningrat. Abdi dalem dapat digolongkan menjadi dua kelompok besar, yaitu abdi dalem punokawan yang diangkat dari masyarakat dan abdi dalem kaprajan yang merupakan pegawai negeri sipil dan digaji oleh pemerintah (Sudaryanto, 2008). Hamzah Sulaeman yang merupakan masyarakat biasa dan merupakan keturunan dari Etnis Tionghoa diangkat sebagai abdi dalem, dan termasuk dari kelompok abdi dalem punokawan. Setiap abdi dalem diberi gelar nama sebagai penanda terkait keahliannya (Sudaryanto, 2008). Demikian juga Hamzah Sulaeman yang diberi nama oleh Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yaitu Kanjeng Mas Hamengku Tanoyo Nindyo dan biasa dipanggil Kanjeng Nindyo.

Pekerjaan sebagai abdi dalem membuat Hamzah memiliki tugas mulia yaitu melestarikan budaya Jawa di Yogyakarta. Relasi yang ada antara Hamzah Sulaeman dimulai saat beliau mengurus usahanya di Malioboro dan berurusan dengan Keraton terkait perijinan. Relasi tersebut secara tidak langsung menunjukkan adanya dukungan dari Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat sebagai pemerintah daerah dalam pelestarian nilai budaya melalui The House of Raminten. Hal tersebut adalah hal yang baik karena dengan dukungan pemerintah, Yogyakarta dapat menjaga nilai-nilai budayanya sekalipun sangat banyak pendatang yang masuk ke Yogyakarta.

Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan DeVito (2016) mengenai peran komunikasi nonverbal, yaitu untuk mengekspresikan emosi. Hamzah Sulaeman menggunakan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* untuk mengekspresikan dirinya dan menunjukkan minat, ketertarikan, dan rasa cintanya terhadap budaya dan juga kesenian melalui tiga saluran komunikasi nonverbal tersebut.

#### **5.2.2.2 Informasi Nilai Budaya Jawa yang dimaknai oleh Pengunjung**

Dalam memperkenalkan budaya Jawa, tentu terdapat nilai-nilai budaya yang disampaikan melalui saluran komunikasi nonverbal pada The House of Raminten. Terdapat dua nilai yang disampaikan, antara lain nilai budaya yang bersifat kebendaan dan nilai budaya yang bersifat nonkebendaan. Nilai budaya kebendaan disampaikan secara

langsung oleh saluran-saluran komunikasi nonverbal pada The House of Raminten. Nilai-nilai non kebendaan tentu memerlukan proses *decoding* terlebih dahulu. Nilai budaya nonkebendaan yang tersampaikan kepada informan antara lain kepercayaan tentang kesempurnaan pria Jawa, nilai religio-spiritual, nilai kesenian, nilai mata pencaharian, dan nilai moral.

Nilai-nilai tersebut dipandang secara positif oleh seluruh informan. Seluruh informan merasa hal yang dilakukan oleh The House of Raminten adalah perbuatan mulia yang perlu terus dipertahankan dan diteladani oleh daerah-daerah lain. Penilaian positif yang diberikan seluruh informan merupakan umpan balik dari proses komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh The House of Raminten. Karena penilaian yang positif tersebut informan bersedia untuk kembali dan tidak bosan untuk mengunjungi The House of Raminten. Walaupun tidak seluruh informan dapat memahami makna dibalik nilai yang ada secara mendalam, informan mendapatkan pengetahuan dan pengenalan akan nilai budaya Jawa di Yogyakarta, baik nilai budaya kebendaan maupun nilai budaya nonkebendaan. Berikut nilai yang terdapat pada artefak, faktor lingkungan, dan pesan *Olfactory*:

#### **1) Informasi Nilai Budaya pada Artefak:**

Artefak yang sangat bervariasi di The House of Raminten juga mengandung beberapa informasi nilai budaya.

Seperti yang sudah disebutkan pada bagian pertama, beberapa artefak mengandung nilai religio-spiritual, antara lain patung dewa dari kepercayaan Hindu, patung Ganesha, patung Tuhan Yesus, dan beberapa patung yang mengandung unsur kepercayaan Jawa. Melalui artefak-artefak tersebut, terlihat bahwa pemilik The House of Raminten percaya kepada Tuhan Yang Maha Esa. Hamzah Sulaeman, menurut informan AO beragama Katolik sehingga beliau memasang patung Yesus di restorannya. Selain dari patung Yesus dan patung dewa Hindu, nilai-nilai religio-spiritual terlihat dengan adanya patung penjaga gerbang yang dipercaya oleh masyarakat Jawa untuk menjaga rumah dari malapetaka dan bahaya.

Nilai religio-spiritual dijelaskan dalam perda Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor Empat Tahun 2011, yaitu dunia dan seluruh isinya merupakan ciptaan Tuhan sehingga semua hal juga akan kembali kepada Tuhan. Semua yang ada di dunia bersifat sementara namun Tuhan tidak memiliki akhir (kenyataan sejati). Maka dari itu Tuhan akan selalu menjaga dan menyertai dunia, seperti dalam pepatah Jawa *Pangeran iku ora sare*. Isi dari dunia yang beraneka-ragam diciptakan selaras, seimbang, dan harmonis, dimana masing-masing memiliki peran yang sudah ditentukan. Maka dari itu keharmonisan dunia dari segala komponen yang ada harus dijaga agar tidak menimbulkan

kekacauan. Maka dari itu, dalam hidup manusia perlu terus berusaha sebaik mungkin melakukan hal-hal yang benar namun mengerti batasannya sendiri. Karena kehidupan diatur oleh Tuhan, manusia juga perlu rasa *lila legawa* atau pasrah dan sabar terhadap perjalanan hidup.

Nilai budaya kedua yang ditemukan informan melalui artefak adalah nilai-nilai kesenian. Kesenian adalah bentuk dari aktualisasi diri yang dilakukan manusia. Nilai budaya kesenian ditemukan dari berbagai artefak seperti patung wayang, gong, batik, dan lain-lain. Nilai budaya kesenian ditampilkan karena rasa cinta dan minat besar dari Hamzah Sulaeman kepada kesenian Jawa. Menurut perda DIY Nomor Empat Tahun 2011, nilai kesenian tidak hanya berbicara soal aktualisasi diri atau kelompok orang, namun juga merupakan media komunikasi spiritual manusia kepada Tuhan, antar sesama manusia, dan antara manusia dengan seluruh penghuni alam semesta. Seni mengandung simbol-simbol kehidupan dan menggambarkan siklus hidup manusia dengan segala hal yang dialaminya.

Terdapat sebuah hiasan dinding yang berisi silsilah Kerajaan Mataram. Silsilah tersebut secara disengaja dipasang oleh pihak The House of Raminten untuk memberikan informasi kepada pengunjung. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Anton Otobri (Yogyakarta, 13 November 2020), silsilah



tersebut dipasang agar tidak terjadi disinformasi diantara pengunjung. Hal ini menunjukkan kepedulian The House of Raminten terhadap kelestarian budaya Jawa. The House of Raminten memberikan edukasi dan juga sangat banyak informasi kepada pengunjung agar budaya Jawa dikenal dan diingat oleh masyarakat.

Artefak pada The House of Raminten menunjukkan nilai kesempurnaan dari orang Jawa. Seperti yang dijelaskan oleh informan AO (Yogyakarta, 13 November 2020), orang Jawa dianggap memiliki kehidupan yang sempurna apabila telah memiliki rumah, kuda atau kendaraan, burung atau hewan peliharaan, senjata atau kemampuan, dan wanita atau istri. Sesuai dengan pengertian artefak yang merupakan benda milik pribadi yang digunakan untuk menunjukkan identitas dan membangun citra (Wood, 2010), The House of Raminten mengomunikasikan identitas dan citranya sebagai orang Jawa melalui artefak.

Artefak yang ada yaitu kuda (*turangga*), kereta kuda dan juga burung peliharaan (*kukila*) menandakan kesuksesan seorang Hamzah Sulaeman sebagai masyarakat Jawa tanpa terkesan menyombongkan diri. Artefak tersebut merupakan simbol yang mengandung makna kesempurnaan orang Jawa dan bukan merupakan benda yang digunakan untuk memamerkan kekayaan. Identitas Hamzah Sulaeman sebagai orang yang sudah mencapai

kesempurnaan hidup dikomunikasikan melalui kuda dan burung peliharaannya.

## 2) Informasi Nilai Budaya pada Faktor Lingkungan:

Terlihat nilai moral dalam faktor lingkungan di The House of Raminten. Nilai moral terlihat dari kursi yang digunakan untuk pengunjung, yang kebanyakan adalah kursi lesehan terbuat dari rotan. Beberapa area lain juga tidak menggunakan kursi rotan, tetapi diberi alas duduk untuk lesehan. Tempat duduk lesehan mengandung makna kesetaraan dan kerendahan hati, seperti istilah dalam bahasa Jawa yaitu *lembah manah* (Wawancara dengan Sampoerno, Solo, 26 Desember 2020). Saat duduk lesehan, semua orang dari berbagai latar belakang yang berbeda duduk sejajar bersama-sama, sehingga dapat dilihat adanya kesetaraan diantara pengunjung. Seluruh pengunjung di The House of Raminten pasti diperlakukan sama dan adil (Wawancara dengan Anton Otobri, 13 November 2020). Apabila harus mengantri, tamu siapapun juga harus sabar menanti. Tempat duduk tidak ada yang lebih tinggi atau lebih rendah. *Pendapa* yang berfungsi sebagai area untuk menyelesaikan konflik juga memiliki nilai moral, yaitu keterbukaan yang dimiliki oleh tuan rumah. Keterbukaan selaras dengan nilai moral, bagaimana seseorang menjaga keseimbangan, keselarasan, dan perbuatan baik.

Faktor lingkungan juga mengandung nilai mata pencaharian. Dalam perda DIY Nomor Empat Tahun 2011 dijelaskan, manusia dalam bekerja harus bersungguh-sungguh dan mengusahakan nilai yang baik seperti kebenaran, keindahan, keselamatan, dan kelestarian dunia. Hal ini berkaitan dengan pepatah Jawa yang merupakan nilai semangat Ke-Yogyakarta, yaitu *hamemayu hayuning bawana*. Bekerja haruslah dilakukan sebaik mungkin, bekerja dengan giat, rajin, dan usaha keras. Dalam bekerja manusia tidak boleh memikirkan diri sendiri, tetapi juga memikirkan orang lain seperti keluarga, masyarakat, negara, dan sesama manusia.

Hal ini dilakukan oleh The House of Raminten melalui faktor lingkungan. Sebagai tujuan wisata kuliner tradisional, The House of Raminten ingin memberikan yang terbaik bagi pengunjung dan memperlihatkan usaha yang sungguh-sungguh dalam memberikan pengalaman dan pelayanan yang menarik bagi pengunjung. Menurut seluruh informan, pelayanan yang terbaik serta penggunaan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* memberikan pengalaman unik yang membuat mereka puas dengan The House of Raminten. Informan rela kembali makan di restoran tersebut karena adanya usaha dan niat yang baik yang ditunjukkan oleh The House of Raminten. Baik

kebersihan dan keindahan lingkungan restoran semua dijaga dengan baik.

Informan AO yang telah bekerja selama tujuh tahun sebagai karyawan mengaku menghormati Hamzah Sulaeman sebagai pemilik. Informan AO melihat ketulusan Hamzah Sulaeman dalam memperlakukan karyawan. Kesejahteraan karyawan juga menjadi prioritas dari The House of Raminten. Hal ini menyebabkan karyawan bekerja dengan tulus dan sungguh-sungguh. Hasilnya adalah, faktor lingkungan The House of Raminten juga terpelihara dengan baik. Hamzah Sulaeman juga sering memberikan nasihat-nasihat dalam bekerja untuk karyawan. The House of Raminten juga mempekerjakan masyarakat yang membutuhkan sehingga tidak membuka lowongan pekerjaan.

### **3) Informasi Nilai Budaya pada Pesan *Olfactory*:**

Nilai budaya Jawa juga tersampaikan melalui saluran komunikasi nonverbal yaitu aroma. Aroma unik di The House of Raminten berasal dari bunga mawar, bunga cempaka putih, daun pandan, dupa, dan kemenyan. Wangi-wangian tersebut hanya berfungsi sebagai pengharum ruangan dan tidak ada tujuan lainnya. Nilai budaya Jawa tersampaikan melalui bunga mawar dan bunga kantil. Bunga mawar diartikan dengan kata *mawi arsa* (niat) atau *awar-awar ben tawar* (tulus) melambangkan ketulusan

dalam menjaankan segala sesuatu (Musman, 2019). Bunga cempaka putih yang disebut *kantil* dari kata *kemantil-mantil* yang artinya hubungan sangat erat, atau cinta yang tak terpisahkan (Musman, 2019).

Baik secara disengaja maupun tidak, terdapat pesan yang mengandung nilai moral melalui pesan *olfactory* pada The House of Raminten. Bunga mawar menyampaikan ketulusan dan niat baik yang diberikan oleh Raminten dan bunga cempaka putih menyampaikan kasih sayang baik kepada pengunjung, seluruh makhluk, hingga leluhur.

### **5.2.2.3 The House of Raminten Melestarikan Budaya Yogyakarta**

Penggunaan tiga saluran komunikasi nonverbal pada The House of Raminten dapat membantu pelestarian budaya Jawa di Yogyakarta, ditengah menurunnya minat anak muda terhadap budaya tradisional. (jelasin minat anak muda yang turun). (tapi ternyata anak muda (informan) tetep suka sama raminten. The House of Raminten berkontribusi untuk melestarikan budaya Jawa.

The House of Raminten juga secara tidak langsung mempromosikan budaya Jawa kepada masyarakat luas karena pengunjung The House of Raminten mayoritas merupakan wisatawan. Berkat usaha yang dilakukan The House of Raminten budaya Jawa memperoleh impresi yang positif dimana masyarakat luas dan memiliki daya tarik yang besar bagi wisatawan. Wisatawan dapat

mengidentifikasi budaya Jawa beserta nilai-nilainya secara umum sebagai informasi.

Penggunaan artefak, faktor lingkungan, dan pesan *olfactory* sebagai saluran komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh The House of Raminten merupakan solusi yang menguntungkan baik pihak perusahaan, pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, sekaligus pengunjung sebagai konsumen. Perusahaan diuntungkan karena saluran komunikasi nonverbal menjadi keunikan dan keunggulan dari The House of Raminten. Keunggulan tersebut memberi keuntungan dari segi bisnis dan menarik semakin banyak pengunjung lokal dan nasional. Semakin banyak pengunjung The House of Raminten, semakin besar peluang bagi bisnis tersebut untuk bertumbuh. Pemerintah juga diuntungkan karena usaha pemerintah Yogyakarta untuk mempertahankan dan melestarikan nilai budaya Jawa didukung oleh pengusaha lokal seperti The House of Raminten. The House of Raminten dan pemerintah daerah saling bersinergi untuk melestarikan nilai budaya Jawa. Tidak hanya pelestarian budaya, usaha wisata di Yogyakarta juga terbantu dengan hal yang dilakukan oleh The House of Raminten. Semakin banyak wisatawan yang tertarik berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta karena kentalnya budaya Jawa disana. Masyarakat juga diuntungkan karena dengan mengunjungi The House of Raminten untuk makan maupun berkumpul dengan kerabat, pengunjung juga mendapatkan informasi dan edukasi mengenai nilai



budaya Jawa. Hal ini dapat memperluas wawasan pengunjung mengenai budaya Jawa.

