



Bersepeda: Gerakan Kebudayaan?

Oleh **INDRA TRANGGONO**

Sebagian jalan-jalan di Kota Yogyakarta pada 13 Oktober lalu mirip kota-kota di China: penuh sesak ribuan sepeda. Sangat kolosal. Sangat spektakuler. Kesan gaya hidup sederhana dan sehat pun mencuat. Akan tetapi, jangan terlalu gembira dulu. Pemandangan itu bukan realitas sehari-hari, melainkan pencaanangan gerakan bersepeda untuk merayakan Ulang Tahun Ke-252 Kota Yogyakarta.

Tema yang diangkat Sego Segawe: *Sepeda Kanggo Sekolah lan Nyambut Gawe*. Bisakah ia menjadi gerakan kebudayaan? Dibutuhkan peraturan daerah? Setidaknya, memasuki tahun 1980-an, citra Yogyakarta sebagai kota sepeda mulai pudar. Tidak ditemukan lagi banyak pelajar, mahasiswa, pegawai, dan masyarakat lainnya naik sepeda, kecuali para buruh *lajon* (ulang-alik yang memadati jalan-jalan kota setiap pagi dan sore). Ada yang dari arah timur (Prambanan). Ada yang dari arah selatan (Bantul) dan ada yang dari Barat (Kulon Progo). Selain buruh *lajon*, juga muncul iring-iringan pengendara sepeda: *mbok-mbok bakul* sayuran dari desa-desa. Sepeda akhirnya hanya menjadi pilihan kaum marjinal, baik yang karena tuntutan profesi maupun sekadar hobi memelihara eksotisme, misalnya beberapa komunitas pencinta sepeda *onthel*.

Kenapa sepeda *onthel* semakin lenyap di Yogyakarta? Marginalisasi sepeda terjadi seiring dengan menguatnya rezim Orde Baru (Orba) dalam membangun pertumbuhan ekonomi. Orba bersekutu dengan modal asing. Industri pun merebak. Industri selalu akan diikuti turunannya yang lain: industrialisasi dan industrialisme.

Industrialisasi merupakan realitas di mana semua hal diindustrikan. Tidak hanya materi, melainkan juga nilai-nilai. Sedangkan industrialisme adalah paham yang menganggap industri adalah utama, penting, dan segalanya. Sehingga segala hal,

termasuk nilai-nilai, selalu diukur dari kepentingan industri. Industrialisme punya potensi menekan atau mengubah nilai-nilai ideal—yang dipandang berkelecekan dan tak praktis itu—menjadi nilai-nilai yang "berdaya guna" dan praktis, meskipun terjadi pendangkalan.

Industri memiliki watak: massal, praktis, dan mudah untuk mendapatkan pembeli dalam jumlah sangat besar. Orba sukses mengubah *mindset* masyarakat dengan doktrin industri tersebut. Pragmatisme akhirnya menjadi pilihan yang tidak dapat ditawar.

Pragmatisme itu mengubah pilihan masyarakat atas banyak hal, termasuk alat transportasi. Sepeda motor dipandang jauh lebih praktis dibanding sepeda *onthel*, apalagi sepeda motor bisa didapat dengan cara mudah dan praktis melalui kredit, maka sempurnalah sepeda sebagai korban perubahan pilihan dan gaya hidup.

Orang sadar bersepeda itu irit, sehat, dan ramah lingkungan, tetapi kesadaran ini akan tanggal begitu muncul gempuran kebutuhan yang memerlukan jawaban cepat dan praktis. Kehidupan makin berpacu, semua orang saling kejar, bahkan saling sikut. Irama hidup bukan lagi seperti *gendhing kutut manggung* Nyi Condoro Lukito dalam musik Jawa yang *mat-matan* (pelan tetapi intens), melainkan sudah berubah menjadi musik rock atau setidaknya reggae. Dan, sepeda terasa *keponthal-ponthal* alias susah paha mengikuti irama hidup

yang cepat itu.

Dalam pragmatisme yang semakin menguat dan ketergantungan masyarakat pada sepeda motor sangat tinggi, kampanye budaya bersepeda menjadi artifisial jika hanya sebatas imbauan moral. Misalnya mengimbau para orangtua untuk tidak memanjakan anaknya yang duduk di SMP dengan membelikan sepeda motor atau yang duduk di SMA dengan membelikan mobil. Sifat imbauan moral sangat subyektif dan relatif: dapat dilaksanakan tetapi jika tidak pun ya tidak apa-apa karena tidak ada sanksi.

Bersepeda terkait erat dengan *habit*, dengan kebiasaan, dengan tradisi dan kultur. Sebagai perilaku yang "baru" (baca: lama ditinggalkan), bersepeda akan menimbulkan persoalan psikologis. Orang yang terbiasa hidup serba praktis, mudah, dan dengan irama cepat, tidak bisa dengan serta-merta menjalani kehidupan yang lebih lambat, tidak praktis, dan susah. Kadar kesulitan akan jauh lebih tinggi dengan mengendarai sepeda dibanding dengan sepeda motor. Karena itu, persoalan mentalitas itu perlu menjadi pertimbangan utama dan tidak cukup dijawab dengan imbauan moral.

Perlu sistem

Karena itu, kampanye budaya bersepeda perlu diwujudkan sebagai gerakan budaya. Gerakan kebudayaan bersepeda bisa dimaknai sebagai langkah-langkah yang tersistem untuk mengubah perilaku masyarakat dalam berkendara dari sepeda motor atau mobil menjadi sepeda. Kata kuncinya adalah sistem yang berarti peraturan yang disahkan dalam perda. Misalnya ada peraturan yang berisi ketentuan: anak SMP dan SMA diwajibkan mengendarai sepeda untuk pergi ke sekolah dan dilarang menggunakan sepeda motor. Begitu juga dengan

pegawai negeri sipil.

Penggunaan sepeda motor hanya dilakukan untuk memenuhi tugas yang memiliki jarak tempuh tertentu. Untuk *test case*, perda (peraturan daerah) tidak dilaksanakan setiap hari, melainkan pada hari tertentu, misalnya Jumat. Jika perda ini bisa dilaksanakan, minimal sehari dalam seminggu keruwetanan dan polusi di Yogya dapat dikurangi. Pembatasan hak? Benar. Namun, setiap perbaikan termasuk perbaikan gaya hidup dan lingkungan—membutuhkan risiko: pengorbanan.

Langkah yang lain adalah perbaikan infrastruktur bagi para pengendara sepeda, bukan hanya sebatas disediakan jalur, melainkan juga fasilitas lain yang menjadikan pengendara sepeda merasa aman dan nyaman.

Pelaksanaan gerakan budaya bersepeda akan berdampak dalam irama dan gaya hidup, minimal pada para pelajar dan pegawai negeri sipil di Yogya. Mereka akan menyesuaikan irama hidupnya dengan irama sepeda karena sepeda tidak secepat sepeda motor, maka mereka akan mempersiapkan segala lebih dini, tidak terburu-buru. Mereka pun menjadi lebih terdidik untuk hidup sederhana, efisien, dan sehat.

Jika budaya bersepeda ini sudah menjadi gerakan massal, maka derajat sepeda pun akan meningkat: orang tidak malu lagi naik sepeda, meskipun sepedanya tergolong tidak trendi dan tidak mahal. Di sini yang dipentingkan adalah konteks bersepeda, bukan merek sepeda. Sebab, sepeda pun kini ada yang harganya jutaan. Jika orang mengejar merek, maka yang terjadi adalah persaingan. Cita-cita menanamkan pola hidup sederhana pun menjadi tidak berarti.

INDRA TRANGGONO
 Pemerhati dan
 Aktivistis Kebudayaan
 Tanggal di Yogyakarta

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Bagian Umum dan Protokol	Positif	Sejara	Untuk Diketahui
2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan			
3. Dinas Pengelolaan Pasar			

Yogyakarta, 20 September 2024
 Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
 NIP. 19690723 199603 1 005