

Restoran Sebagai Arena Konflik Kelas: Kritik Sosial Gaya Hidup Urban Perkotaan dalam Film *Itu Bisa Diatur* (1984)

Heri Purwoko

Institut Kesenian Jakarta, heripurwoko@ikj.ac.id

Abstract: *This study aims to dissect the representation of social criticism regarding the lifestyle and consumer culture of 1980s urban Jakarta society through the restaurant space in Warkop DKI's comedy film, "Itu Bisa Diatur" (1984). To date, academic literature on Warkop DKI films has predominantly focused on the technical analysis of humor or macro-political critiques. Filling this academic gap, this research employs a qualitative descriptive-analytical approach with critical content analysis, viewed through the lenses of film sociology and the sociology of food. Primary data were gathered from audio-visual units of the film "Itu Bisa Diatur" (1984), while secondary data were obtained through literature studies on film history and urban sociology. Furthermore, the jargon "itu bisa diatur" (it can be arranged) serves as a cracked mirror reflecting the shortcut mentality of urban society facing the demands of modernity. This study reinforces that popular comedy films during the New Order era functioned as a social safety valve, unmasking the artificiality of urban identity in its era.*

Keywords: *Warkop DKI, "Itu Bisa Diatur", Film Sociology, Urban Lifestyle, Restaurant, Culinary Snobbery.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk membedah representasi kritik sosial terhadap gaya hidup dan budaya konsumen masyarakat urban Jakarta era 1980-an melalui ruang restoran dalam film komedi *Itu Bisa Diatur* (1984) karya Warkop DKI. Selama ini, kajian terhadap film Warkop DKI cenderung berfokus pada analisis teknis humor atau kritik politik makro. Mengisi kekosongan akademis tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis dengan metode analisis isi kritis (*critical content analysis*) serta kacamata sosiologi film dan sosiologi kuliner. Data primer bersumber dari unit audio-visual film *Itu Bisa Diatur*, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur sejarah perfilman dan sosiologi perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang restoran dipentaskan bukan sekadar sebagai latar komedi, melainkan arena simbolis benturan kelas dan ekspresi kegagalan masyarakat perkotaan. Selain itu, jargon "itu bisa diatur" menjadi cermin retak dari etika kerja masyarakat urban yang kerap mengandalkan jalan pintas di tengah tuntutan modernitas. Penelitian ini mempertegas bahwa film komedi populer era Orde Baru bertindak sebagai katup pengaman sosial (*social safety valve*) yang membongkar kepalsuan identitas masyarakat urban pada masanya.

Kata Kunci: Warkop DKI, *Itu bisa diatur*, Sosiologi film, Gaya hidup urban, Restoran, Snobisme kuliner.

1. Pendahuluan

Film komedi Indonesia tidak dapat dilepaskan dari warisan kultural grup lawak legendaris Warkop DKI (akronim dari Warung Kopi, Kasino, Indro). Berawal dari radio Prambors pada tahun 1970-an, grup yang digawangi oleh Wahjoe Sardon (Dono), Kasino Hadiwibowo (Kasino), dan Indrodjojo Kusumonegoro (Indro) ini kemudian bertransisi menjadi ikon industri perfilman nasional sejak akhir dekade 1970-an hingga 1990-an. Berdasarkan catatan sejarah industri film nasional, film-film Warkop DKI secara konsisten mendominasi tangga film terlaris (*box office*) Indonesia di setiap tahun rilisnya (Kristanto, 2007). Karakter komedi

mereka yang khas tidak hanya menawarkan hiburan eskapis, tetapi juga secara jeli menangkap realitas sosial, kegagalan, dan dinamika transformasi masyarakat urban Jakarta di bawah rezim Orde Baru yang sedang gencar melakukan modernisasi (Sen & Hill, 2000).

Pada dekade 1980-an, Jakarta mengalami ledakan urbanisasi dan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, memicu lahirnya kelas menengah baru perkotaan (Dick, 2002). Pembangunan infrastruktur modern yang masif mengubah lanskap fisik sekaligus struktur sosial kota. Jakarta bukan lagi sekadar pusat pemerintahan, melainkan episentrum kebudayaan konsumen yang diadopsi dari tren global. Dalam pusaran arus urban ini, terjadi pergeseran ruang publik yang berimbas pada gaya hidup masyarakatnya. Salah satu manifestasi paling nyata dari pergeseran gaya hidup urban tersebut adalah perubahan fungsi restoran. Ruang restoran, yang semula hanya dipandang sebagai tempat pemenuhan kebutuhan biologis (makan), bertransisi menjadi ruang sosial yang sarat akan prestise, panggung pamer eksistensi kelas, dan simbol modernitas (Wardani, 2017). Mengunjungi restoran modern atau tempat makan elite di Jakarta pada masa itu menjadi penanda (tanda status) bahwa seseorang telah sukses beradaptasi dengan ritme dan identitas masyarakat urban yang maju.

Salah satu representasi metamorfosis sosial urban dan kultus gaya hidup kuliner ini terekam kuat dalam filmografi Warkop DKI berjudul *Itu Bisa Diatur* yang dirilis pada 13 Desember 1984. Disutradarai oleh Arizal di bawah naungan PT Garuda Film, film ini sukses secara komersial dengan menduduki peringkat keempat sebagai film terlaris di Jakarta pada tahun 1984, serta berhasil meraup total 541.329 penonton (Katalog Film Indonesia via filmindonesia.or.id). Keberhasilan ini menegaskan posisi Warkop DKI sebagai magnet kebudayaan populer yang mampu menggaet massa melalui narasi yang sangat dekat dengan gegar budaya (*culture shock*) masyarakat urban Jakarta pada masanya.

Secara naratif, *Itu Bisa Diatur* mengisahkan tentang tiga sekawan Dono, Kasino, dan Indro yang mencoba peruntungan di kerasnya kota Jakarta dengan mendirikan sebuah bisnis restoran modern, memanfaatkan keahlian memasak yang dimiliki oleh Dono. Konflik utama dalam film ini bergulir dari suasana kekacauan (*chaos*) manajemen restoran amatiran tersebut. Puncak ketegangan naratif terjadi akibat sebuah kesalahpahaman (*misunderstanding*): Dono keliru mengira seorang kritikus kuliner yang sangat ditakuti dan angker bernama Pak Petrus (diperankan oleh Doddy Sukma) akan menulis ulasan buruk tentang restorannya. Didorong rasa panik, Dono terlanjur mengirimkan surat berisi makian kasar kepada sang kritikus. Ironisnya, setelah surat terkirim, mereka baru menyadari bahwa Pak Petrus sebenarnya berniat

menulis ulasan yang sangat positif dan memuji restoran mereka. Situasi ini memicu efek bola salju komikal, di mana trio Warkop harus menyusun berbagai strategi konyol, termasuk menyusup ke rumah Pak Petrus, demi merebut kembali surat tersebut sebelum dibaca.

Melalui latar bisnis restoran ini, film *Itu Bisa Diatur* sebenarnya tidak sekadar memproduksi tawa, melainkan sedang melayangkan kritik sosial yang tajam terhadap fenomena *snobisme* kuliner dan kepalsuan gaya hidup urban 1980-an. Restoran dalam film ini dihadirkan sebagai simbol komodifikasi ruang dan selera, di mana nilai sebuah makanan tidak lagi dinilai secara objektif, melainkan disetir oleh legitimasi semu dari otoritas media atau kritikus masakan (Firat & Venkatesh, 1995). Warkop DKI secara cerdas memotret bagaimana masyarakat urban Jakarta begitu terobsesi pada label "elite" dan pengakuan sosial, hingga melupakan esensi fungsi ruang itu sendiri. Kompleksitas benturan antara identitas kelas pekerja (Warkop) dengan tuntutan gaya hidup kapitalisme perkotaan yang mekanis dan penuh gengsi inilah yang membuat film ini menarik untuk dibedah secara mendalam. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana representasi kritik sosial terhadap budaya konsumen urban ditampilkan melalui ruang restoran dalam film *Itu Bisa Diatur*.

Kritik terhadap gagapnya masyarakat dalam menghadapi modernitas urban melalui ruang bisnis/institusi tidak hanya monopoli film *Itu Bisa Diatur*. Tren sinema komedi Indonesia pada awal dekade 1980-an menunjukkan pola serupa, di mana ruang komedinya sengaja diletakkan pada benturan antara karakter 'wong cilik' (subjek marginal) dengan institusi modern yang kaku. Sebagai komparasi, film *Gepeng Bayar Pajak* (1983) yang dibintangi oleh komedian Srimulat juga menggunakan premis kegagapan masyarakat kelas bawah ketika mendadak masuk ke dalam sistem birokrasi dan gaya hidup elite Jakarta setelah memenangkan lotre. Baik Srimulat dalam *Gepeng Bayar Pajak* maupun Warkop DKI dalam *Itu Bisa Diatur*, keduanya menyoroti bagaimana uang dan modernitas perkotaan menuntut standarisasi perilaku yang merenggut keaslian hubungan sosial.

Namun, perbedaan mendasar terletak pada fokus ruangnya. Jika Srimulat mengkritik birokrasi dan kepemilikan modal secara umum, *Itu Bisa Diatur* secara spesifik menitikberatkan restoran sebagai ruang yang dikultus menjadi gaya hidup baru. Melalui ruang restoran, Warkop DKI tidak hanya mengkritik sistem ekonomi kapitalis perkotaan, tetapi juga menyentil lahirnya budaya *snobisme* baru di mana selera rasa masyarakat urban telah terjajah oleh opini media. Komparasi ini mempertegas bahwa sinema komedi era 1980-an bertindak sebagai cermin kritis

yang merekam kecemasan kultural masyarakat Indonesia terhadap laju modernisasi Orde Baru yang serba mekanis.

2. Kajian Teori

Kajian akademis mengenai film-film Warkop DKI selama ini umumnya didominasi oleh dua tren besar. Tren pertama cenderung berfokus pada analisis teks humor secara teknis untuk membedah formula komedi situasi atau aspek linguistik penuturan lelucon (Setiawan, 2015; Ramadhan, 2019). Penelitian dalam kategori ini melihat humor sebagai entitas otonom, sehingga sering kali meluputkan dimensi ideologis dan konteks sosiopolitis film tersebut diproduksi. Sementara itu, tren kedua menggunakan pendekatan sosiologis, melihat film Warkop DKI sebagai bentuk kritik sosial terhadap rezim Orde Baru, seperti isu korupsi birokrasi, ketimpangan desa-kota, atau militerisme (Sen & Hill, 2000; Heryanto, 2015). Di sinilah letak celah kosong (*research gap*) yang diulas dalam penelitian ini, yaitu belum adanya literatur yang secara spesifik membedah film Warkop DKI, khususnya *Itu Bisa Diatur* (1984) melalui lensa sosiologi kuliner dan tata spasial urban. Ruang mikro seperti restoran merupakan arena kecil tempat gegar budaya (*culture shock*) dan kapitalisme beroperasi. Melalui tinjauan kritis ini, penelitian memosisikan diri untuk melacak bagaimana estetika komedi dalam ruang restoran bertindak sebagai kritik subtil terhadap komodifikasi selera dan kepalsuan identitas masyarakat urban Jakarta pada pertengahan dekade 1980-an.

Secara teoretis, film tidak pernah lahir dari ruang hampa budaya; ia merupakan dokumen sosial yang merefleksikan, mereproduksi, sekaligus menggugat realitas zamannya (Sorlin, 1980). Melalui kacamata sosiologi film, teks visual dan naratif dianalisis sebagai struktur tanda yang menangkap kecemasan kolektif masyarakat akibat laju modernisasi perkotaan yang serba mekanis dan kaku (Dick, 2002). Dalam konteks kritik sosial urban, film komedi seringkali bertindak sebagai katup pengaman sosial (*social safety valve*). Ketika ruang kebebasan berpendapat dibatasi oleh regulasi tertentu, sinema populer menggunakan taktik penggunaan satir untuk menertawakan kegagapan masyarakat kelas pekerja yang dipaksa masuk ke dalam ritme kota besar. Kegagapan di ruang restoran ini berkorelasi erat dengan teori masyarakat konsumsi (*consumer society*); modernitas menggeser orientasi masyarakat dari basis produksi menjadi basis konsumsi (Baudrillard, 1998). Di bawah logika ini, konsumsi tidak lagi digerakkan oleh nilai guna melainkan nilai tanda, yang memicu komodifikasi ruang dan gaya hidup (Featherstone, 2007).

Restoran tidak lagi berfungsi secara fungsional sebagai tempat mengatasi rasa lapar, melainkan bertransisi menjadi ruang kultus gaya hidup, pembeda kelas (*distinction*), dan panggung pameran eksistensi untuk melabeli diri menjadi modern. Pergeseran makna ini melahirkan apa yang disebut sosiologi kuliner sebagai snobisme kuliner, sebuah perilaku di mana individu mengadopsi pilihan makanan atau tempat makan tertentu demi mengejar pengakuan sebagai bagian dari masyarakat kelas atas (Bourdieu, 1984). Dalam masyarakat perkotaan, snobisme ini diperparah oleh kehadiran otoritas selera yang dimediasi, seperti kritikus makanan, majalah gaya hidup, atau pemandu kuliner. Otoritas media inilah yang memegang kekuasaan hegemonik untuk mendikte, menentukan hidup-matinya sebuah bisnis, serta menyetir arah konsumsi masyarakat urban melalui legitimasi ulasan yang mereka produksi. Seluruh jalinan teori sosiologi film, masyarakat konsumsi, dan sosiologi kuliner ini digunakan secara padu untuk membedah bagaimana film *Itu Bisa Diatur* membingkai ruang restoran sebagai arena kritik sosial.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analitis dengan jenis penelitian analisis isi kritis (*critical content analysis*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami, membedah, dan menginterpretasikan makna tekstual, tanda, serta representasi kritik sosial yang terkandung dalam teks film (Creswell, 2016). Objek yang diteliti bukan berupa data statistik kuantitatif, melainkan narasi, dialog, gestur, serta penataan spasial restoran. Melalui paradigma kritis, penelitian ini berasumsi bahwa film komedi bukanlah sekadar produk hiburan eskapis yang netral, melainkan sebuah situs kontestasi ideologi dan cermin dari struktur kekuatan kelas di masyarakat (Neuman, 2014). Humor dalam film *Itu Bisa Diatur* merupakan taktik untuk mengkonversi nilai-nilai kapitalisme dalam ruang urban.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan unit analisis audio dan visual yang bersumber langsung dari film *Itu Bisa Diatur* karya sutradara Arizal. Pengambilan data primer difokuskan pada adegan-adegan yang berlokasi di dalam ruang restoran, dialog mengenai tata kelola bisnis kuliner, interaksi pelayanan, serta adegan konflik yang melibatkan figur kritikus makanan. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang meliputi literatur sejarah industri film Indonesia, dokumen kearsipan jumlah penonton, serta jurnal ilmiah yang relevan mengenai sosiologi perkotaan Jakarta era Orde Baru dan sosiologi kuliner. Teknik

pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi tekstual (simak-catat) dan dokumentasi. Proses ini diawali dengan menonton film secara menyeluruh untuk memahami alur naratif secara utuh, dilanjutkan dengan tahap identifikasi dan reduksi data dengan mencatat transkrip dialog serta merekam tangkapan layar berdasarkan *timestamp* adegan-adegan penting di restoran. Data yang telah terkumpul kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori temuan utama: (1) representasi kegagalan manajemen restoran amatir di tengah sistem modern, (2) satir terhadap snobisme dan kepalsuan konsumerisme masyarakat urban, serta (3) bentuk perlawanan simbolis terhadap otoritas media.

Teknik analisis data mengacu pada model analisis interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tiga alur kegiatan simultan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah adegan yang relevan dengan pokok masalah restoran dan menyampingkan adegan pendukung yang tidak berkaitan. Data yang lolos seleksi kemudian disajikan secara naratif-deskriptif yang dipadukan dengan cuplikan transkrip dialog dan analisis tanda visual. Pada tahap akhir, hasil analisis tekstual di dalam film dihubungkan secara kritis dengan konteks sosiokultural kota Jakarta tahun 1980-an untuk menarik kesimpulan yang utuh mengenai bagaimana film *Itu Bisa Diatur* merepresentasikan kritik sosial masyarakat urban pada masanya.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang restoran dalam film *Itu Bisa Diatur* (1984) tidak sekadar berfungsi sebagai latar tempat (*setting*), melainkan sebuah arena simbolis yang secara tajam merepresentasikan benturan kelas, gear budaya masyarakat urban, serta kritik terhadap kapitalisme konsumen di Jakarta pada era 1980-an. Berdasarkan analisis isi kritis terhadap unit-unit adegan dan dialog dalam film, pembahasan ini dibagi ke dalam tiga tema utama: (1) gagap manajemen amatir sebagai satir efisiensi kapitalistik, (2) komodifikasi restoran dan snobisme konsumen urban, serta (3) subversi simbolis terhadap otoritas selera media.



Gambar 1. Adegan Dono-Kasino-Indro mendapat kepercayaan untuk mengelola sebuah restoran oleh paman Dono.

Sumber: Film *Itu Bisa Diatur* (1984)

Restoran modern di dalam sebuah kota menuntut kalkulasi bisnis yang matang, standarisasi pelayanan, dan efisiensi kerja yang mekanis, alih-alih menjual produk atau makanan yang enak. Namun, film *Itu Bisa Diatur* membuka narasinya dengan memperlihatkan bagaimana tiga sekawan Warkop DKI (Dono, Kasino, Indro) mendirikan restoran berbekal modal nekat dan keahlian memasak Dono semata. Pada adegan-adegan awal pengelolaan restoran (15 menit di awal film), terjadi ketimpangan tajam antara ekspektasi ruang bisnis modern yang serba tertata dengan realitas operasional Warkop yang serabutan dan mengandalkan logika "bisa diatur". Melalui adegan ini, kita bisa melihat perbenturan ekspektasi dengan realita seperti tabel berikut:

Table 1. Perbenturan ekspektasi dan realitas

RESTORAN DI RUANG URBAN	
EKSPEKTASI	REALITAS
Efisiensi kerja mekanis & teratur	Manajemen serabutan/komunal
Standarisasi pelayanan modern	Kepanikan & keterbatasan fisik
Objektivitas nilai ekonomis yang terukur	Ketergantungan pada faktor keberuntungan

Kegagalan manajemen restoran dihadirkan bukan hanya lewat kepanikan verbal, melainkan juga lewat keterbatasan fisik yang absurd. Adegan ketika tangan Indro terborgol

bersama Susan (Ira Wibowo) di tengah jam pelayanan restoran menjadi sebuah metafora visual. Tubuh Indro yang terikat pada objek eksternal menggambarkan bagaimana individu kelas pekerja kerap "terbelenggu" dan gagap ketika dipaksa fleksibel dalam ruang industri jasa modern. Restoran yang seharusnya menjadi tempat yang nyaman dan efisien justru berubah menjadi arena kekacauan organik (*organic chaos*). Melalui absurditas ini, Warkop DKI melayangkan satir terhadap ambisi masyarakat urban era 1980-an yang berlomba-lomba terjun ke dunia bisnis perkotaan tanpa kesiapan struktur, sekaligus membongkar kepalsuan sistem kapitalistik yang sering kali menutupi kebobrokan internal demi menjaga citra profesionalisme.



Gambar 2. Adegan Indro terborgol bersama Suzanna

Sumber: Film *Itu Bisa Diatur* (1984)

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan lahirnya kelas menengah baru di Jakarta era 1980-an, fungsi restoran mengalami pergeseran makna. Restoran tidak lagi didatangi secara fungsional untuk memuaskan rasa lapar (nilai guna), melainkan sebagai sarana mengonsumsi nilai tanda (*sign-value*) berupa gengsi, prestise, dan pengakuan status sosial (Baudrillard, 1998). Dalam film *Itu Bisa Diatur*, pengunjung yang datang ke restoran Dono dan kawan-kawan direpresentasikan sebagai masyarakat urban yang terobsesi pada pengalaman menjadi "elit".

Film ini memperlihatkan bagaimana para konsumen urban terjebak dalam snobisme kuliner, di mana mutu makanan atau kenyamanan tempat nomor dua dibanding label "populer" atau "mewah". Tempat makan yang dikelola Warkop sebenarnya kacau, menu sering tidak siap, dan pelayanan penuh kejanggalan. Namun, para pelanggan tetap bertahan dan menganggapnya sebagai bagian dari tren perkotaan yang harus diikuti. Hal ini merefleksikan kritik sosial bahwa

konsumerisme masyarakat perkotaan Jakarta pada masa Orde Baru cenderung rapuh dan superfisial; mereka mengonsumsi sebuah tempat bukan karena kualitas objektifnya, melainkan karena takut dianggap tertinggal dari arus gaya hidup modern (*fear of missing out*).

Kita juga bisa melihat artikulasi kritik sosial dalam film ini pada figur Pak Petrus (Doddy Sukma), seorang kritikus kuliner legendaris yang ulasannya di majalah mampu menentukan nasib hidup-matinya sebuah restoran. Pak Petrus merepresentasikan legitimasi hegemonik dan otoritas selera (*authority of taste*) yang dipegang oleh elit media (Bourdieu, 1984). Kepanikan luar biasa yang dialami Dono hingga salah paham dan terlanjur mengirimkan surat makian kasar menggambarkan betapa besarnya teror psikologis yang ditimbulkan oleh otoritas media terhadap para pelaku usaha kecil di perkotaan.



Gambar 3. Adegan Pak Petrus (kritikus) menilai masakan di resto Dono

Sumber: Film Itu Bisa Diatur (1984)

Ketika Dono baru mengetahui bahwa Pak Petrus sebenarnya berniat memberikan ulasan yang sangat bagus, fokus cerita kemudian bergeser pada adegan penyusupan ke rumah Pak Petrus untuk merebut kembali surat tersebut. Secara tekstual, tindakan penyusupan ini merupakan lelucon komedi situasi yang konyol. Namun secara sosiologis, aksi nekat dan absurd dari trio Warkop ini dapat dibaca sebagai bentuk subversi atau perlawanan simbolis kelas pekerja terhadap dominasi kekuasaan para penentu selera perkotaan.

Warkop DKI membongkar bahwa "kebenaran" atau "kualitas" yang diciptakan oleh media sejatinya adalah konstruksi yang sangat rapuh. Kebangkitan restoran Warkop pada akhir cerita yang secara magis tetap berhasil bukan disebabkan oleh kerapian sistem kapitalistik mereka, melainkan oleh keberuntungan dan keaslian relasi antar manusia. Lewat penyelesaian komikal

ini, *Itu Bisa Diatur* mempertegas posisinya sebagai katup pengaman sosial (*safety valve*) yang menertawakan kekakuan institusi gaya hidup urban, sekaligus memenangkan kembali kesederhanaan identitas kelas pekerja di tengah himpitan modernisasi Jakarta.

Jargon "Itu bisa diatur!" muncul sebagai semacam tameng psikologis yang dipakai para tokoh untuk merasa masih memegang kendali padahal situasinya sudah nyaris kolaps. Meskipun frasa tersebut hanya diucapkan secara harfiah sebanyak empat kali, slogan "Itu bisa diatur" bertindak sebagai tema narasi (*overarching philosophy*) dan sekaligus sebagai "jalan pintas" dalam sebuah situasi pelik. Sebagian besar adegan pemecahan masalah yang dilakukan oleh Dono, Kasino, dan Indro di sepanjang film (seperti akal-akalan menyembunyikan borgol Indro, menyusup ke rumah Pak Petrus, atau melayani pelanggan secara serabutan) juga secara implisit mencerminkan manifestasi dari mentalitas "bisa diatur" tersebut.

Table 2. Kemunculan jargon "Itu bisa diatur!" dan konteksnya

JARGON "ITU BISA DIATUR!"		
TIMECODE	KONTEKS	PEMAKNAAN
0:14:31	Indro menenangkan Kasino perihal kekhawatiran munculnya resto-resto yang juga banyak muncul dan jadi pesaing.	Indro menganggap bahwa persaingan pasar yang ketat dan ancaman kompetitor dapat diselesaikan cukup dengan "akal-akalan", trik gampang, atau pendekatan personal tanpa butuh analisis pasar. Jargon tersebut juga menjadi bentuk "keberanian nekat" khas kelas bawah (<i>wong cilik</i>).
0:17:41	Ide untuk menjadikan Susan sebagai kasir.	Merekrut Susan demi daya tarik fisiknya tanpa menguji kapasitas profesional menunjukkan bagaimana industri pelayanan era 1980-an mengeksploitasi aspek visual pekerja perempuan. Kecantikan Susan dikomodifikasi menjadi <i>gimmick</i> instan untuk menarik perhatian konsumen urban di tengah persaingan bisnis perkotaan.
0:44:00	Ketika terborgol, Susan menenangkan Indro terkait rencana bertemu dengan Inneke (calon kekasihnya).	Budaya kompromi dan mentalitas gampang menggampangkan masalah ("itu bisa diatur") telah masuk menjadi sangat jauh, bukan hanya dalam urusan bisnis atau birokrasi, melainkan hingga ke ruang domestik dan relasi personal (persoalan kencan/pencarian pasangan)

1:04:25	Dono yakin bisa mengambil surat di ruangan Pak Petrus.	Jargon "itu bisa diatur" memicu aksi nekat menyusup yang mengabaikan komunikasi rasional dan permohonan maaf terbuka. Hal ini memperlihatkan preferensi penggunaan jalur belakang yang berisiko ketimbang pertanggungjawaban secara profesional.
---------	--	--

Cara berpikir yang serba santai ini pun berbenturan langsung dengan tuntutan bisnis kuliner modern yang mengharuskan ketelitian, keteraturan sistem, dan disiplin ketat. Dilihat dari sudut sosiologis, ungkapan "bisa diatur" dalam film ini berfungsi sebagai sindiran tajam atas cara pandang lokal yang keliru dalam menanggapi gelombang modernisasi di Jakarta tahun 1980-an. Di zaman Orde Baru, kalimat itu bukan sekadar ungkapan rasa yakin, tapi juga simbol dari budaya tawar-menawar, jalan pintas, longgarnya etos kerja, sampai praktik main belakang yang sudah mengakar dalam berbagai lapisan masyarakat.



Gambar 4. Adegan Dono menyelip ke kantor Pak Petrus (kritikus) demi mengambil surat makian yang ia kirim sebelumnya.

Sumber: Film *Itu Bisa Diatur* (1984)

Warkop DKI menggambarkan bagaimana warga kota kerap menangani persoalan-persoalan sistemik dan teknis dengan solusi ala kadarnya yang bersifat kolektif, tanpa perencanaan matang maupun keahlian yang memadai. Melalui sederetan kekacauan yang terus memuncak di restoran, film ini menyelipkan kritik bahwa kebiasaan "asal bisa diatur" sebenarnya tidak pernah benar-benar menuntaskan masalah—hanya menunda sampai persoalan itu membengkak jadi krisis yang lebih besar. Cita-cita akan efisiensi dan profesionalisme yang coba ditiru kalangan pekerja kota akhirnya ambruk karena terlalu

bergantung pada sikap kompromistis semacam itu. Dengan menjadikan rangkaian kegagalan akibat sikap "bisa diatur" sebagai bahan tawa, Warkop DKI bukan cuma menyuguhkan komedi situasi, tapi juga mengupas rapuhnya etos kerja dan penyakit kelembagaan masyarakat urban yang gagap menghadapi tuntutan zaman modern.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis isi kritis dan pendekatan sosiologi film, penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang restoran dalam film *Itu Bisa Diatur* (1984) bukan sekadar latar komedi yang netral, melainkan sebuah arena simbolis tempat berlangsungnya kritik sosial terhadap dinamika masyarakat urban Jakarta era 1980-an. Dengan menghilangkan fokus teknis humor dan beralih pada kacamata sosiologis membuktikan bahwa Warkop DKI secara jeli merekam gear budaya (*culture shock*) kelas pekerja yang berhadapan dengan laju modernisasi dan kapitalisme perkotaan. Berbagai kendala teknis di restoran seperti dapur yang berantakan, pesanan yang salah antar, sampai kekacauan manajemen dengan gaya humor menjadi representasi satir cara para tokoh dalam film ini menghadapi masalah-masalah

Hasil temuan di penelitian ini menunjukkan bahwa kegagalan manajemen restoran bertindak sebagai satir terhadap konsep efisiensi kapitalistik yang kaku, sementara kehadiran para pelanggan memperlihatkan fenomena komodifikasi gaya hidup dan snobisme kuliner masyarakat perkotaan yang terjebak pada kejaran status sosial semu. Di samping itu, konflik dengan tokoh Pak Petrus membongkar betapa kuatnya dominasi otoritas media dalam menyetir selera publik, yang kemudian disubversi oleh trio Warkop melalui perlawanan komikal demi merebut kembali independensi mereka.

Implikasi akademis dari penelitian ini mempertegas bahwa sinema komedi populer era Orde Baru memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai hiburan eskapis sekaligus juga sebagai katup pengaman sosial (*social safety valve*) yang menyuarkan kecemasan kultural zamannya. Penggunaan slogan dan mentalitas "itu bisa diatur" di dalam narasi film menjadi cermin retak dari etika kerja masyarakat urban yang kerap mengandalkan jalan pintas dan kompromi di tengah tuntutan sistem yang serba mekanis. Secara keseluruhan, film *Itu Bisa Diatur* membuktikan bahwa di balik gelak tawa dan absurditasnya, restoran dipentaskan sebagai panggung kritik yang membongkar kepalsuan identitas, komodifikasi ruang, dan ketimpangan kelas dalam pusaran modernitas kota Jakarta.

Daftar Pustaka

- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London, England: SAGE Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (A. N. Fawaid & A. R. Asy'ari, Trans.; 4th ed.). Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Dick, H. (2002). *The emergence of a national economy: An economic history of Indonesia, 1800-2000*. Allen & Unwin / University of Hawai'i Press.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). London, England: SAGE Publications.
- Firat, A. F., & Venkatesh, A. (1995). *Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption*. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 239-267. <https://doi.org/10.1086/209448>
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan: Politik budaya layar di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Kristanto, J. B. (2007). *Katalog film Indonesia 1926-2007*. Jakarta, Indonesia: Nalar.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Essex, England: Pearson Education.
- Sen, K., & Hill, D. T. (2000). *Media, culture and politics in Indonesia*. Melbourne, Australia: Oxford University Press.
- Sorlin, P. (1980). *The film in history: Restaging the past*. Totowa, NJ: Barnes & Noble Books.
- Setiawan, B. (2015). *Analisis wacana humor dan aspek linguistik dalam film-film komedi Warkop DKI*. *Jurnal Humaniora*, 27(2), 180-192.
- Ramadhan, A. (2019). *Formula komedi situasi Warkop DKI dalam sinema Indonesia 1980-an*. *Jurnal Lensa Budaya*, 14(1), 45-58.
- Wardani, K. (2017). *Sosiologi konsumsi: Konstruksi gaya hidup dalam masyarakat urban*. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 19(2), 101-115.

Audio-Visual (Film)

- Arizal. (Sutradara). (1984). *Itu bisa diatur* [Gambar hidup]. Jakarta, Indonesia: PT Garuda Film.