



**PAGUYUBAN PENGUSAHA WARGA KUNINGAN (PPWK) SEBAGAI
PELOPOR WARUNG KOPI
(STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI PAGUYUBAN PENGUSAHA WARGA
KUNINGAN DI DESA PUSEURJAYA, KABUPATEN KARAWANG)**

Fajar Ramadhan, Mayasari, Ana Fitriana Poerana

Prodi atau Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ,

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Abstrak

Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK) merupakan suatu wadah bagi warga Kuningan yang berjualan atau berdagang seperti warung kopi, warung kelontong, burjo, dan warung nasi diberbagai daerah di Indonesia. Tujuan utama paguyuban ini untuk menyatukan warga Kuningan dalam memiliki profesi yang sama, yaitu berdagang, selain itu juga sebagai tanggung jawab sosial sesama warga Kuningan yang dalam menjaga tradisi secara turun menurun, menjelaskan bagaimana bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan anggota PPWK dalam menjaga keberlangsungan usaha sesama masyarakat Kuningan. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa solidaritas sosial yang dilakukan sebagai proses dan kegiatan komunikasi kelompok serta manfaatnya bagi keanggotaan PPWK dalam berkelompok dan menjalankan suatu usaha. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan etnografi komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi tanpa partisipan, wawancara, dan dokumentasi. Sumber informasi penelitian ini berasal dari empat informan, informan utama ialah anggota PPWK yang berada di sekitar kampus, khususnya Desa Puserjaya, Kabupaten Karawang. Pesan utama pada penelitian ini untuk menjaga kesatuan kelompok, dan rasa solidaritas sosial dengan saling mengeratkan satu sama lain di daerah perantauan.

Kata Kunci: Etnografi, Model SPEAKING, Komunikasi Kelompok PPWK, Solidaritas Sosial.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya “Manusia terlahir memiliki keinginan yaitu menjadi satu dengan yang lain disekelilingnya dan menjadi satu dengan alam disekelilingnya. “Pendapat tersebut dipastikan bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup secara individu dan memiliki naluri alami untuk berbaur dengan sejenisnya atau makhluk lainnya dan berbaur dengan alam disekitarnya, (Soekanto, 2007).

Komunikasi yang terjadi di dalam sebuah komunitas bergantung pada pola-pola komunikasi yang ada. Pola komunikasi inilah yang mempengaruhi proses komunikasi di dalam sebuah komunitas. Menurut Djamarah, pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dalam proses komunikasi dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Sentosa, 2015).

Adanya kelompok sosial ialah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari beberapa orang yang hidup bersama dan mengharapkan suatu hubungan proporsional yang dapat saling menguntungkan. Kelompok sosial terbagi menjadi dua yaitu *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* atau Paguyuban atau Patembayan dan *Gesellschaft* sering disebut sebagai Paguyuban dan Patembayan menurut Ferdinand Tonnies. Demikian juga, *Gemeinschaft* “Salah satu bentuk kehidupan bersama, yang anggota di dalamnya bersifat terikat oleh hubungan alamiah dan kekal.” (Haryanto dan Nugrohadi, 2011).

Paguyuban adalah suatu kelompok sosial menyatu karna adanya pemikiran yang sama. Bentuk contoh dari kelompok yang memiliki pemikiran yang sama yaitu komunitas. “Komunitas adalah suatu perkumpulan beberapa individu yang saling terikat guna

meningkatkan sosialisasi sesama, saling mendukung, memberikan informasi, adanya rasa memiliki yang menjadi terbentuknya suatu identitas sosial.” (Wellman 2013).

Kelompok masyarakat Kuningan dikenal sebagai pelaku wirausahawan, misalnya memelopori dan mendirikan usaha yang tersebar di beberapa wilayah perkotaan besar di Indonesia. Kebiasaan merantau ini dimulai oleh Salim Saca Santana, mantan Kepala Kelurahan Kaliwon, Kelurahan Cimindi Balong, Wilayah Garawangi pada 60 tahun lalu, karna alasan ekonomi di daerahnya yang sedang bermasalah, Salim menawarkan sebuah resep makanan untuk bertahan hidup. Salim menyebarkan resep Bubur Kacang Hijau atau biasa disebut Burjo kepada warga sekitar. Pada tahun 1950, ada lima pemuda membawa resep tersebut sebagai persiapan untuk merantau. Peluang usaha masa depan bagus yang bisa diterima masyarakat sekitar, di situlah awal mula para pendatang masyarakat Kuningan” (Sukiman: 2006)

Terbentuknya kelompok sosial Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan atau singkatnya (PPWK) karna adanya suatu jaringan, yang didalamnya adalah masyarakat Kuningan yang memiliki kesamaan mata pencaharian. Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK) adalah suatu kelompok warga Kuningan yang awal berdiri merupakan perkumpulan kedaerahan berdasarkan profesi yang sama sebagai pedagang burjo, dan berinisiatif mendirikan kelompok yang terstruktur dan mempunyai tujuan agar keberadaannya sebagai pedagang burjo khas Kuningan dapat tetap bertahan di daerah rantaunya. (Sejarah Kuningan, 2003; hlm. 9)

Dalam hal ini adanya rasa solidaritas sosial yang dapat mendorong upaya-upaya untuk mewujudkan akibat dari kegiatan perkumpulan pedagang dari Kuningan dalam menjalankan usaha,

misalnya Warung Kopi, Warung Kelontong, dan Warung Nasi dan Burjo.

Suatu kelompok yang terstruktur memiliki berbagai fungsi sosial yang dimana anggotanya menjadi seperti keluarga, organisasi profesi, organisasi kedaerahan, organisasi kemahasiswaan, dan lain sebagainya, setiap anggotanya saling berinteraksi antara satu dengan yang lain baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Emile Durkheim berpendapat bagian terpenting saat ini ialah proses solidaritas sosial untuk mencapai tujuan bersama.

Adanya kegiatan yang dilakukan secara terus menerus yang terjadi di lingkungan sekitar, salah satunya usaha yang melekat dari masyarakat Kuningan ialah warung kopi menarik untuk disimak karena warung kopi dari Kuningan punya contoh lain jika dibandingkan dengan warung kopi yang bukan berasal dari Kuningan. Terlihat perbedaan dapat dilihat dari keadaan fisik dan non-fisik. Tidak hanya itu, adanya bentuk solidaritas sosial yang dilakukan warga Kuningan seperti adanya bentuk komunikasi antar warga Kuningan yang mendorong dan membantu jika salah satu saudara, keluarga, atau kerabat yang ingin memiliki profesi yang serupa.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Etnografi komunikasi. Penelitian kualitatif pendekatan yang menjelaskan, menerangkan, mendapatkan dan juga mengeksplorasi sebuah peristiwa atau objek sosial yang tidak bisa didefinisikan secara umum, dan tidak bisa dijumlahkan secara numberik atau hitungan (Afiyanti & Rachmawati, 2014).

Penyebaran etnografi menjadi fokus perhatian adalah sebuah perilaku komunikasi pada suatu tema budaya tertentu, dalam hal ini tidak semua perilaku dapat digambarkan dalam

sebuah peristiwa etnografi. Adapun perilaku komunikasi mengacu pada perilaku atau aktivitas orang, kelompok, dan khalayak yang berpartisipasi dalam proses komunikasi (Kuswarno, 2008).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial atas realitas. Konstruksi sosial atas realitas atau (*social construction of reality*) dapat didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, 1996). De Lamater dan Hyde mengungkapkan bahwa konstruksi sosial tidak memiliki kenyataan pokok (*essences*) yang benar, dan merupakan hasil dari suatu kegiatan yang secara tidak sadar menjadi budaya masyarakat Kuningan dalam merantau berdagang seperti Warung Kopi, Warung Kelontong, Burjo dan Warung Nasi.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi atau pengamatan secara menyeluruh pada objek penelitian. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* yaitu memilih informan dengan kriteria-kriteria tertentu. Subjek dalam penelitian ini adalah empat orang pelaku usaha yang berasal dari Kuningan. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu anggota Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK) yang memiliki usaha di sekitar kampus, khususnya Desa Puseurjaya Kabupaten Karawang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika melihat lebih lanjut mengenai proses komunikasi, untuk menyamakan persepsi dalam hal proses komunikasi, dijumpai oleh penggunaan bahasa yang sama yang digunakan oleh anggota komunitas. Bahasa merupakan unsur terpenting sebagai penyalur dan sekaligus memperjelas maksud dari suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator

kepada komunikan dalam komunikasi. Karena jika komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan varietas bahasa yang berbeda, akan menimbulkan sebuah mispersepsi atau kesalahan pemahaman antara individu yang memberikan pesan (komunikator) dengan individu yang menerima pesan (komunikan). Maka dari itu varietas bahasa yang sama dalam melakukan proses komunikasi, dapat memberikan keberhasilan sebuah komunikasi (Musairil & Mayasari, 2020).

Bahasa inilah yang dapat menyatukan atau memisahkan manusia dari kelompoknya atau masyarakat dengan masyarakat lainnya. Secara tidak langsung bahasa merupakan identitas dari suatu masyarakat tertentu.

Di dalam penelitian etnografi, Hymes menegaskan bahwa bahasa tidak dapat dipisahkan dari bagaimana dan mengapa ia digunakan, sehingga kesadaran akan hal ini akan membawa pemahaman pada bentuk-bentuk bahasa. Etnografi juga melihat bahasa ini dalam konteks sosialnya, sehingga pengkajiannya mengenai sistem kode bicara dalam bentuk bahasa dan proses kognitif manusia yang melakukannya (baik sebagai pembicara maupun sebagai pendengar). Bahasa nantinya juga bisa diamati dan dikaji untuk melihat mengenai pola komunikasi yang digunakan di dalam sebuah kelompok masyarakat atau komunitas. Secara spesifik etnografi komunikasi akan menghasilkan gambaran mengenai berbagai cara bagaimana pola-pola komunikasi yang terjadi mempunyai hubungan di dalam fenomena sosiokultural yang ada di masyarakat. Oleh karena itu perilaku komunikasi itu khas, dan hanya terdapat di dalam peristiwa komunikatif yang khas pula. Menurut ilmu komunikasi, keberlangsungan komunikasi yang nyata dilakukan seseorang dengan orang lain dengan sengaja dan dengan tujuan tertentu (Kuswarno, 2008). Karena

dalam komunikasi yang disengaja dengan tujuan tertentu dapat diamati mengenai tujuan dan makna pesan yang disampaikan.

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji bentuk pola komunikasi dan budaya kelompok dalam Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK), peneliti menggunakan model SPEAKING (*The Speaking Model*). Dell Hymes salah satunya *Setting and Scene*, Model tersebut akan mendeskripsikan secara ringkas mengenai keterkaitan dengan Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK).

1. Setting

Pada tahun 1950 awal mula masyarakat Kuningan melihat adanya peluang usaha masa depan bagus yang bisa diterima masyarakat sekitar, di situlah awal mula para pendatang masyarakat Kuningan merantau dan berusaha ke berbagai daerah di Indonesia (Sukiman: 2006). *Setting* atau tempat terjadinya komunikasi menentukan komunikasi itu yang terjadi. Dalam *setting* atau tempat terjadinya peristiwa komunikasi yaitu kios atau warung anggota Paguyuban Pengusaha Warung Kuningan (PPWK) dalam menjalankan sllahturahmi sesama anggota dalam suatu keperluan terkait paguyuban. Lokasi perantauan setiap daerah bisa disebut dengan tempat pelaksanaan kegiatan yang akan menciptakan suasana berkumpulnya kembali setiap anggota Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK) dari daerah asalnya, akrab atau tidak akrab, sesama pengusaha yang berasal dari Kuningan memiliki hubungan sesama antar warga Kuningan yang berprofesi serupa.

2. Scene

Scene merujuk kepada situasi waktu, tempat dan psikologi pembicaraan, lokasi perantauan setiap daerah bisa disebut dengan tempat

pelaksanaan kegiatan yang akan menciptakan suasana berkumpulnya kembali setiap anggota Paguyuban Pengusaha Warga Kuningan (PPWK) dari daerah asalnya, akrab atau tidak akrab, sesama pengusaha yang berasal dari Kuningan memiliki hubungan sesama antar warga Kuningan yang berprofesi serupa.

SIMPULAN

Faktor terciptanya solidaritas sosial yang dilakukan oleh masyarakat Kuningan yang ada di Desa Puseurjaya, Kabupaten Karawang merupakan faktor adat dan tradisi. Tradisi kekeluargaan yang dilakukan masyarakat Kuningan berdampak sangat positif bagi lingkungan sekitar, selain itu masyarakat Kuningan mengesampingkan segala kepentingan pribadi. Masyarakat Kuningan berpendapat bahwa dengan sifat sosial yang mereka miliki bahwa tradisi bergotong royong merupakan barang berharga bagi masyarakat Kuningan khususnya di Kabupaten Karawang, serta turut berpartisipasi dalam membantu serta melestarikannya walau berada di daerah perantauan yang jauh dari kampung halamannya.

Salah satu bentuk usaha yang dilakukan masyarakat Kuningan ialah Warung Kopi, Warung Kelontong, Burjo dan Warung Nasi, dalam hal ini diharapkan usaha yang dijalani oleh masyarakat Kuningan tidak sekedar menjadi tempat nongkrong saja melainkan memuat sebuah nilai kebersamaan, silaturahmi dan juga menjadi kekuatan masyarakat pelajar dan mahasiswa untuk bertukar pengetahuan dan bertukar pengalaman.

Sebagai masyarakat sosial mencari nafkah merupakan kebutuhan setiap individu dalam bermasyarakat khususnya masyarakat Kuningan, hal ini disebabkan karena setiap manusia tidak dapat hidup sendiri dan saling membutuhkan satu sama lain. Interaksi sosial yang dimaksud terjadi karena

manusia saling mengenal, membantu dan bertukar pengalaman, serta memahami kebutuhan dan tujuan masing-masing dalam hidup bersama. Gotong royong serta jiwa sosial yang tinggi antar sesama, menjadi alat dan kebiasaan secara turun temurun yang dilakukan masyarakat Kuningan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Yati, and Imami Nur Rachmawati. "Metodologi penelitian kualitatif dalam riset keperawatan." (2014)
- Ahmad, R. T. (2020). Nusantara (Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial). Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 7(2), 408-420.
- Berger, L. Peter dan Luckmann, Thomas. 1966. *The Social Construction of Reality*. Unites States: Anchor Book
- DeLamater J.D and J.S. Hyde. 1998. *Essentialism vs Social Conctructionism in the Study of Hu-man Sexuality*. The Journal os Sex Research Vol.35, No. 1,1998. Pp. 10-
- Ekajati, E. S. (2003). *Sejarah Kuningan: dari masa prasejarah hingga terbentuknya kabupaten*. Kiblat Buku Utama.
- Putri, F. I., Abidin, Z., & Poerana, A. F. (2021). Analisis Situasi Komunikatif Komunitas Bright Up Indonesia dimasa Pandemi Covid-19. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 7(2).
- Haryanto, Dany dan Nugroho, G. Edwi. 2011. *Pengantar Sosiologi Dasar*. Jakarta : Prestasi Pusaka
- Khakamulloh, M., Mayasari, M., & Yusup, E. (2020). Analisis pola komunikasi budaya ngopi di komunitas Karawang Menyeduh. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 96-116.
- Kuswarno, Engkus. "Etnografi komunikasi." Bandung: Widya Padjadjaran (2008)
- Soekanto, S. (2007). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sukiman. (2006). *Mengawetkan pengalaman: dinamika warung bubur kacang hijau kuningan dalam tulisan*. Yogyakarta: BPPM Balairung UGM