

Atmosfer dan Nostalgia dalam Ruang Pasar Bekas: Kajian Fenomenologi Budaya Terhadap Pengalaman Pengunjung Pasar Klitikan Yogyakarta

Aninditya Ardhana Riswari*¹, Febrian Putra²

¹Program Studi Seni Intermedia, Jurusan Seni Murni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, Indonesia

²Program Studi Fotografi, Jurusan Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta Indonesia

Email: ¹anindityaar@isi-ska.ac.id, ²febrianputraa.fp@isi-ska.ac.id

Abstrak

Meningkatnya ketertarikan masyarakat urban terhadap pasar bekas menunjukkan bahwa ruang-ruang ini tidak lagi dipahami semata sebagai arena transaksi ekonomi, melainkan sebagai ruang pengalaman kultural. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengalaman fenomenologis pengunjung Pasar Klitikan Yogyakarta, menganalisis bagaimana atmosfer pasar dan objek-objek bekas membentuk pengalaman nostalgia, serta memahami pasar bekas sebagai ruang budaya urban alternatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka fenomenologi budaya. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif terhadap pengunjung dan pedagang, serta dokumentasi terbatas. Analisis data dilakukan secara interpretatif melalui tahapan reduksi data, pengkodean, kategorisasi tema, dan penafsiran makna pengalaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atmosfer pasar terbentuk melalui intensitas sensorik, kepadatan ruang, dan interaksi sosial spontan yang menghasilkan pengalaman afektif khas. Objek-objek bekas berfungsi sebagai pemicu nostalgia dengan mengaktifkan ingatan personal dan kolektif melalui relasi tubuh, benda, dan ruang. Selain itu, praktik “melihat tanpa membeli” muncul sebagai praktik kultural yang didorong oleh rasa ingin tahu, pencarian narasi, serta kebutuhan sensorik dan afektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pasar Klitikan Yogyakarta merupakan ruang atmosfer dan nostalgia yang berperan penting dalam lanskap budaya urban. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian fenomenologi budaya dan studi budaya urban dengan menempatkan pasar bekas sebagai ruang produksi afeksi dan memori dalam kehidupan kota kontemporer.

Kata Kunci: *Atmosfer, Fenomenologi Budaya, Nostalgia, Pasar Bekas, Studi Budaya Urban*

Abstract

The growing interest of urban communities in second-hand markets indicates that these spaces are no longer understood merely as sites of economic exchange, but as cultural spaces that generate lived experiences. This study aims to describe the phenomenological experiences of visitors to Pasar Klitikan Yogyakarta, analyze how market atmospheres and second-hand objects shape nostalgic experiences, and understand second-hand markets as alternative spaces of urban culture. This research employs a qualitative approach within the framework of cultural phenomenology. Data were collected through participant observation involving visitors and traders, as well as limited documentation. Data analysis was conducted interpretatively through stages of data reduction, coding, thematic categorization, and meaning-making. The findings reveal that the market atmosphere is constructed through sensory intensity, spatial density, and spontaneous social interactions, producing distinctive affective experiences. Second-hand objects function as triggers of nostalgia by activating personal and collective memories through embodied relationships between bodies, objects, and space. Furthermore, the practice of “looking without buying” emerges as a cultural practice driven by curiosity, narrative exploration, and sensory as well as affective needs. This study concludes that Pasar Klitikan Yogyakarta constitutes a space of atmosphere and nostalgia that plays a significant role in the urban cultural landscape. These findings contribute theoretically to the development of cultural phenomenology and urban cultural studies by positioning second-hand markets as sites for the production of affect and memory in contemporary urban life.

Keywords: *Atmosphere, Cultural Phenomenology, Nostalgia, Second-Hand Market, Urban Cultural Studies*

1. PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya ketertarikan masyarakat pada pasar bekas atau pasar klitikan di berbagai kota besar di Indonesia menjadi perhatian penting dalam kajian budaya kontemporer. Pada satu dekade terakhir, ruang-ruang alternatif seperti pasar loak, *thrift market*, *flea market*, hingga ruang penjualan barang bekas daring telah menjadi bagian dari dinamika budaya urban (Wahiyah et al., 2024). Bahkan pasar-pasar ini menjelma sebagai ruang sosial tempat pertukaran cerita, memori, pengalaman, hingga kenangan, yang berlangsung secara simultan. Ketertarikan terhadap pasar bekas menunjukkan bahwa hubungan masyarakat dengan benda-benda lama tidak sepenuhnya tergantikan oleh modernitas dan konsumsi barang baru.

Pasar Klitikan Yogyakarta merupakan salah satu contoh menarik dari fenomena tersebut. Setiap hari, pasar ini dipadati pengunjung dari berbagai latar belakang yang datang untuk mencari barang tertentu, menawar, atau sekadar berjalan menelusuri bilik-bilik penjual (Kusadistya, 2025). Kehadiran pengunjung yang tidak selalu berniat membeli menunjukkan bahwa pasar tidak hanya dihampiri karena fungsi ekonomi saja, tetapi juga karena adanya daya tarik lain yang lebih subtil: atmosfer, suasana, pengalaman tubuh, dan kehadiran benda-benda dengan jejak waktu yang kuat. Aktivitas “sekadar melihat-lihat” ini mengindikasikan bahwa pasar bekas menyimpan pengalaman afektif yang tidak dapat ditemukan dalam ruang-ruang belanja modern.

Meskipun dipadati oleh interaksi yang beragam, penelitian tentang pasar bekas umumnya masih berfokus pada aspek ekonomi informal, relasi pedagang, mekanisme tawar-menawar, atau minat beli konsumen. Pendekatan semacam ini sering kali melihat pasar sebagai arena pertukaran materi atau ekonomi, sehingga aspek-aspek pengalaman pengunjung yang bersifat sensoris, emosional, dan nostalgik belum mendapatkan perhatian memadai. Padahal, bagi banyak pengunjung, pengalaman berada di pasar klitikan justru lebih penting daripada memiliki barang yang dijual di dalamnya.

Minimnya penelitian tentang pengalaman pengunjung ini menciptakan celah teoretis yang penting. Pengalaman melihat-lihat, menyentuh, mencium bau logam tua, mengamati benda lama, atau sekadar membiarkan tubuh larut dalam keramaian pasar merupakan bagian dari *lived experience* yang kaya makna. Pengalaman sensoris ini tidak hanya membentuk hubungan antara manusia dan ruang, tetapi juga membangun ikatan emosional antara manusia dengan benda-benda bekas yang telah melewati perjalanan panjang. Pada titik ini, atmosfer pasar dan nostalgia yang dipicu oleh benda-benda lama menjadi aspek yang perlu dieksplorasi secara lebih dalam.

Pasar bekas menghadirkan ruang yang sangat berbeda dengan ruang belanja modern seperti *mall* atau pusat perbelanjaan ritel (Kurnia & Khairulyadi, 2023). Ruang yang sempit, pencahayaan yang tidak teratur, suara pedagang, aroma logam, tekstur benda-benda lama, hingga hiruk pikuk interaksi spontan menciptakan atmosfer yang khas. Atmosfer ini tidak hanya membentuk persepsi ruang, tetapi juga membangkitkan ingatan kolektif dan personal pengunjung. Banyak orang mendapati diri mereka mengingat masa kecil, rumah lama, atau memori keluarga ketika melihat benda-benda tertentu. Fenomena ini menunjukkan adanya hubungan kuat antara materialitas, nostalgia, dan pengalaman tubuh.

Pada kajian budaya, fenomena ini dapat dibaca sebagai praktik kultural yang melampaui aspek konsumsi. Kunjungan ke pasar klitikan dapat dipahami sebagai upaya mencari pengalaman, keakraban, bahkan ketenangan di tengah arus modernitas yang serba cepat dan steril. Aktivitas “melihat tanpa membeli” bukan sekadar perilaku konsumen yang tidak jadi bertransaksi, tetapi bentuk keterlibatan sensoris yang memungkinkan individu berkontemplasi dengan benda-benda bermemori dan ruang yang penuh lapisan sejarah. Pasar bekas menjadi ruang tempat tubuh dan ingatan bekerja bersama dalam membangun makna (Djufri, 2025).

Rumusan masalah dalam penelitian ini berangkat dari dua pertanyaan utama. *Pertama*, mengapa orang tertarik mengunjungi pasar bekas meskipun tidak berniat membeli? Pertanyaan ini berusaha melihat motivasi, pengalaman afektif, dan daya tarik ruang pasar yang melampaui kepentingan material. *Kedua*, bagaimana pengalaman atmosferik dan nostalgik terbentuk melalui interaksi antara pengunjung dengan ruang dan objek? Pertanyaan ini menuntut pembacaan terhadap hubungan antara tubuh, benda, ruang, dan pengalaman afektif yang muncul dari keterlibatan langsung pengunjung.

Diketahui bahwa penelitian sebelumnya cenderung menempatkan pasar bekas dalam kerangka ekonomi informal, perilaku konsumsi, atau relasi pedagang dan pembeli (Putra dkk, 2023). Sementara itu, dimensi pengalaman pengunjung yang bersifat atmosferik, sensorik, dan afektif masih relatif terbatas dibahas, khususnya dalam konteks pasar bekas di Indonesia. Padahal, pengalaman berada di ruang pasar tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga melibatkan relasi tubuh, memori, dan materialitas benda. Dengan demikian, terdapat kesenjangan teoretis dan empiris dalam memahami pasar bekas sebagai ruang produksi pengalaman kultural. Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan fenomenologi budaya untuk mengeksplorasi pengalaman pengunjung secara lebih mendalam, dengan menempatkan atmosfer dan nostalgia sebagai elemen kunci dalam pembentukan makna ruang. Untuk itu penelitian disusun dengan tujuan mendeskripsikan pengalaman fenomenologis pengunjung pasar klitikan, menganalisis bagaimana atmosfer dan nostalgia dibentuk, serta memahami pasar bekas sebagai ruang budaya urban yang memiliki karakter sosial dan emosional tersendiri.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan fenomenologi budaya, yang memungkinkan eksplorasi lebih mendalam terhadap pengalaman sensorik dan emosional pengunjung. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menekankan aspek ekonomi, relokasi pedagang, atau perilaku konsumen, penelitian ini menyoroti bagaimana pasar bekas membentuk atmosfer yang memengaruhi persepsi dan afeksi individu. Atmosfer tidak hanya dipahami sebagai suasana pasif, tetapi sebagai kondisi yang aktif memengaruhi pengalaman dan hubungan manusia dengan ruang. Selain itu, penelitian ini juga memetakan bagaimana nostalgia muncul sebagai respons terhadap benda-benda bekas dan suasana pasar. Nostalgia dipahami bukan sekadar perasaan sentimental, tetapi sebagai afek budaya yang muncul dari interaksi manusia dengan objek bermaterialitas kuat. Barang bekas mengandung jejak waktu, sejarah kepemilikan, dan potensi naratif yang membuka ruang bagi pengunjung untuk mengingat dan membayangkan masa lalu. Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran lebih komprehensif tentang bagaimana ruang-ruang informal seperti pasar bekas memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan kultural masyarakat kota.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka fenomenologi budaya yang berfokus pada pemahaman pengalaman langsung (*lived experience*) pengunjung dalam berinteraksi dengan ruang, benda, dan suasana pasar (Carman, 2019). Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali dimensi sensorik, afektif, dan memori yang muncul dalam pengalaman tubuh di ruang pasar (Stoller, 2003).

Penelitian dilakukan di Pasar Klitikan Pakuncen, Yogyakarta, pada periode Januari hingga Maret 2025. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan karakter pasar sebagai ruang budaya urban yang dinamis dan kaya interaksi. Subjek penelitian terdiri atas pengunjung dan pedagang, dengan total 10 informan yang dipilih secara insidental berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas pasar, baik sebagai pembeli aktif maupun pengunjung yang hanya melihat-lihat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam aktivitas pasar untuk mencatat pengalaman sensorik, interaksi sosial, serta dinamika ruang. Data yang dikumpulkan meliputi catatan lapangan (*field notes*) mengenai suara, aroma, tekstur, kepadatan ruang, serta interaksi antara pengunjung dan pedagang. Selain itu, dokumentasi visual dilakukan secara terbatas untuk mendukung deskripsi empiris dengan tetap memperhatikan aspek etika penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *interpretative phenomenological analysis* (IPA) melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) reduksi data untuk menyaring pengalaman yang relevan, (2) pengkodean untuk mengidentifikasi unit makna, (3) kategorisasi untuk membangun tema-tema utama, dan (4) interpretasi untuk memahami makna pengalaman pengunjung dalam konteks budaya. Validitas data dijaga melalui triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan hasil observasi, catatan lapangan, dan dokumentasi visual. Selain itu, aspek etika penelitian diperhatikan dengan memastikan persetujuan informan serta menjaga anonimitas dalam penyajian data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Atmosfer Pasar

Pengalaman memasuki area Pasar Klitikan Yogyakarta segera diwarnai oleh intensitas sensori yang kuat. Sejak langkah pertama, tubuh pengunjung disambut oleh hiruk pikuk suara yang berlapis: percakapan pedagang, tawar-menawar, denting logam, serta suara langkah kaki yang bersahutan. Bau oli, besi tua, karet, dan debu bercampur menjadi aroma khas yang menandai ruang ini sebagai ruang barang bekas. Atmosfer semacam ini tidak netral, melainkan secara aktif “menyelimuti” tubuh pengunjung dan membentuk pengalaman berada di dalam pasar. Hal ini senada dengan perspektif Gernot Böhme, atmosfer hadir sebagai kualitas ruang yang dialami secara afektif, bukan sekadar kondisi fisik yang dapat diukur (Rionaldi & Gunawan, 2020).

Kondisi ini menunjukkan bahwa atmosfer pasar tidak hanya bersifat visual, tetapi juga melibatkan pengalaman tubuh secara menyeluruh. Hal tersebut juga diperkuat oleh pengalaman pengunjung yang menyatakan, “*Kalau ke sini rasanya beda, lebih hidup. Walaupun panas dan ramai, tapi justru itu yang dicari.*” (Pengunjung A, 2025). Pernyataan ini menunjukkan bahwa kepadatan dan ketidakteraturan justru menjadi bagian dari daya tarik atmosfer pasar yang tidak ditemukan dalam ruang konsumsi modern. Kepadatan ruang membuat tubuh pengunjung harus terus menyesuaikan diri. Gerak menjadi melambat, langkah harus berhati-hati, dan pandangan mata terarah ke berbagai tumpukan barang yang saling bertumpuk tanpa urutan yang jelas. Tubuh tidak lagi bergerak secara linear sebagaimana di ruang belanja modern, melainkan berbelok, berhenti mendadak, atau menepi untuk memberi jalan pada pengunjung lain. Dalam konteks fenomenologi tubuh Merleau-Ponty, pengalaman ini menunjukkan bagaimana ruang pasar tidak hanya dilihat, tetapi dialami melalui tubuh yang bergerak, menyentuh, dan bernegosiasi dengan keterbatasan ruang (Tjaya, 2022).

Jalanan pasar klitikan menciptakan kedekatan fisik yang intens antara pengunjung, pedagang, dan benda-benda yang dijajakan. Kedekatan ini menghadirkan rasa intim sekaligus canggung, karena tubuh harus berada sangat dekat dengan orang lain dan dengan objek-objek yang telah digunakan oleh banyak tangan sebelumnya. Namun, justru dalam kondisi inilah muncul pengalaman afektif yang khas: rasa terlibat, hadir, dan “hidup” di dalam ruang pasar. Ruang pasar menjadi lokasi transisi tempat pengunjung tidak hanya bergerak, tetapi juga berhenti, menatap, dan meraba benda-benda yang menarik perhatian (Kusumowidagdo dkk, 2019).

Atmosfer pasar juga dibentuk oleh interaksi sosial yang berlangsung secara spontan. Tawar-menawar bukan semata-mata praktik ekonomi, melainkan performa sosial yang penuh improvisasi. Nada suara pedagang yang naik-turun, candaan singkat, serta ekspresi wajah pengunjung menciptakan dinamika yang cair dan tidak terprediksi. Proses ini dapat dipahami sebagai bentuk performativitas pasar, di mana transaksi tidak selalu berakhir pada pembelian, tetapi tetap menghasilkan pengalaman sosial yang bermakna. Pengunjung yang tidak membeli pun tetap terlibat dalam ritme pasar melalui percakapan singkat atau sekadar mendengarkan proses tawar-menawar orang lain (Khafidz, 2023).

Dalam kerangka kajian budaya, performa tawar-menawar ini memperlihatkan bahwa pasar klitikan berfungsi sebagai “panggung sosial” yang memungkinkan terjadinya pertukaran afektif. Pasar menjadi ruang tempat bahasa, gestur, dan intonasi suara memainkan peran penting dalam membentuk suasana. Fenomena ini memperkuat argumen bahwa daya tarik pasar bekas tidak hanya terletak pada benda yang dijual, tetapi pada atmosfer sosial yang tercipta dari interaksi yang bersifat spontan dan tidak terstandarisasi.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa atmosfer pasar klitikan Yogyakarta menjadi salah satu alasan utama mengapa pengunjung tertarik untuk datang meskipun tidak selalu membeli. Intensitas sensori, adaptasi tubuh, dan performa tawar-menawar membentuk pengalaman yang berbeda dari ruang konsumsi modern. Pasar bekas, dalam hal ini, dapat dipahami sebagai ruang budaya urban yang menawarkan pengalaman afektif dan sensorik, di mana tubuh, ruang, dan interaksi sosial saling berkelindan membentuk makna. Atmosfer pasar tidak hanya dirasakan, tetapi juga diingat, sehingga menjadi bagian penting dari pengalaman nostalgia yang akan dibahas pada bagian selanjutnya (Kusnand dan Ayuningrum, 2025).

3.2. Objek-Objek sebagai Pemicu Nostalgia

Selain atmosfer ruang, temuan penelitian menunjukkan bahwa objek-objek bekas yang dipajang di Pasar Klitikan Yogyakarta memainkan peran penting dalam membangkitkan pengalaman nostalgia pengunjung. Barang-barang seperti radio lawas, kamera analog, mainan plastik, jam tangan tua, atau kaset pita tidak hanya dilihat sebagai komoditas, melainkan sebagai penanda waktu yang mengaktifkan ingatan personal dan kolektif (Zalzabila, 2024). Ketika pengunjung berhenti di depan lapak tertentu, perhatian mereka sering kali tertuju pada benda yang “terasa familiar”, meskipun tidak selalu dapat dijelaskan secara rasional. Momen ini memperlihatkan bagaimana objek bekas berfungsi sebagai pemicu afeksi yang menghubungkan masa kini dengan pengalaman masa lalu.

Dalam pengamatan lapangan, beberapa pengunjung tampak berhenti cukup lama hanya untuk menatap atau memegang benda tertentu. Salah satu pengunjung mengungkapkan, “*Saya ke sini malah jadi ingat rumah dulu, lihat radio seperti ini dulu sering dipakai orang tua.*” (Pengunjung B, 2025). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa objek bekas tidak hanya berfungsi sebagai komoditas, tetapi sebagai medium afektif yang menghubungkan pengalaman masa kini dengan ingatan masa lalu. Sebuah radio tua, ternyata dapat memicu narasi tentang suasana rumah di masa kecil, saat keluarga berkumpul mendengarkan siaran malam.

Di sisi lain adapula kamera analog yang mengingatkan pada aktivitas memotret di era sebelum gawai digital, sementara mainan plastik lawas menghadirkan kembali kenangan bermain di halaman rumah atau lingkungan kampung. Temuan ini menunjukkan bahwa objek bekas membawa *jejak pengalaman* yang melampaui fungsi materialnya. Benda-benda tersebut seolah “memanggil” pengunjung untuk mengingat dan membayangkan kembali fragmen kehidupan yang telah berlalu. Dalam konteks ini tentu muncul perasaan nostalgia yang tidak hanya terukir sebagai sesuatu yang sentimental, tetapi sebagai pengalaman emosional yang melibatkan relasi sosial dan keluarga. Barang bekas menjadi medium yang menjembatani ingatan personal dengan pengalaman kolektif (Djufri, 2025).

Fenomena ini dapat dipahami melalui pendekatan fenomenologi hubungan manusia–benda. Dalam perspektif material culture studies, sebagaimana dikemukakan oleh Tim Ingold dan Daniel Miller, benda tidak pernah sepenuhnya pasif (Miller, 2007). Objek-objek bekas di pasar klitikan memiliki kemampuan untuk memicu imajinasi dan memori karena mereka membawa sejarah penggunaan dan jejak waktu. Hubungan antara manusia dan benda bersifat relasional: makna benda tidak hanya melekat pada materialitasnya, tetapi terbentuk melalui pengalaman hidup pengunjung yang berinteraksi dengannya.

Edward Casey menekankan bahwa memori sering kali bersifat *place-bound* dan *object-bound* (Casey, 1984). Dalam konteks pasar klitikan, benda-benda bekas berfungsi sebagai jangkar memori yang memungkinkan pengunjung mengalami kembali masa lalu melalui sensasi visual, sentuhan, dan aroma. Nostalgia yang muncul bukan sekadar ingatan kognitif, melainkan pengalaman tubuh yang hidup di saat kini. Pengunjung tidak hanya “mengingat”, tetapi juga “merasakan kembali” suasana dan emosi yang pernah dialami.

Dengan demikian, objek-objek di pasar bekas tidak dapat dipahami semata-mata sebagai barang sisa atau komoditas murah. Mereka adalah medium afektif yang membentuk pengalaman nostalgia pengunjung. Fenomena ini menjelaskan mengapa banyak orang tertarik datang ke pasar klitikan meskipun tidak berniat membeli. Aktivitas melihat-lihat dan berinteraksi dengan benda-benda lama memungkinkan pengunjung terlibat dalam praktik kultural yang menghubungkan tubuh, memori, dan ruang. Pasar klitikan, melalui objek-objek bekasnya, menjadi ruang tempat masa lalu terus dihadirkan dan dinegosiasikan dalam pengalaman sehari-hari masyarakat urban.

3.3. Praktik “Melihat Tanpa Membeli”

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah maraknya praktik pengunjung yang datang ke Pasar Klitikan Yogyakarta tanpa intensi membeli. Aktivitas “melihat tanpa membeli” bukanlah perilaku pasif atau sekadar ketidaktertarikan terhadap barang, melainkan sebuah praktik kultural yang bermakna. Pengunjung tetap meluangkan waktu untuk berjalan menyusuri setiap kelokan pasar, menatap, menyentuh, dan sesekali berdialog dengan pedagang, meskipun akhirnya tidak membawa pulang barang apa pun. Praktik ini juga dikonfirmasi oleh pengunjung yang menyatakan, “*Sering ke sini cuma lihat-lihat saja, tidak selalu beli. Lebih senang suasananya.*” (Pengunjung C, 2025). Hal ini

menunjukkan bahwa kehadiran pengunjung tidak selalu didorong oleh kebutuhan ekonomi, melainkan oleh keinginan untuk mengalami ruang dan atmosfer pasar itu sendiri. Fenomena ini kian menunjukkan bahwa nilai pasar bekas tidak semata-mata terletak pada transaksi ekonomi, tetapi pada pengalaman yang dihasilkan selama berada di ruang tersebut.

Motif *pertama* yang mendorong praktik ini adalah rasa ingin tahu. Keragaman dan ketidakpastian jenis barang yang tersedia membuat pasar klitikan menjadi ruang yang selalu menawarkan kejutan. Berbeda dengan toko modern yang menampilkan barang secara terstandar dan terprediksi, pasar bekas menghadirkan benda-benda yang tidak seragam dan sering kali tidak terduga. Rasa ingin tahu ini mendorong pengunjung untuk menjelajah tanpa tujuan spesifik, membiarkan perhatian mereka tertarik oleh objek-objek yang muncul secara acak di sepanjang pasar. Dalam kerangka fenomenologi, pengalaman ini menunjukkan bagaimana kesadaran pengunjung diarahkan secara spontan oleh kehadiran benda-benda di sekitarnya.

Motif *kedua* berkaitan dengan pencarian cerita. Banyak pengunjung tertarik pada barang bekas bukan karena kegunaannya, tetapi karena kemungkinan narasi yang melekat padanya. Benda-benda lama memancing imajinasi tentang pemilik sebelumnya, konteks penggunaan, dan perjalanan objek tersebut hingga akhirnya berada di pasar klitikan. Praktik melihat tanpa membeli memungkinkan pengunjung menikmati proses membayangkan cerita-cerita tersebut tanpa harus memiliki barangnya. Dalam hal ini, pasar berfungsi sebagai ruang naratif, tempat benda-benda menjadi pemicu kisah yang terus hidup dalam benak pengunjung.

Selain itu, praktik melihat tanpa membeli juga didorong oleh kebutuhan sensoris. Pengunjung datang untuk merasakan atmosfer pasar: hiruk pikuk suara, aroma khas, tekstur benda-benda lama, serta kepadatan ruang yang mengharuskan tubuh bergerak dan beradaptasi. Keterlibatan sensoris ini memberikan pengalaman yang berbeda dari aktivitas konsumsi di ruang modern. Pasar klitikan menawarkan stimulasi inderawi yang kaya dan berlapis, yang bagi sebagian pengunjung justru menjadi tujuan utama kunjungan. Pengalaman ini menegaskan bahwa pasar bekas berfungsi sebagai ruang pengalaman, bukan sekadar ruang transaksi.

Motif lain yang tak kalah penting adalah pelarian dari ruang modern yang steril dan terkontrol. Banyak pengunjung memaknai pasar klitikan sebagai ruang alternatif dari pusat perbelanjaan modern yang rapi, bersih, dan serba terstandar. Di pasar bekas, ketidakaturan, spontanitas, dan improvisasi menjadi bagian dari daya tariknya. Pengunjung merasakan kebebasan untuk berjalan tanpa tekanan membeli, menawar tanpa kewajiban, dan berinteraksi tanpa skrip yang baku. Dalam konteks ini, melihat tanpa membeli menjadi bentuk resistensi halus terhadap logika konsumsi modern yang menuntut efisiensi dan kepastian.

Dari perspektif kajian budaya, praktik “melihat tanpa membeli” dapat dipahami sebagai bentuk keterlibatan kultural yang menekankan pengalaman, afeksi, dan relasi manusia–benda (Mudjiyanto, Yanuar, dan Launa, 2025). Praktik ini memperlihatkan bahwa pasar klitikan berfungsi sebagai ruang kontemplatif sekaligus rekreatif, tempat pengunjung dapat mengalami nostalgia, rasa ingin tahu, dan keterhubungan sensoris tanpa harus terlibat dalam transaksi ekonomi. Dengan demikian, pasar bekas tidak hanya menjadi arena pertukaran barang, tetapi juga ruang sosial yang memungkinkan individu merasakan kembali keberagaman pengalaman urban yang semakin tergerus oleh homogenisasi ruang modern.

3.4. Pasar Klitikan sebagai Ruang Budaya Urban

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pasar Klitikan Yogyakarta dapat dipahami sebagai ruang budaya urban alternatif yang menawarkan pengalaman berbeda dari ruang konsumsi modern seperti mall atau pusat perbelanjaan ritel. Jika mall dirancang untuk menghadirkan keteraturan, kenyamanan, dan alur konsumsi yang terkontrol, pasar klitikan justru menampilkan ketidakaturan, kepadatan, dan spontanitas sebagai ciri utamanya. Perbedaan ini menjadikan pasar bekas bukan sekadar pelengkap, tetapi juga penyeimbang dalam lanskap budaya kota. Bagi pengunjung, kehadiran pasar klitikan membuka ruang pengalaman yang tidak didikte oleh logika konsumsi modern.

Sebagai ruang alternatif, pasar klitikan memberikan kelonggaran bagi pengunjung untuk berinteraksi dengan ruang dan benda tanpa tekanan untuk membeli. Tidak ada alur kunjungan yang

baku, tidak ada penataan visual yang seragam, dan tidak ada tuntutan untuk bergerak secara efisien. Pengunjung bebas berhenti, menawar tanpa membeli, atau sekadar berbincang dengan pedagang. Kelonggaran ini menciptakan suasana yang lebih cair dan memungkinkan munculnya pengalaman personal yang beragam. Dalam konteks kajian budaya urban, pasar klitikan merepresentasikan ruang kota yang masih memberi ruang bagi improvisasi dan negosiasi sosial.

Spontanitas yang hadir di pasar klitikan juga berkaitan dengan ketidakpastian jenis barang dan pengalaman yang akan ditemui pengunjung. Tidak ada jaminan bahwa barang yang dilihat hari ini akan tersedia esok hari. Ketidakpastian ini justru menjadi daya tarik tersendiri, karena menghadirkan sensasi penemuan dan kejutan. Dalam konteks budaya urban, spontanitas semacam ini jarang ditemui di ruang konsumsi modern yang mengutamakan stabilitas dan prediktabilitas. Pasar bekas menawarkan pengalaman kota yang lebih organik dan terbuka terhadap kemungkinan.

Meskipun berada di tengah arus modernitas dan perubahan kota, pasar klitikan tetap mempertahankan atmosfer tradisional melalui praktik jual-beli, tata ruang yang tidak sepenuhnya direkayasa, serta keberadaan benda-benda lama yang membawa jejak masa lalu. Atmosfer ini tidak hadir sebagai nostalgia yang statis, tetapi sebagai praktik hidup yang terus dinegosiasikan dalam keseharian. Pasar klitikan menunjukkan bahwa modernitas tidak selalu menghapus tradisi, melainkan dapat hidup berdampingan dalam ruang-ruang informal kota. Dengan demikian, pasar bekas dapat dipahami sebagai ruang budaya urban yang merawat keberagaman pengalaman, memori, dan afeksi masyarakat kota. Pasar klitikan Yogyakarta tidak hanya menyediakan barang bekas, tetapi juga menghadirkan ruang alternatif bagi warga kota untuk mengalami suasana, nostalgia, dan interaksi sosial yang semakin jarang ditemukan di ruang modern. Temuan ini menegaskan bahwa pasar bekas memiliki peran penting dalam mempertahankan dimensi kultural kota, sekaligus menjadi arena di mana modernitas dan tradisi bertemu dan saling bernegosiasi.

Dengan demikian diketahui bahwa temuan penelitian ini menunjukkan pasar bekas tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai ruang pengalaman afektif yang melibatkan tubuh, memori, dan interaksi sosial. Atmosfer yang dirasakan pengunjung memperkuat gagasan bahwa ruang tidak bersifat netral, melainkan memiliki kualitas yang dialami secara emosional. Hal ini sejalan dengan pemikiran Gernot Böhme yang menempatkan atmosfer sebagai kualitas ruang yang hadir melalui relasi antara subjek dan lingkungan (Gahlings, 2022).

Selain itu, temuan mengenai objek bekas sebagai pemicu nostalgia menunjukkan bahwa benda memiliki peran aktif dalam membentuk pengalaman manusia. Dalam perspektif *material culture*, sebagaimana dikemukakan oleh Daniel Miller, objek tidak hanya menjadi benda pasif, tetapi memiliki kemampuan untuk memicu ingatan, emosi, dan imajinasi (Sitepu, 2025). Nostalgia dalam konteks ini tidak sekadar perasaan sentimental, tetapi merupakan bentuk afek yang muncul dari relasi embodied antara manusia dan benda.

Praktik “melihat tanpa membeli” yang ditemukan dalam penelitian ini juga memperlihatkan adanya pergeseran makna konsumsi dalam konteks budaya urban. Aktivitas ini menunjukkan bahwa kehadiran individu di ruang pasar tidak selalu berorientasi pada kepemilikan barang, tetapi pada pencarian pengalaman, sensasi, dan keterlibatan emosional. Temuan ini memperkaya kajian budaya urban dengan menunjukkan bahwa ruang-ruang informal seperti pasar bekas dapat berfungsi sebagai ruang alternatif yang memungkinkan praktik kultural di luar logika konsumsi modern.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pasar bekas merupakan ruang di mana relasi antara manusia, benda, dan ruang terus dinegosiasikan. Pasar tidak hanya menjadi tempat pertukaran barang, tetapi juga arena produksi makna, memori, dan pengalaman sosial dalam kehidupan urban kontemporer.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan dan pembahasan, penelitian ini menegaskan bahwa, *pertama*, Pasar Klitikan Yogyakarta berfungsi lebih dari sekadar ruang transaksi ekonomi barang bekas. Pasar ini merupakan ruang pengalaman kultural yang membentuk relasi kompleks antara tubuh, ruang, benda, dan memori dalam konteks kehidupan urban. Atmosfer pasar—yang dihasilkan oleh intensitas sensorial, kepadatan ruang, serta dinamika interaksi sosial—secara aktif membentuk pengalaman afektif

pengunjung. Dalam hal ini, pasar klitikan tidak bersifat netral, melainkan menghadirkan kualitas atmosferik yang dialami secara tubuhiah dan emosional.

Kedua, objek-objek bekas yang diperdagangkan di pasar klitikan memainkan peran penting sebagai pemicu nostalgia, baik pada level personal maupun kolektif. Barang-barang lama tidak hanya dipahami sebagai komoditas, tetapi sebagai medium afektif yang membawa jejak waktu, pengalaman, dan relasi sosial masa lalu. Interaksi pengunjung dengan objek-objek tersebut menunjukkan bahwa nostalgia hadir sebagai pengalaman hidup yang bersifat embodied, di mana ingatan diaktifkan melalui penglihatan, sentuhan, aroma, dan suasana ruang. Dengan demikian, pasar klitikan menjadi tempat di mana masa lalu terus dihadirkan dan dinegosiasikan dalam pengalaman keseharian masyarakat kota.

Ketiga, praktik “melihat tanpa membeli” yang banyak dilakukan pengunjung semakin menegaskan bahwa nilai pasar bekas tidak terletak semata-mata pada transaksi ekonomi. Aktivitas ini merupakan praktik kultural yang berorientasi pada pengalaman, rasa ingin tahu, pencarian cerita, serta kebutuhan sensori dan afektif. Melalui praktik tersebut, pengunjung memaknai pasar sebagai ruang rekreasi, kontemplasi, dan pelarian dari logika konsumsi modern yang serba terstandar dan menuntut efisiensi. Pasar klitikan, dengan demikian, menawarkan bentuk keterlibatan yang lebih cair dan terbuka, tanpa tekanan untuk berpartisipasi dalam konsumsi.

Keempat, sebagai ruang budaya urban, Pasar Klitikan Yogyakarta merepresentasikan alternatif penting terhadap ruang konsumsi modern seperti mall. Karakter ketidakteraturan, informalitas, dan spontanitas yang melekat pada pasar bekas menghadirkan pengalaman kota yang lebih organik dan manusiawi. Di tengah arus modernitas, pasar klitikan menunjukkan bahwa praktik tradisional tidak serta-merta terpinggirkan, melainkan dapat hidup berdampingan dan terus bertransformasi. Dengan mempertahankan atmosfer tradisional melalui praktik sosial dan materialitas benda-benda lama, pasar klitikan berperan dalam merawat memori kolektif serta keberagaman pengalaman urban.

Oleh sebab itu, secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Pasar Klitikan Yogyakarta merupakan ruang atmosfer-nostalgia yang signifikan dalam lanskap budaya kota. Pasar bekas bukan hanya tempat bertemunya barang dan pembeli, tetapi arena kultural tempat afeksi, memori, dan interaksi sosial saling berkelindan. Temuan ini menegaskan pentingnya melihat pasar bekas sebagai bagian dari praktik budaya urban yang berkontribusi pada pembentukan makna, identitas, dan pengalaman hidup masyarakat kota kontemporer.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai relasi antara manusia, ruang, dan benda dalam kajian fenomenologi budaya dan studi budaya urban. Secara empiris, temuan ini menunjukkan bahwa pasar bekas memiliki peran penting sebagai ruang produksi afeksi, memori, dan pengalaman sosial dalam kehidupan kota kontemporer.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah informan dan konteks lokasi yang spesifik. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji perbandingan antar kota atau mengintegrasikan pendekatan visual dan etnografi untuk memperkaya analisis pengalaman ruang.

DAFTAR PUSTAKA

- Carman, T. (2019). *Merleau-ponty*. Routledge.
- Casey, E. S. (1984). Habitual body and memory in Merleau-Ponty. In *Phenomenology and the human sciences* (pp. 39-57). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Djufri, I. (2025). *Kota yang Mengingat: Ruang, Waktu, dan Kesadaran Kolektif*. PT. Revormasi Jangkar Philosophia.
- Gahlings, U. (2022). Gernot Böhme (Dessau, 1937–Darmstadt, 2022). *Synthesis philosophica*, 37(1), 237-241.
- Khafidz, A. M. (2023). *Pedagang Pasar Tradisional: Makna Pasar, Motif, dan Perilaku Pedagang*. Penerbit NEM.
- Kurnia, M. N. I., & Khairulyadi, K. (2023). Perilaku Membeli Pakaian Bekas (Thrifting) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, Kota Bogor. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(2), 117–126.
- Kusadistya, S. (2025). *Revitalisasi Pasar Klitikan Pakuncen sebagai Pasar Ekonomi Kreatif dengan*

Pendekatan Placemaking di Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada.

- Kusnad, H. K. N., & Ayuningrum, N. G. (2025). Ruang Produksi dan Ruang Leisure: Praktik Konsumsi Pasar Senthir Beringharjo. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1-9.
- Kusumowidagdo, A., Kaihatu, T. S., Wardhani, D. K., Rahadiyanti, M., & Swari, I. A. I. (2019). *Panduan penataan kawasan koridor pasar tradisional*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Miller, D. (2007). Stone age or plastic age?. *Archaeological dialogues*, 14(1), 23-27.
- Mudjiyanto, B., Yanuar, F., & Launa, L. (2025). Mal Sebagai Ruang Ketiga: Eksplorasi Perilaku Window Shopping Masyarakat Urban Kota. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 10(02).
- Putra, D. W. M., Kamila, I. F., & Salsabila, N. R. (2023). Perjalanan Kapitalisme Informal Pada Usaha Thrifting Melalui Interpretasi Mitos (Interaksionalisme Simbolik, Herbert Mead). *JISPENDIORA Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 2(3), 244-254.
- Rionaldi, R., & Gunawan, Y. (2020). ATMOSFER RUANG DI STUDIO AIR PUTIH@ BATUBATA, TANGERANG. *Riset Arsitektur (RISA)*, 4(03), 288-305.
- Sitepu, R. K. (2025). Neoliberalisme Homo Ekonomikus: Budaya Konsumersime Indonesia sebagai Bentuk Pendisiplinan Kapitalisme. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2), 237-250.
- Stoller, N. (2003). Space, place and movement as aspects of health care in three women's prisons. *Social Science & Medicine*, 56(11), 2263–2275.
- Tjaya, T. H. (2022). *Seri pemikiran: Merleau-Ponty dan kebutuhannya*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Wahiyah, I. R., Arifin, S., & Arasid, M. I. (2024). Strategi Bertahan Pedagang Barang Bekas Gang Rendah ditengah Maraknya Online Shop. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research*, 1(1), 33–44.
- ZALZABILA, F. D. (2024). KONSTRUKSI MAKNA KOLEKSI MEDIA MUSIK ANALOG BAGI KOLEKTOR MUSIK (Studi Fenomenologi Alfred Schutz Mengenai Konstruksi Makna Koleksi Media Musik Analog Bagi Kolektor Pecinta Musik Pada Kolektif “Alunan Nusantara” di Kota Bandung).

Halaman Ini Dikosongkan