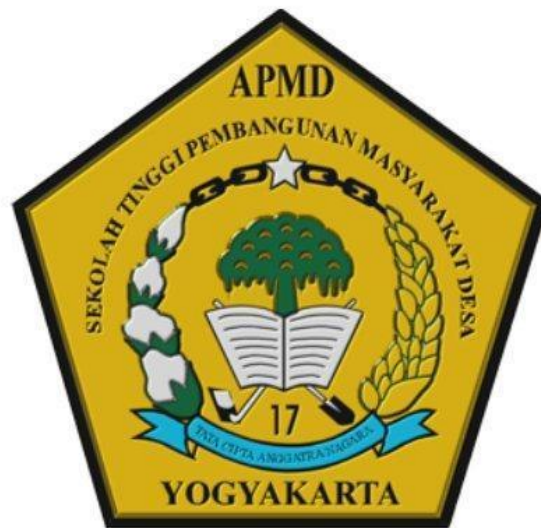


**Pola Komunikasi Komunitas Dapur Umum Buruh  
Gendong Perempuan Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**BERNARDUS AGUSTINO SUKARIA**

**NIM: 17530010**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA**

**2022**



**Pola Komunikasi Komunitas Dapur Umum Buruh  
Gendong Perempuan Yogyakarta**

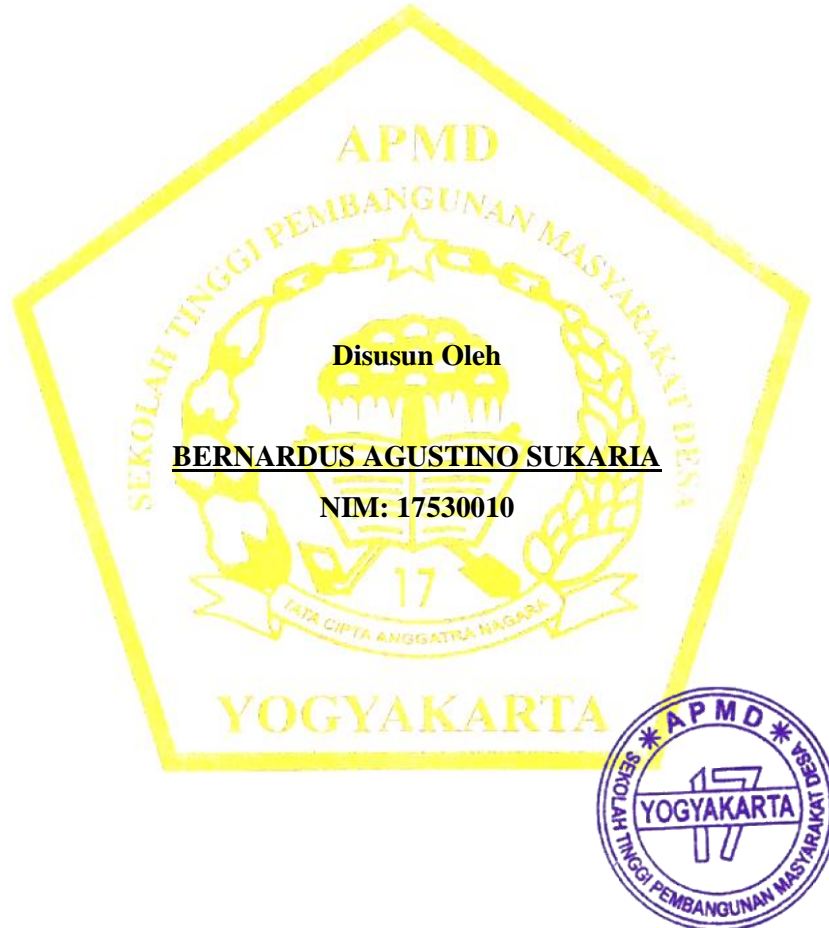
**HALAMAN SAMPUL**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pendidikan Strata Satu (S1)

Program Studi Ilmu komunikasi



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA**

2022

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 02 Agustus 2022  
Pukul : 09:00 WIB  
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

TIM PENGUJI

1. Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si.

Dosen Penguji/Pembimbing

2. Habib Muhsin, S.Sos., M.Si.

Penguji Samping 1

3. Fadjarini Sulistyowati, S.IP., M.Si.

Penguji Samping 2

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Habib Muhsin, S.Sos., M.Si.

NIY: 170 230 189

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI STRATA-1  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD” YOGYAKARTA

2022

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bernardus Agustino Sukaria

NIM : 17530010

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi yang berjudul **“Pola Komunikasi Komunitas Dapur Umum Buruh Gendong Perempuan Yogyakarta”** adalah benar-benar merupakan hasil kerja saya sendiri. Semua sumber dan data yang digunakan dalam penelitian telah saya cantumkan sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya kecurangan atau plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 02 Agustus 2022



Penulis,

Bernardus Agustino Sukaria

## **MOTTO**

“Janganlah hendaknya kerajinanmu kendor, biarlah rohmu menyala-nyala dan layanilah Tuhan”.

(Roma 12:11)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam perjalanan hidup penulis, banyak orang yang terlibat dengan berbagai situasi dan persoalan. Penulis percaya bahwa semuanya itu adalah bagian dari proses membentuk dan dibentuk. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, karya tulis ilmiah ini penulis persembahkan untuk:

1. Ibu saya yang saya cintai “Yosefina Leonarda Muliati Parus”, saya percaya bukan saya yang hebat tapi doa kalian yang kuat. Terimakasih atas semua pengorbanan dan cinta tanpa batas yang kalian berikan.
2. Keluarga besar Lumu-Langkas, terimakasih atas dukungan moral dan materil yang kalian berikan selama saya mengenyam pendidikan. Semoga Tuhan membalas semua kebaikan kalian.
3. Keluarga besar IMAKO APMD Terimakasih sudah menjadi keluarga selama di Yogyakarta.
4. Singkatnya, untuk kalian semua yang sudah menjadi bagian dari perjalanan panjang menuju sarjana. Mohon maaf tidak bisa disebutkan satu per satu, kalian abadi dalam ingatan. Terimakasih banyak, Tuhan yesus memberkati.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, berkat dan cinta-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pola Komunikasi Komunitas Dapur Umum Buruh Gendong Perempuan Yogyakarta”**, sebagai syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta. Penulis menyadari, skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis sampaikan terimakasih banyak kepada:

1. Almamater Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta sebagai tempat penulis menimba ilmu dan pengetahuan akademik.
2. Bapak Dr. Sutoro Eko Yunanto, M.Si, selaku ketua STPMD “APMD” Yogyakarta.
3. Bapak Habib Muhsin, S.Sos., M.Si. selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta.
4. Untuk Ibu Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.SI penulis mengucapkan terima kasih atas kesabaran dan bimbingan hingga terselesaikannya tulisan ini.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi dan keluarga besar STPMD “APMD” Yogyakarta yang telah membekali ilmu yang sangat berguna dalam penyelesaian penulisan skripsi ini dan memberikan pengetahuan serta pengalaman yang dapat membantu memperlancar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Inisiator dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta, beserta teman-teman relawan yang telah ikut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak agar skripsi ini menjadi lebih sempurna dan dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 02 Agustus 2022  
Penulis,

Bernardus Agustino Sukaria



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
<u>HALAMAN MOTTO</u> .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
<u>A. Latar Belakang</u> .....	1
<u>B. Kebaharuan Penelitian</u> .....	6
<u>C. Rumusan Masalah</u> .....	7
<u>D. Tujuan Penelitian</u> .....	7
<u>E. Manfaat Penelitian</u> .....	7
<u>1. Manfaat Teoritis</u> .....	7
<u>2. Manfaat Praktis</u> .....	7
<u>F. Kerangka teori</u> .....	8
<u>1. Pengertian komunikasi</u> .....	8
<u>2. Proses komunikasi</u> .....	8
<u>3. Pola komunikasi</u> .....	10
4. Komunikasi organisasi.....	15
G. Kerangka Berpikir.....	25
<u>H. Metode penelitian</u> .....	26

<u>1.</u> Jenis Penelitian .....	26
<u>2.</u> Lokasi Penelitian .....	26
<u>3.</u> Sumber Data .....	27
<u>4.</u> Teknik Analisis Data .....	29
<u>5.</u> Teknik Validasi Data .....	30
BAB II.....	32
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	32
<u>A.</u> Gambaran Umum Dan Kehidupan Sosial Kota Yogyakarta.....	32
<u>B.</u> Profil Dan Program Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta .....	34
BAB III.....	29
SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	29
<u>C.</u> Deskripsi Informan .....	39
<u>D.</u> Sajian Data .....	40
<u>1.</u> Proses Komunikasi Relawan Dapur Umum Buruh gendong Yogyakarta.....	40
<u>2.</u> Pola Komunikasi Relawan Dapur Umum Dan Buruh gendong .....	49
<u>E.</u> ANALISIS DATA .....	55
<u>1.</u> Proses Komunikasi Relawan Dapur Umum Buruh gendong Yogyakarta.....	55
BAB IV .....	67
PENUTUP.....	67
Simpulan.....	67
Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Sebelumnya.....	6
Tabel 1. 2 Informan.....	29
Tabel 1.3 Informan.....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	12
Gambar 1.2.....	13
Gambar 1.3.....	13
Gambar 1.4.....	14
Gambar 1.5.....	14
Gambar 1.6.....	25
Gambar 1.7.....	41
Gambar 1.8.....	46
Gambar 1.9.....	47
Gambar 1.10.....	48
Gambar 1.11.....	57
Gambar 1.12.....	58
Gambar 1.13.....	58
Gambar 1.14.....	59
Gambar 1.15.....	59
Gambar 1.16.....	60
Gambar 1.17.....	60
Gambar 1.18.....	62
Gambar 1.19.....	62
Gambar 1.20.....	63

## ABSTRAK

Komunikasi adalah suatu hal yang sangat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi sudah menjadi bagian dari diri kita, bahkan ketika seorang bayi sebelum dilahirkan, ia telah diperkenalkan dengan komunikasi, hal inilah yang membuat komunikasi menjadi salah satu ilmu yang sangat menarik untuk dipelajari. Komunikasi sendiri tidak hanya memiliki satu jenis, tetapi banyak bentuk dan cirinya. Demikian juga dengan dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta, komunikasi menjadi salah satu kunci utama dalam tercapainya kepentingan bersama untuk membantu buruh gendong perempuan Yogyakarta dalam melewati masa krisis ditengah pandemi. Semua itu telah dibuktikan dengan adanya proses komunikasi yang terjadi di dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta, seperti dalam pengambilan keputusan dan perancangan program-program yang akan dilakukan.

Dalam penelitian ini yang berjudul “Pola Komunikasi Dapur Umum Buruh Gendong Perempuan Yogyakarta”, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subyek penelitian yakni inisiator dan relawan dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta. Dalam penelitian ini informan ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis melalui deskriptif kualitatif yang diawali reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi yang terjadi di dapur umum buruh gendong perempuan sangat berdampak pada hasil yang mereka capai, hal tersebut yang menjadi sebuah kunci untuk program-program yang akan dijalankan. Dalam proses komunikasi yang terjadi antara inisiator dan relawan, dapur umum menggunakan pola komunikasi semua saluran. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya proses komunikasi dua arah dimana komunikator dapat menjadi komunikan, begitu juga sebaliknya. Dalam perekrutan maupun penggalangan dana, dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta menggunakan media sosial sebagai wadah untuk penggalangan dana maupun mencari relawan.

***Kata kunci: Komunikasi, proses komunikasi, pola komunikasi, dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta.***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kehadiran pandemi *Covid-19* sejak November 2019 di Wuhan China, ternyata menyebar dengan cepat hingga merambat ke berbagai aspek kehidupan manusia. Setidaknya hampir sebagian besar negara di dunia mengalami krisis hebat di berbagai aspek. Mulai dari aspek kesehatan, ekonomi, pendidikan hingga kehidupan sosial masyarakat. Seperti yang kita alami sejak awal pandemi, semua kantor, pabrik, pasar, sekolah, dan beberapa tempat layanan transportasi, harus diberhentikan sementara waktu demi mengurangi penyebaran virus, sementara proses kerja dilakukan justru dari rumah masing-masing. Hal inilah yang kemudian membuat sebagian besar masyarakat yang menggantungkan hidupnya dari pekerjaan di luar rumah seperti para buruh gendong di Yogyakarta, harus kehilangan hampir sebagian besar pendapatannya guna membantu perekonomian keluarganya.

Dampak yang begitu besar dirasakan oleh para pekerja informal, terutama bagi buruh gendong perempuan di pasar Beringharjo yang pemasukan terbesarnya dari pelancong Malioboro, kini menjadi salah satu kasus yang nyaris luput dari perhatian publik secara luas. Hilangnya ruang kerja akibat hadirnya pandemi *Covid-19* yang berdampak langsung terutama pada sektor pariwisata, membuat kawasan tempat para buruh gendong bergantung hidup, seperti kawasan Malioboro dan pasar Beringharjo di Yogyakarta, terpaksa harus ditutup sampai waktu yang tidak ditentukan. Beberapa masyarakat yang peduli dengan kondisi buruh gendong perempuan Yogyakarta berinisiatif mendirikan sebuah gerakan sosial berupa dapur umum yang dikhususkan untuk membantu buruh gendong perempuan Yogyakarta.

Buruh gendong merupakan sebuah profesi yang dilakukan sejak lama oleh perempuan-perempuan di Yogyakarta, profesi ini seutuhnya dilakukan oleh ibu-ibu dan lansia di Yogyakarta, yakni dengan cara mengangkut barang-barang yang akan dijual maupun barang belanjaan konsumen di pasar tradisional Yogyakarta, dengan menggunakan secarik kain untuk mengikat barang-barang yang dibopong untuk dijajakan keliling lokasi wisata di Malioboro dan pasar Beringharjo. Alasan para buruh gendong perempuan memilih profesi ini yakni karena ingin membantu kepala keluarga dan ingin memenuhi kebutuhan rumah tangga. Selain itu, alasan memilih profesi ini juga tidak terlepas dari latar belakang pendidikan yang minim membuat mereka memilih menjadi buruh gendong.

Para buruh gendong perempuan kebanyakan berasal dari luar Yogyakarta, yakni dari Solo, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Wonosari. Pekerjaan yang mereka lakukan biasanya hanya dibayar Rp.3000-Rp.4000 untuk sekali mengangkut barang belanjaan maupun barang yang akan dijual. Upah ini biasanya tergantung dari berat barang yang mereka pikul. Bahkan ada juga yang dibayar hanya Rp.2.000 untuk sekali angkut. Rata-rata pendapatan setiap harinya kurang lebih Rp.30.000. Uang yang mereka hasilkan hari itu biasanya dibagi untuk uang makan mereka setiap hari. Penghasilan yang didapat para buruh gendong sebelum pandemi *Covid-19* rata-rata berada di kisaran Rp.30.000, Setelah adanya pandemi *Covid-19*, penghasilan yang mereka dapatkan bahkan tidak mencapai Rp.20.000.

Menghadapi situasi yang sangat memprihatinkan, terutama sejak hadirnya pandemi *Covid-19*, membuat beberapa warga lokal Yogyakarta mulai melakukan gerakan sosial yang kemudian dikenal dengan semboyan “Rakyat Bantu Rakyat”. Semboyan ini dapat dikatakan sebagai dasar kehadiran dapur umum guna menjawab

situasi sosial yang hadir di saat pandemi. Fokusnya tentu hanya pada membantu buruh gendong perempuan di Yogyakarta.

Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta yang didirikan atas dasar empati karena ekonomi memburuk yang disebabkan oleh pandemi *Covid-19*. Buruh gendong merupakan sebuah pekerjaan dengan beban kerja yang besar namun tanpa kepastian jaminan kehidupan yang layak atau bahkan jauh dari kata baik. Pekerjaan ini umumnya dilakukan oleh perempuan, baik yang kisaran 40-an tahun atau lebih, atau bahkan lansia yang seharusnya bukan usia produktif untuk bekerja. Hal ini dilakukan justru karena keadaan ekonomi yang mendesak mereka untuk keluar dari tekanan yang hadir di kehidupan mereka. Para buruh gendong perempuan Yogyakarta kemudian memilih untuk bekerja sebagai buruh gendong di beberapa pasar tradisional di Yogyakarta. Buruh gendong juga sebagai salah satu pekerja informal yang tidak mempunyai UMR, tidak diakui statusnya di dalam berbagai label pariwisata tertentu, atau bahkan nasibnya bisa sangat memprihatinkan. Hal inilah yang kemudian memunculkan gagasan dan gerakan sosial tentang dapur umum bagi para buruh gendong perempuan di Yogyakarta.

Pada 19 oktober 2020 dapur umum memulai gelombang pertama untuk membantu buruh gendong perempuan Yogyakarta dengan bantuan 40 relawan dan 60 donatur, dengan total 3042 bungkus yang dibagikan ke 4 pasar di Yogyakarta. Relawan dan donatur yang tergabung dalam dapur gendong tidak hanya berasal dari Yogyakarta, melainkan dari seluruh Indonesia, yang bergabung karena adanya rasa empati terhadap buruh gendong perempuan. Setelah tahap pertama dapur gendong, relawan melanjutkan kegiatan untuk menggalang dana, yakni membuka warung makan yang berlokasi di Jl. Umbulharjo No.36. Hasil dari penggalangan dana yang telah dikumpulkan akan dipakai kembali untuk biaya operasional dapur gendong.



Bantuan tidak hanya berupa uang saja. Bagi orang-orang yang peduli terhadap buruh gendong perempuan Yogyakarta, memiliki berbagai jenis alternatif bantuan yang disalurkan baik dalam bentuk tenaga, ide, tempat, kendaraan operasional, uang tunai, bahan makanan, vitamin dan paket sehat. Proses penyalurannya pun beragam. Ada yang menyalurkan lewat *platform online* seperti kitabisa.com, ada pula yang berinisiatif membantu langsung di lokasi, atau mengirimkan uang langsung ke rekening dapur umum buruh gendong Yogyakarta. Dana yang telah terkumpul kemudian dikelola oleh dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta dalam bentuk makan siang yang disiapkan setiap hari Senin sampai Jumat oleh relawan dapur gendong, dan biasanya diantar langsung oleh tim relawan untuk buruh gendong perempuan Yogyakarta ke pasar-pasar tradisional, kemudian dibagikan sendiri oleh salah satu buruh perempuan agar tidak menimbulkan kerumunan. Selain itu, buruh gendong juga sudah tergabung dalam paguyuban buruh gendong di masing-masing pasar sehingga mempermudah proses pembagian makanan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa gerakan sosial ini melibatkan begitu banyak relawan dari berbagai kota, baik di Yogyakarta sendiri maupun di luar Yogyakarta. Semakin banyak relawan yang membantu akhirnya pada tahap 5 dapur gendong pindah ke daerah Sorowajan, Yogyakarta, tepatnya di halaman belakang sekretariat nasional Gusdurian Yogyakarta hingga saat ini. Saat ini dapur gendong sudah berjalan hingga tahap 8 dengan jumlah relawan 45 orang dan 20 yang aktif setiap harinya. Setelah diberlakukan PPKM di daerah Yogyakarta, jumlah relawan harian dibatasi sebanyak 15 orang saja dengan tetap menaati protokol kesehatan.

Sebagai salah satu bagian dari kegiatan “gerakan rakyat bantu rakyat”, tentunya memerlukan banyak suport dari banyak pihak salah satunya yakni relawan. Relawan yang tergabung dalam kegiatan dapur gendong ini bekerja secara sukarela. Setiap hari

relawan yang tergabung harus menyiapkan makanan yang akan dibagikan ke buruh gendong. Hal ini kemudian membuat peneliti tertarik untuk melihat pola komunikasi seperti apa yang digunakan dalam proses mendukung gerakan sosial tersebut, terutama ketika gerakan sosial ini bukan sebuah organisasi tertentu yang memiliki struktur keorganisasian yang jelas. Selain itu, fokus yang akan diarahkan adalah bagaimana bagaimana melihat pola komunikasi yang digunakan dapur gendong.

## B. Kebaharuan Penelitian

No	Nama, Judul, Publikasi	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Ilyas Lampe, Pola Komunikasi Gerakan Sosial Komunitas Sekitar Tambang Migas Tiaka: Refleksi Identitas Etnik (Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 5, Juli 2018, hlm 860-873)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat banyak kelompok komunitas yang muncul dan mengorganisasikan diri dalam upaya memperkuat bargaining atas akses ekonomi dan pembagian dana CSR	Penelitian ini menggunakan perspektif interpretif (kualitatif) dengan pendekatan studi kasus (Cresswell, 2014:138).	Penelitian ini bertujuan mengungkap pola komunikasi gerakan sosial komunitas yang berupaya memperoleh akses ekonomi atas eksploitasi minyak dan gas di Tiaka.
2	Amrin Tegar Sentosa, Pola komunikasi Dalam Proses Interaksi Sosial Di Pondok Pesantren Nurul Islam Samarinda (eJournal Ilmu Komunikasi, 2015, 3 (3): 491-503 ISSN 0000-0000, ejournal.)	Pola komunikasi kelompok dalam proses interaksi sosial, proses penyampaian pesan dibutuhkan suatu kerjasama terhadap para santriwan guna mendukung berjalannya kegiatan yang akan dilaksanakan berkaitan dengan proses interaksi sosial.	Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Yaitu penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi dan situasi yang ada.	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi interaksi sosial yang terjadi di Pondok pesantren Nurul Islam Samarinda
3	Suzy Azeharie, Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri. (Jurnal Komunikasi ISSN 2085-1979 Vol. 7, No. 2, Desember, 2015, Hal 207 – 223).	Kampung Inggris merupakan sebuah atau komunitas yang berbasis Bahasa Inggris. Terletak di Desa Pelem dan Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur.	Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan mengarahkan latar dan individu secara holistic (Moleong, 2009).	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang digunakan oleh pedagang di Desa Pare kampung inggris Kediri.

Dari ketiga penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa dari ketiga penelitian di atas sama-sama mengangkat pola komunikasi sebagai tema besar, tetapi memiliki perbedaan yakni: Penelitian 1 lebih fokus pada pola komunikasi gerakan sosial,

Penelitian 2, membahas tentang pola komunikasi interaksi sosial, penelitian 3, membahas tentang pola komunikasi antara pedagang dan pembeli. Perbedaan ketiga penelitian di atas dengan penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu pada objek dan tujuan penelitian.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana proses komunikasi yang terjadi di antara para relawan dapur gendong?
2. Bagaimana pola komunikasi yang terjadi dengan proses komunikasi tersebut?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengetahui proses komunikasi yang terjadi antara para relawan dapur gendong
2. Mengetahui pola komunikasi yang terjadi dengan proses komunikasi tersebut.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian sejenis.
- b. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi interpersonal dan kelompok.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi tentang pentingnya kegiatan sosial seperti dapur umum guna membantu orang lain yang membutuhkan.
- b. Bagi pemerintah, penelitian ini setidaknya dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk meningkatkan perhatian terkait persoalan buruh gendong di

Yogyakarta, atau kota-kota lainnya di Indonesia, terutama perihal kesejahteraan sosial para buruh.

## **F. Kerangka teori**

### **1. Pengertian komunikasi**

Komunikasi adalah proses perpindahan suatu pengertian dalam bentuk gagasan atau berupa informasi yang berasal dari seseorang kepada orang lain, yang digunakan lebih dari sekedar kata-kata atau percakapan, tetapi juga halnya dalam ekspresi wajah, intonasi titik putus lokal dan lainnya (Ngalimun, 2017: 45). Perpindahan suatu pesan yang efektif memerlukan tidak hanya perantara sebuah pesan akan tetapi bahwa seseorang dapat mengirim sebuah berita (membaca, menulis, mendengar, berbicara dan lain-lain). Dan menerimanya kembali sangat tergantung pada keterampilan- keterampilan tertentu seperti membaca, berbicara, menulis, mendengar, dan lain-lain.

### **2. . Proses komunikasi**

Proses dalam komunikasi merupakan proses pengiriman dan penyampaian pesan berita atau sebuah informasi kepada suatu pihak kepada pihak lain, dalam proses ini saling mendapatkan pengertian satu sama lain. Dalam aktivitas proses penyampain komunikasi pada sebuah institusi senantiasa untuk mendapatkan suatu pesan dengan tujuan tercapainya tujuan yang baik antara kelompok orang maupun dalam masyarakat. Budaya yang dapat dilihat dari proses komunikasi dalam sebuah organisasi adalah melihat sisi dimana komunikasi antara atasan dengan bawahan maupun sebaliknya dapat terjalin dengan baik sehingga dapat menemukan polanya masing-masing.

Menurut Harold Lasswell komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, *Who Says What In Which Channel To Whom With*

*What Effect* (Siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berefek apa). Sehingga dengan definisi tersebut dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu *source* (komunikator), *message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (komunikan) dan *effect* (efek) (Mulyana, 2014:67-71). Teori ini bertujuan untuk mempengaruhi khalayak sasarnya dalam melancarkan proses komunikasi dari pesan yang disampaikan, sehingga diharapkan memiliki beberapa efek tertentu yang kontribusinya dalam komunikasi massa (Ruslan, 2016:101).

- a. *Who* (siapa/sumber). Dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku utama atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi ,maupun suatu negara sebagai komunikator. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.
- b. *Says what* (pesan) *Says* menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi. Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat symbol verbal/nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol dan bentuk organisasi pesan.
- c. *In which channel* (saluran/media) Saluran/media adalah suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

- d. *To whom* (siapa/penerima) Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (*destination*), pendengar (*listener*), khalayak (*audience*), komunikan, penafsir, penyandi balik (*decoder*).
- e. *With what effect* (dampak/efek) Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan. Paradigma komunikasi Lasswell mengisyaratkan: Komunikasi harus memiliki efek, yakni terjadinya perubahan perilaku *audience*, adalah :
  - a. Terjadinya perubahan pada tingkat pengetahuan (kognitif)
  - b. Terjadinya perubahan pada tingkat emosi/perasaan (afektif)
  - c. Terjadinya perubahan pada tingkat tingkah laku (psikomotor)

### **3. Pola komunikasi**

Komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *Communis* yang artinya membagi. Everett M. Rogers (Cangara, 2017:35-36) seorang pakar sosiologi pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni: “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid (dalam Cangara, 2017:35-36) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan: Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi

dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Pola merupakan suatu bentuk struktur yang tetap. Kemantapan dari serangkaian unsur tentang suatu gejala dan mampu untuk menggambarkan gejala itu sendiri disebut sebagai pola dalam kamus antropologi. Jadi dapat diartikan bahwa pola merupakan sistem kerja atau susunan unsur dari cara kerja suatu perilaku yang kemudian dapat digunakan untuk menjelaskan gejala perilaku tersebut. (Ngalimun, 2018:44).

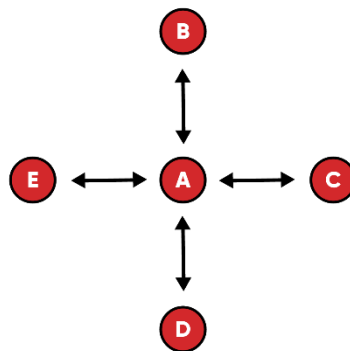
Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Pola komunikasi merupakan sistem penghubung antara anggota-anggota dalam kelompok organisasi menjadi satu kesatuan yang mampu membentuk pola interaksi sesama anggota dalam organisasi. (Hardjana, 2016:35-36).

Dengan jaringan komunikasi dapat diketahui bentuk hubungan atau koneksi orang-orang tertentu, keterbukaan satu kelompok dengan kelompok lainnya dan orang-orang yang memegang peranan utama dalam kelompok. Pertukaran informasi yang terjadi diantara individu-individu tersebut akan membentuk sebuah pola. Pola jaringan komunikasi dapat dikelompokkan berdasarkan situasional dalam mempengaruhi anggota kelompok organisasi untuk saling berkomunikasi. (V.Oisiana, 2016). Pola jaringan komunikasi dapat dibagi menjadi 5 (lima) bagian, diantaranya pola komunikasi roda, lingkaran, rantai, Y, dan bintang.



**a. Pola komunikasi roda**

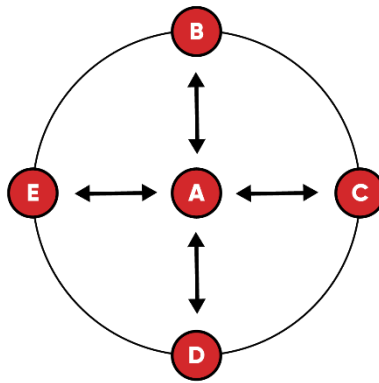
Pola komunikasi jenis ini berfokus kepada seorang pemimpin yang berhubungan langsung dengan anggota dalam kelompok organisasi. Seorang pemimpin sebagai komunikator (penyampai pesan), dan anggota kelompok sebagai komunikan yang melakukan umpan balik (*feedback*) kepada pemimpinnya tanpa adanya interaksi antar anggota, karena hanya berfokus kepada pemimpin (komunikator). Pola tersebut menggambarkan bahwa A merupakan sentralisasi yang menyampaikan informasi terhadap si B, C, D, dan E lalu masing-masing merespon kembali kepada si A.



Gambar 1.1 Pola roda

**b. Pola komunikasi lingkaran**

Pola komunikasi antar anggota di dalam kelompok organisasi, dimana setiap anggota dapat berkomunikasi satu sama lain baik dari kiri maupun kanan, siapa saja dapat mengambil inisiatif memulai berkomunikasi (sebagai komunikator). Pola ini menggambarkan Si A menyampaikan pesan kepada si B, si B meneruskan kepada si C dan seterusnya hingga kembali kepada si A (komunikator) dan seterusnya terhadap setiap anggota



Gambar 1.2 Pola lingkaran

**c. Pola komunikasi rantai**

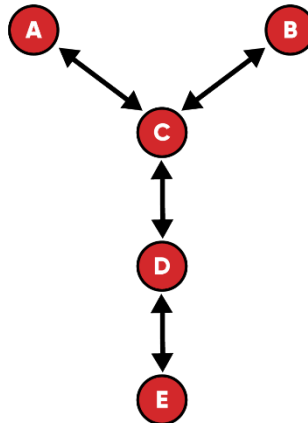
Pola komunikasi rantai adalah komunikasi yang dilakukan oleh anggota kelompok organisasi, komunikasi yang dimaksud adalah satu anggota hanya dapat menyampaikan pesan kepada anggota di sebelahnya, kemudian anggota yang menerima pesan akan melanjutkan dengan anggota lainnya lagi dan seterusnya. Pola komunikasi ini disampaikan oleh si (A), kemudian berkomunikasi dengan si (B), dan si B melanjutkannya dengan si (C), dan begitu seterusnya kepada si (D), dan (E). Setiap anggota dapat menyampaikan pesan atau meneruskannya kepada sesama anggota dalam kelompok organisasi. Dalam pola komunikasi ini, anggota terakhir yang menerima pesan yang disampaikan oleh pemimpin seringkali tidak menerima pesan yang akurat. Sehingga pemimpin tidak dapat mengetahui hal tersebut karena tidak adanya umpan balik yang disampaikan.



Gambar 1.3 Pola rantai

**d. Pola komunikasi Y**

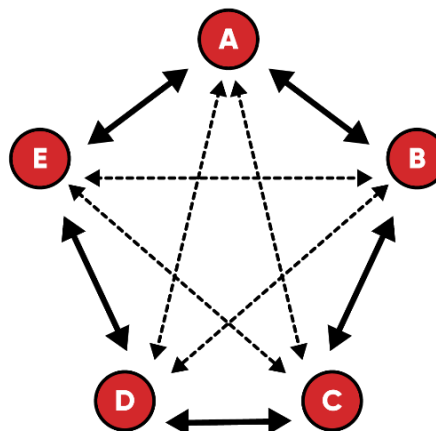
Pola komunikasi ini adalah tiga orang anggota dalam kelompok organisasi dapat berkomunikasi satu sama lain, tetapi ada dua orang yang hanya dapat melakukan hubungan komunikasi dengan seseorang di sampingnya



Gambar 1.4 Pola Y

**e. Pola komunikasi semua saluran**

Pola komunikasi bintang merupakan jaringan semua saluran sehingga dapat saling berinteraksi satu sama lain dengan sesama anggota baik dalam menyampaikan informasi dan dapat melakukan timbal balik ke sesama anggota.



Gambar 1.5 Pola komunikasi semua salur

#### **4. Komunikasi Organisasi**

##### **a. Pengertian Komunikasi Organisasi.**

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak dapat memisahkan proses komunikasi, dalam proses kehidupan yang berbeda, proses interaksi tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, memahami gaya komunikasi yang tepat dan menyenangkan sangat penting, terutama dalam hal organisasi. Seringkali, keberhasilan suatu organisasi memiliki kesamaan ketepatan gaya komunikasi pengurus dan anggota. Sedarmayanti (dalam Dani, 2016:193) mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan hal penting dalam penciptaan dan pemeliharaan sistem pengukuran kinerja. Komunikasi sebaiknya dari berbagai arah, berasal dari top-down, bottom-up dan secara horizontal berada di dalam dan lintas organisasi. Price & Azhariman (dalam Dani, 2016: 193) mengartikan komunikasi organisasi sebagai transmisi berita tentang pekerjaan dari organisasi kepada karyawan dan melalui karyawan.

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi, baik dalam kelompok formal maupun kelompok informal organisasi Devito (dalam Katuuk dkk, 2016: 4). Sedangkan Wiryanto (dalam Katuuk dkk, 2016: 4), komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu ingin berbicara, bertukar pikiran, mengirim dan menerima informasi, berbagi pengalaman, bekerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan, dll. Kemampuan berkomunikasi dalam suatu organisasi merupakan salah satu keterampilan terpenting bagi para pengurus dan anggota.

## **b. Fungsi Komunikasi Organisasi**

Mcgrat dan Bates (dalam Napitupulu, 2019: 3), menjelaskan bahwa Salah satu prinsip terpenting dalam menentukan keberhasilan sebuah organisasi adalah kemampuan berkoordinasi antara atasan dan bawahan. Secara sederhana, Saefullah (dalam Napitupulu, 2019: 3) menjelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Perubahan sosial (*social change*)

Komunikasi organisasi menjadi alat paling strategis dalam menjalankan berbagai kegiatan organisasi sehingga tugas pokok dan fungsinya dapat terlaksana dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Gibs dan Hotgetts sebagaimana yang dikutip oleh Syafaruddin (dalam Napitupulu, 2019: 4) bahwa ada empat jenis komunikasi dalam organisasi dilihat dari penggunaan chanel maka proses informasi, yaitu terdiri dari:

1. Komunikasi dari atasan kepada bawahan (*downward communication*)
2. Komunikasi dari bawahan kepada pimpinan (*upward communication*)
3. Komunikasi Horizontal (komunikasi pada level yang sama dalam organisasi)
4. Komunikasi Diagonal (komunikasi individu dalam level dan bidang berbeda).

*Downward Communication* adalah komunikasi yang mengalir dari manajer kepada pegawai. Proses komunikasi ini digunakan untuk menginformasikan, bersifat langsung, berkoordinasi dan mengevaluasi pegawai.

Ketika manajer menyusun sasaran kepada pegawai mereka maka digunakan komunikasi dari atas ke bawah. Mereka juga menggunakan komunikasi dari atas ke bawah ketika membagi tugas kepada pegawai, memberi informasi tentang kebijakan dan prosedur organisasi, memaparkan masalah yang perlu mendapat perhatian atau mengevaluasi kinerja. Komunikasi dari atas ke bawah dapat dilaksanakan melalui metode komunikasi tertentu.

*Upward communication* adalah komunikasi yang mengalir dari pegawai kepada manajer. Komunikasi ini menjaga manajer menyadari bagaimana perasaan pegawai atas pekerjaan mereka, teman kerjanya, dan organisasi secara umum. Para manajer juga melaksanakan komunikasi dari bawah ke atas untuk menerima gagasan-gagasan tentang bagaimana sesuatu pekerjaan, sarana dan prasarana, fasilitas, layanan dapat ditingkatkan. Sebagai contoh komunikasi dari bawah ke atas mencakup laporan kinerja yang disiapkan oleh pegawai, kotak sasaran, survei sikap pegawai, pelanggaran prosedur, diskusi pegawai dan manajer serta kegiatan kelompok informal di kalangan pegawai yang memiliki peluang untuk mendiskusikan masalah dengan manajer mereka atau yang mewakili manajemen puncak.

Komunikasi horizontal atau lateral adalah komunikasi yang berlangsung antara orang-orang dalam level dari hirarki yang sama dalam struktur formal. Dalam kompleksitas organisasi hal merupakan hal yang penting. Banyak yang menyebutnya, kegiatan ini sebagai komunikasi lateral yang dalam sistem informal.

Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang melintasi sekaligus berbagai bidang kerja dan level-level organisasi. Seorang analisis kredit adalah orang yang mengkomunikasikan secara langsung dengan manajer pemasaran

regional tentang problem pelanggan yang dicatat bidang berbeda dan level organisasi berbeda sejatinya menggunakan komunikasi diagonal. Sebab cara ini bisa lebih efisien dan cepat, komunikasi diagonal dapat menguntungkan. Peningkatan penggunaan e-mail sebagai fasilitas komunikasi diagonal. Pada banyak organisasi, pegawai tertentu dapat berkomunikasi dengan e-mail dengan pegawai yang lain, mempertimbangkan bidang kerja organisasi dalam level yang sama, komunikasinya bahkan sampai dengan manajer level lebih tinggi (Napitupulu, 2019: 4).

Menurut Aasnawir (dalam Napitupulu, 2019: 5) Komunikasi akan menjadi efektif apabila memperhatikan tujuh faktor berikut ini, yaitu:

1. Sasaran komunikasi harus diketahui secara pasti, dengan penunjukan individu menduduki suatu posisi. Hal ini harus diberitahukan kepada anggota-anggota organisasi disertai dengan bagan organisasi.
2. Sasaran komunikasi diusahakan sependek mungkin, sehingga semakin pendek jalur komunikasi akan semakin cepat sampai kepada penerima pesan dan akan semakin sedikit salah pengertian.
3. Mempunyai saluran formal, maksudnya ada orang yang melaporkan pesan kepada orang yang telah ditetapkan.
4. Harus melalui saluran yang lengkap. Misalnya komunikasi dari atas ke bawah harus melalui setiap tingkat hierarki organisasi. Hal ini supaya tidak terjadi komunikasi yang saling bertentangan karena ada bagian organisasi yang dilompati.
5. Sumber komunikasi harus dapat dipercaya. Oleh karena itu sumber komunikasi harus dari yang berkompeten.

6. Saluran komunikasi tidak boleh diselingi/ diganggu pada waktu komunikasi itu berlangsung.
7. Sumber komunikasi dalam organisasi harus jelas.

**c. Bentuk-Bentuk Komunikasi Organisasi**

Komunikasi merupakan unsur pengikat berbagai bagian yang saling bergantung dalam sistem itu. Tanpa komunikasi tidak akan ada kegiatan yang terorganisir. Menurut Bangun (dalam Katuuk dkk, 2016: 4) bentuk-bentuk komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Tertulis

Komunikasi tertulis merupakan suatu proses dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator disandikan simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau tempat lain yang dapat dibaca dan dikirimkan kepada komunikan.

2. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan adalah proses dimana seorang komunikator berinteraksi secara lisan dengan komunikan untuk mempengaruhi tingkah laku penerima.

3. Komunikasi non-verbal

Komunikasi non-verbal merupakan bentuk komunikasi yang paling mendasar dalam komunikasi bisnis. Menurut teori antropologi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh sebagai alat berkomunikasi dengan orang lain. Namun, komunikasi nonverbal memiliki pengaruh yang lebih besar daripada komunikasi verbal. Isyarat-isyarat komunikasi nonverbal sangat penting, terutama dalam kaitannya dengan penyampaian perasaan



dan emosi seseorang. Dengan memperhatikan isyarat nonverbal, seseorang dapat mendeteksi kecurangan atau menegaskan kejujuran orang lain. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika ada seseorang yang lebih percaya pada pesan-pesan yang disampaikan melalui isyarat nonverbal daripada pesan-pesan yang disampaikan melalui isyarat. Purwanto (dalam Katuuk dkk, 2016: 5).

#### 4. Komunikasi antar pribadi

Yang dimaksud dengan komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka Cangara (dalam Katuuk dkk, 2016: 5). Komunikasi berlangsung secara dua arah/timbal balik yang dapat dilakukan tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Dalam suatu organisasi, komunikasi antarpribadi sering digunakan antar sesama anggota organisasi secara informal baik antar atasan dengan bawahan, maupun dengan sesama anggota.

### **d. Dimensi-Dimensi Komunikasi Dalam Kehidupan Komunikasi Organisasi**

#### 1. Komunikasi internal

Muhyadi (dalam Wicaksono dkk 2015: 4), mengemukakan bahwa komunikasi internal adalah proses penyampaian pesan-pesan yang berlangsung antar anggota organisasi. Antar anggota organisasi yang dimaksud adalah antar bawahan dengan pimpinan, pimpinan dengan bawahan maupun bawahan dengan bawahan, yang saling berhubungan satu dengan lainnya dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Berdasarkan teori Pace dan Faules (dalam Wicaksono dkk 2015: 4), komunikasi internal

organisasi dapat dibagi menjadi dua dimensi, yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.

- a. Komunikasi vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi dari pimpinan kepada bawahan dan dari bawahan kepada pimpinan. Dalam komunikasi vertikal, pimpinan memberikan instruksi-instruksi, petunjuk-petunjuk, informasi-informasi, dll kepada bawahannya. Sedangkan bawahan memberikan laporan-laporan, saran-saran, pengaduan-pengaduan, dan lain sebagainya dsb kepada pimpinan.
- b. Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi antara sesama seperti dari karyawan kepada karyawan, manajer kepada manajer. Pesan dalam komunikasi ini bisa mengalir di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antarbagian. Komunikasi horizontal ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa, komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi seperti komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan komunikasi antar sesama bawahan, Proses komunikasi internal ini bisa berwujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok.

## 2. Komunikasi eksternal

Ruslan (dalam Mmukaromah & Sitorus 2016: 31) mengemukakan bahwa Komunikasi eksternal berlangsung atau terjadi dua arah antara pihak organisasi/lembaga dengan pihak luar. Misalnya komunikasi dengan pihak kreditur (perbankan), rekan bisnis/usaha, pelanggan, community relations (hubungan komunitas), supplier, pemasok, kalangan pers dan pejabat pemerintah dan lain sebagainya. Katuuk dkk, (2016: 5) menyatakan bahwa Komunikasi eksternal organisasi terdiri dari jalur secara timbal balik:

- a. Komunikasi dari organisasi pada khalayak. Komunikasi ini dilaksanakan umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidaknya ada hubungan batin. Komunikasi ini dapat melalui berbagai bentuk, seperti: majalah organisasi, press release, artikel surat kabar atau majalah, pidato, film dokumenter, brosur dll.
- b. Komunikasi dari khalayak kepada organisasi. Komunikasi dari khalayak pada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa, Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Komunikasi dari khalayak pada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan dan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi.

#### **e. Partisipasi**

Pada dasarnya partisipasi didefinisikan sebagai keterlibatan mental atau pikiran dan emosi atau perasaan seseorang di dalam situasi kelompok yang mendorongnya untuk memberikan sumbangan kepada kelompok dalam usaha mencapai tujuan. Dalam berorganisasi setiap individu dapat berinteraksi dengan semua struktur yang terkait baik itu secara langsung maupun secara tidak langsung kepada organisasi yang mereka pilih. Agar dapat berinteraksi secara efektif setiap individu bisa berpartisipasi pada organisasi yang bersangkutan. menurut Santoso Sastropetro (dalam Firmansyah & Hanany, 2014: 69) adalah keikutsertaan, keterlibatan dan partisipasi.

Gordon W. Allport (dalam Firmansyah & Hanany, 2014:69) menyatakan, "The person who participates is ego-involved instead of merely task-involved" (bahwa seseorang yang berpartisipasi sebenarnya mengalami keterlibatan dirinya yang sifatnya lebih dari keterlibatan dalam pekerjaan atau tugas saja). Dengan keterlibatan dirinya itu berarti ada keterlibatan pikiran dan perasaannya. Dengan kata lain anda berpartisipasi, maka anda melakukan kegiatan itu, karena menurut pikiran anda perlu, dan bahwa perasaan anda pun menyetujui atau berkenan untuk melakukannya.

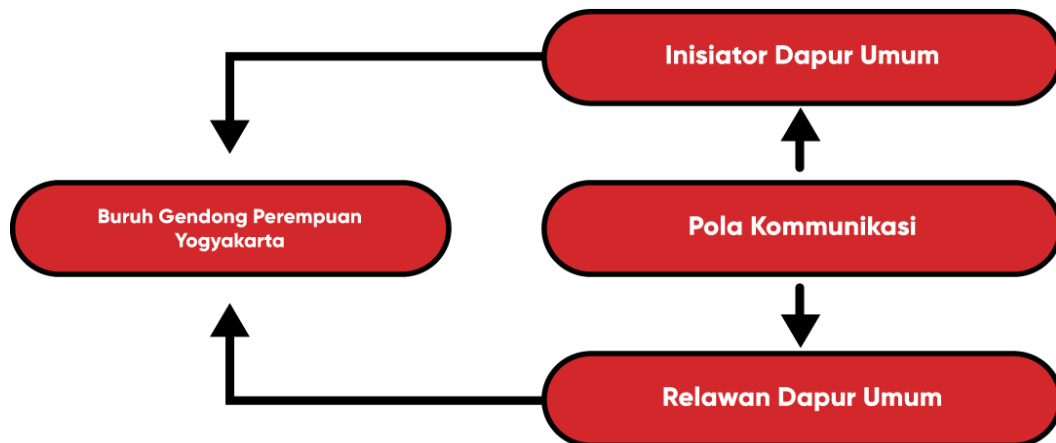
Keith Davis dan John W. Nystrom (dalam Firmansyah & Hanany, 2014: 69) menyatakan bahwa partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosional orang-orang dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk memberikan kontribusi kepada tujuan kelompok, dan berbagi tanggung jawab pencapaian tujuan itu. Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa partisipasi dapat didefinisikan sebagai keterlibatan pikiran dan emosi di dalam situasi kelompok

yang mendorongnya untuk memberikan sumbangan kepada kelompok dalam usaha mencapai tujuan.

Di dalamnya terdapat tiga buah gagasan yang penting artinya bagi para manajer atau pimpinan yang hendak menerapkan partisipasi dan kebanyakan dari mereka sependapat dengan tiga buah gagasan tersebut. Keith Davis (dalam Firmansyah & Hanany, 2014: 70) menyatakan di dalam partisipasi ada tiga buah unsur penting dan memerlukan perhatian khusus adalah:

- a. Partisipasi sesungguhnya merupakan suatu keterlibatan mental dan perasaan, lebih dari semata-mata atau hanya keterlibatan secara jasmaniah.
- b. Kesiediaan memberi sesuatu sumbangan kepada usaha mencapai tujuan kelompok. Ini berarti, bahwa terdapat rasa senang, kesukarelaan untuk membantu kelompok. Seseorang menjadi anggota kelompok dengan segala nilainya.
- c. Tanggung jawab. Unsur tersebut merupakan segi yang menonjol dari rasa menjadi anggota. Diakui sebagai anggota artinya ada rasa “sense of belongingness”.

## G. Kerangka Berpikir



**Gambar 1.6 kerangka berpikir**

Gambar di atas merupakan kerangka berpikir yang disusun penulis sebagai acuan untuk melakukan penelitian. Adapun penjelasan adalah sebagai berikut:

Pola komunikasi yang dibangun oleh inisiator dan relawan akan berdampak pada subjek dari program dapur gendong, contohnya seperti, ketika dalam penentuan menu makanan yang akan disiapkan untuk buruh gendong, inisiator dan relawan akan melakukan rapat terlebih dahulu dan dalam mengelola dana yang telah dikumpulkan dari para donatur, seperti membuka usaha tambahan (warung makan), yang kemudian hasil dari penggalangan dana tersebut akan diperuntukkan kembali ke para buruh

gendong, dalam bentuk makan siang yang dilaksanakan dari hari senin sampai dengan hari jumat.

## **H. Metode penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Tipe penelitian ini diharapkan akan menghasilkan deskripsi yang akurat mengenai pola komunikasi yang digunakan oleh dapur umum buruh gendong. Berdasarkan penjelasan penelitian deskriptif kualitatif diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya penelitian deskriptif kualitatif diawali dengan proses atau peristiwa penjelas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Dalam penelitian ini yang akan dideskripsikan adalah pola komunikasi dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta.

### **2. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti memilih salah satu gerakan sosial yang ada di tengah masyarakat, yakni dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta, yang berlokasi Condongcatur, Yogyakarta. Dapur umum buruh gendong perempuan menjadi salah satu gerakan sosial yang berdiri di masa pandemi guna untuk membantu buruh gendong perempuan yang ada di pasar tradisional Yogyakarta. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti dapur umum buruh

gendong, karena ingin mengetahui pola komunikasi yang digunakan dapur umum buruh gendong.

### **3. Sumber Data**

#### **a. Data Primer.**

Menurut Sugiyono (2016: 225) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Dalam proses wawancara ini yang menjadi informannya adalah inisiator dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta, para relawan serta beberapa buruh gendong perempuan.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melalui perantara. Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti berupa data dalam bentuk gambar yang diambil langsung dari lokasi penelitian dan gambar dari media sosial yang selalu digunakan untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung maupun yang telah dilaksanakan.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang langsung dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan. Pada tahap observasi peneliti melakukan observasi dengan cara mendatangi langsung lokasi dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta dan melihat proses komunikasi yang terjadi didalamnya. Biasanya proses yang diamati peneliti saat mereka sedang melaksanakan kegiatan, baik saat mempersiapkan makanan untuk buruh



gendong, rapat-rapat intern hingga kegiatan-kegiatan lainnya seperti nonton dan diskusi film. Tidak hanya itu, peneliti juga ikut terlibat menjadi *volunteer* untuk membantu mempersiapkan makanan yang akan dibagikan kepada buruh gendong perempuan di Yogyakarta.

#### **b. Wawancara**

Pencatatan sumber data melalui wawancara adalah kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya dalam situasi dan waktu yang berkelanjutan untuk memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Wawancara yang dilakukan dengan informan-informan yang bisa membawa peneliti pada data yang dicari. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Lexy J. Moleong, 2017:186). Bentuk data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan berbagai informan yang memiliki kapasitas di dapur umum, seperti inisiator, relawan dan buruh gendong.

#### **c. Dokumentasi**

Guba dan Lincoln (dalam Lexy J. Moleong, 2017:216), dokumen adalah setiap bahan tertulis maupun film, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen biasanya dibagi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Data yang didapat dari penelitian yakni berupa gambar yang dikumpulkan dari media sosial yang digunakan dapur umum buruh gendong untuk memperoleh dana dan juga untuk perekrutan relawan.

#### d. Teknik Pemilihan Informan

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2013:300). Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data yang diperoleh oleh peneliti tentunya berasal dari orang-orang yang mempunyai kapasitas dan orang-orang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan, yaitu inisiator dan relawan yang peneliti anggap sudah lama bergabung dan berproses di dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta.

#### Daftar informan

Nama	Pekerjaan	Usia	Keterangan
M. Berkah Gamulya	Koordinator dapur umum buruh gendong Yogyakarta	40 tahun	Pendiri dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta
Rosalia Wanda	Karyawan swasta	25 tahun	Relawan dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta
Mas Difka	Mahasiswa	24 Tahun	Relawan dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta
Ibu Haryati	Buruh gendong	53 tahun	Buruh gendong di pasar Beringharjo
Ibu Rohimin	Buruh gendong	56 Tahun	Buruh gendong pasar Giwangan

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan pada tanggal 20 September 2021 selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan pertama, analisis data sebelum memasuki lapangan. Analisis ini dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus

penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama dilapangan. Kedua, analisis data selama di lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013:334), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah Penuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan data *conclusion drawing/ verification*. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti itu berubah-ubah seiring dengan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, seperti teori yang pada awalnya yang dirasa tidak akan cocok dengan judul yang akan diangkat dan yang pada akhirnya digunakan karena sesuai dengan kasus yang ada di lapangan.

## **6. Teknik Validasi Data**

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (dalam Sugiyono, 2013:361). Agar dapat mengetahui validnya data, maka digunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat

triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda (dalam Sugiyono, 2013:369-371). Dalam penelitian ini peneliti melakukan validasi data dengan cara memilih jawaban-jawaban yang sama dari beberapa narasumber. Jawaban tersebut yang dipakai oleh peneliti dalam menyajikan data hasil penelitian di dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Dan Kehidupan Sosial Kota Yogyakarta**

Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di pulau Jawa yang memiliki corak kemajuan kota yang beragam. Keberagaman tersebut dapat dilihat dari segi kebudayaan, ekonomi kreatif dan corak kehidupan masyarakat. Dijuluki sebagai kota pendidikan, Yogyakarta hadir sebagai salah satu kota dengan kontribusi perkembangan pengetahuan paling pesat di Indonesia. Selain itu, kota ini juga dapat menjadi salah satu kota yang di setiap sudutnya dapat kita saksikan kemiskinan, atau bahkan sisi kreativitasnya yang nyaris tidak memiliki batas.

Sebagai kota yang selalu dijadikan calon mahasiswa dalam menempuh pendidikan tinggi, kota ini selalu menjadi pilihan yang tidak sedikitnya bagi setiap mahasiswa. Menurut Badan Pusat Statistik DIY tahun 2019, jumlah perguruan tinggi di Yogyakarta mencapai angka 110, diantaranya terdiri dari perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta, (BPS-DIY 2019, Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa-mahasiswi, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi/Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta, tahun 2019, diakses tanggal 18 juli 2022). Memiliki jumlah sekolah tinggi yang tidak terbatas serta berbagai lintas jurusan dan disiplin ilmu, sudah tentu membuat peredaran ilmu pengetahuan di kota ini semakin pesat seiring berjalannya waktu, diikuti tumbuh-kembangnya berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), organisasi kepemudaan hingga komunitas dan gerakan sosial.

Sejak munculnya Pandemi *Covid-19* pada akhir tahun 2019, dan menyebar dengan cepat hanya dalam kurun waktu 3 bulan di kurang lebih 100 Negara di dunia

(WHO, 2020), Yogyakarta menjadi salah satu kota yang mendapatkan dampak paling serius dalam berbagai aspek kehidupan. Di aspek ekonomi, karena macetnya industri dan karena kebijakan karantina wilayah dan PSBB, tidak sedikit perusahaan yang kemudian merumahkan karyawannya. PHK Massal terjadi dimana-mana, UMKM, pasar rakyat sampai pada para pedagang asongan terpaksa harus menghentikan aktivitas sehari-hari dalam mencari rejeki, (<https://www.antaraneews.com/berita/1451600/dampak-Covid-19-sebanyak-1488-pekerja-di-yogyakarta-dirumahkan>, diakses tanggal 18 juli 2022).

Kebijakan di awal pandemi pada tahun 2020 silam kemudian berujung pada merosotnya pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta. Pertumbuhan ekonomi di DIY merosot hingga 2,69% dari yang semula adalah 13,49% (Badan Pusat Statistik, 2020). Melemasnya perputaran ekonomi di tingkatan masyarakat akibat kebijakan ini, memberikan dampak sampai pada sisi kemanusiaan. Hal ini kemudian membuat hampir sebagian besar masyarakat di Yogyakarta menggantungkan hidup pada bantuan pemerintah, seiring tidak meratanya bantuan yang kemudian disalurkan ke setiap wilayah.

Jalan terakhir yang ditempuh dengan memahami bahwa Yogyakarta selain memproduksi gagasan dan pengetahuan selama republik ini ada, maka gerakan bersama masyarakat mulai muncul dimana-mana. Solidaritas pangan Yogyakarta misalnya, memulai inisiatif dengan berusaha menjadi lumbung penyumbang pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Target yang disasar sepenuhnya pada masyarakat. Di samping itu, ada juga desa seperti panggunharjo yang memanfaatkan BUMdes dan modal sosial desa untuk bertahan di dalam situasi pandemi *Covid-19*.

Pada level struktural, upaya untuk mengatasi situasi krisis di tingkat lokal memang dilakukan semaksimal mungkin oleh pemerintah. Hal ini dapat kita lihat

dengan bagaimana pemerintah mensupport berbagai bantuan melalui berbagai instansi atau organisasi. Namun hal ini perlu juga kemudian dilihat, apakah bantuan ini telah benar-benar merata dan dirasakan oleh semua orang, atau justru bantuan tersebut hanya menyasar relasi di dalam struktural semata. Hal inilah yang kemudian terjadi pada para buruh gendong perempuan Yogyakarta, yang notabene adalah sebuah komunitas yang berdiri semata-mata karena narasi tentang senasib dan sepenanggungan di masa pandemi. Komunitas dengan *support system* berupa relawan yang siap mendedikasikan hidupnya dari berbagai daerah ini kemudian membuat komunitas ini hadir dengan salah satu program yang menjadi tulang punggung dalam menghidupi berbagai buruh gendong Perempuan di Yogyakarta, yaitu program dapur umum buruh gendong Yogyakarta.

## **B. Profil Dan Program Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta**

Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta merupakan salah satu gerakan sosial yang berusaha mengakomodir masalah sosial yang ada selama masa pandemi. Gerakan dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta ini juga berusaha mengisi apa yang tidak bisa dijangkau oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat, terutama dalam hal memperhatikan warga yang terdampak pandemi *Covid-19*. Dapur umum buruh gendong memperhatikan sejumlah buruh gendong di empat pasar di Yogyakarta, diantaranya pasar Beringharjo, Giwangan, Gamping dan Kranggan.

Buruh gendong perempuan Yogyakarta adalah pekerjaan yang dilakukan oleh perempuan (ibu-ibu dan lansia), mengingat para buruh gendong ini berasal dari daerah di luar Yogyakarta, dan umumnya adalah para pekerja yang hanya memiliki penghasilan 30 ribu sampai 50 perhari sebelum pandemi hingga di masa pandemi

mereka hanya mampu menghasilkan 25 ribu perhari, yang sudah terhitung mulai dari uang transportasi dan makan, maka gerakan ini berusaha mengambil inisiatif untuk mengisi bagian kosong yang ditanggung oleh beban biaya dari penghasilan mereka. Gerakan dapur umum hadir ditengah masa krisis untuk membantu meringankan beban dari para buruh gendong perempuan Yogyakarta. Bantuan yang dimaksud adalah berupa makanan yang dibagikan setiap hari senin sampai jumat dalam setiap minggu.

Gerakan dapur umum buruh gendong dimulai sejak 19 Oktober 2020 ini dipelopori oleh band *Sister in Danger* serta sekelompok warga Yogyakarta guna menyiapkan dapur umum. Gerakan dapur umum ini dulunya berada di Jl. Veteran Nomor 36, Kota Yogyakarta dengan memanfaatkan warung yang berada di daerah itu yang ditutup karena alasan pandemi. Pada 11 Januari 2021, dapur umum tahap 3 kemudian dipindahkan ke lokasi belakang Seknas Gusdurian, Jl. Sorowajan, Banguntapan Yogyakarta.

Dapur umum ini mengolah makan siang yang diberikan kepada buruh gendong perempuan secara gratis selama 5 hari/minggu sejak Oktober 2020 sampai Maret 2022. Total makan siang yang telah diberikan pada sebanyak kurang lebih 3.000 bungkus untuk 250 buruh gendong perempuan. Guna menjaga keamanan pangan, para relawan yang telah direkrut, biasanya akan mengumpulkan terlebih dahulu data para buruh gendong di empat pasar tersebut. Nasi bungkus yang telah disiapkan, berusaha dibagi pada orang yang sama setiap hari, selama 5 hari kerja para relawan.

Kegiatan filantropis ini hanya bergerak dalam segi memastikan keberlangsungan program dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta. Kegiatan yang bersifat gerakan sosial ini tidak dinaungi atau berafiliasi dengan kepentingan politik tertentu. Bermula bergabungnya para aktivis, para pemerhati dilema sosial dan relawan kemanusiaan yang ada di dalam gerakan solidaritas pangan



Jogja, memulai gerakan ini guna memastikan kesejahteraan pangan, terutama bagi para pekerja informal, tunawisma, masyarakat pra-sejahtera serta kelompok rentan lainnya.

Berkah Gamulya, salah satu aktor penting dibalik pembentukan dan penggerak dapur umum mengungkapkan bahwa

“kami tidak punya semacam struktur organisasi tertentu yang memandu kami selama proses gerakan sosial berlangsung. Kami hanya komunitas yang mengharapkan kerja kolektif, saling bahu-membahu, terutama anak-anak muda dalam mendorong perhatian kami pada masyarakat secara khusus yang memiliki kerentanan secara finansial. Aksi ini sepenuhnya merupakan kegiatan sosial yang mana dapat sedikit tidaknya membantu warga selama masa pandemi berlangsung”.

Mul menceritakan bahwa gerakan solidaritas ini memilih kelompok rentan, yaitu buruh gendong perempuan, sebab, buruh gendong perempuan sudah memiliki organisasi paguyuban sayub rukun yang didampingi Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Yasanti. Jadi, sejak awal dapur umum buruh gendong sudah menjalin komunikasi dan koordinasi dengan Yasanti dan buruh gendong, sehingga semua prosesnya lancar.

Dampak pandemi *Covid-19* berpengaruh terhadap perputaran ekonomi masyarakat kelompok rentan. Salah satu alasan berdiri dan bertahannya dapur umum ini memilih buruh gendong perempuan adalah mereka salah satu dari kelompok rentan yang terdampak pandemi. Aksi dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta masih berlangsung hingga sekarang. Dalam pengakuan relawan dan para perintis awal dapur umum ini, gerakan solidaritas seperti ini memang banyak sekali mengalami kendala, terutama untuk kesediaan pangan dan bantuan yang sebisa mungkin selalu ada dari masyarakat Indonesia. Gerakan ini memang murni dituntun oleh semboyan yang terus mereka pegang teguh, yaitu “Rakyat Bantu Rakyat.”

Gerakan “Rakyat Bantu Rakyat” muncul ke permukaan seiring munculnya pandemi *Covid-19* yang melanda dunia secara umum dan Indonesia secara khusus.

Munculnya gerakan arus bawah ini menjadi tren baru yang mengusung semangat saling bantu rakyat terhadap rakyat, dari, oleh, dan untuk rakyat, serta dikelola oleh sesama rakyat Indonesia. Adanya gerakan saling membantu ini, menunjukkan semangat berbagi peran di masa pandemi antara rakyat, tenaga medis, dan penyintas *Covid-19*.

Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta merupakan bagian dari gerakan rakyat bantu rakyat. Gerakan ini lahir sejak tahun 2020 ketika pandemi *Covid-19* baru pertama kali masuk di Indonesia. Di Yogyakarta, gerakan solidaritas rakyat bantu rakyat muncul dengan berbagai macam ekspresi, seperti dapur umum, gerakan bagi-bagi masker dan alat pelindung diri, dan pemulasaran jenazah.

Gerakan rakyat bantu rakyat hadir sebagai upaya untuk mengisi ruang kosong yang pada dasarnya tidak dilihat oleh pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan ketahanan pangan. Sebab bagi koordinator dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta mengungkapkan, negara melalui pemerintahnya tidak turut andil dalam menjamin keberlangsungan hidup masyarakat selama pandemi. Alih-alih memberikan solusi, ia menilai bahwa bantuan sosial (bansos) dan bantuan pemerintah kerap kali tidak tepat sasaran.

Apa yang dilakukan dapur umum buruh gendong Perempuan di Yogyakarta beranjak dari kegelisahan, yaitu tidak hadirnya negara dalam menyelesaikan masalah krisis dan ketahanan pangan di tengah pandemi. Namun, sampai kapan rakyat mau mengapresiasi gerakan gotong royong, saling bantu; gerakan rakyat bantu rakyat, tanpa menagih tanggung jawab yang seharusnya pemerintah dan negara penuhi? Padahal, sudah ada perangkat undang-undang yang jelas mengatur tentang tanggung jawab pemerintah di tengah pandemi. Undang-undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan, sebagai bentuk amanat konstitusi dalam melaksanakan karantina kesehatan.

Dalam pasal 8 sudah gamblang, “Setiap orang mempunyai hak mendapatkan pelayanan kesehatan dasar sesuai kebutuhan medis, kebutuhan pangan, dan kebutuhan kehidupan sehari-hari lainnya selama karantina”, dengan penafsiran sebagai, “Yang dimaksud ‘kebutuhan kehidupan’ antara lain kebutuhan pakaian dan perlengkapan mandi”. Kemudian, apa yang dimaksud dengan ‘pelayanan’ dan ‘kebutuhan’ diperinci dalam pasal 52 poin (1), “Selama penyelenggaraan Karantina Rumah, kebutuhan hidup dasar bagi orang dan makanan hewan ternak yang berada dalam karantina rumah menjadi tanggung jawab pemerintah.”

Amanat pada undang-undang ini tentu ingin menyiratkan pesan bahwa dalam masa isolasi mandiri maupun dalam keadaan pembatasan kegiatan berskala, bukan tugas dapur umum buruh gendong perempuan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Melainkan tanggung jawab pemerintah pusat, dalam hal ini Presiden Joko Widodo. Apa yang dilakukan dapur umum buruh gendong dan seluruh gerakan solidaritas rakyat bantu rakyat seantero Indonesia memang patut diapresiasi. Namun tentu saja gerakan ini tidak cukup mengakomodir seluruh tanggung jawab sosial. Tidak jalannya proses komunikasi di tingkatan pemerintah dan masyarakat bisa menjadi salah satu sebab yang perlu ditelusuri. Hal ini dimaksud agar upaya mengatasi pandemi *Covid-19* tidak mesti hadir dari negara atau gerakan rakyat bantu rakyat semata, melainkan dari semua pihak.

## DAFTAR PUSTAKA

Cangara, 2017:35-36) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers

Dani, A. K. (2016). Hubungan Komunikasi Organisasi dan Komitmen Organisasi dengan Manajemen Konflik pada Guru di Sekolah Islam Bunga Bangsa Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 4(2).

Firmansyah, H., & Hanany, L. N. H. (2014). Partisipasi Pustakawan Dalam Mencerdaskan Masyarakat. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 13(2).

Hardjana, Andre (2016). *Komunikasi Organisasi "Strategi dan Kompetensi*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

Katuuk, O. M., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(5).

Napitupulu, D. S. (2019). Komunikasi organisasi pendidikan islam. At-Ta'dib: *Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 127-136.

Mukaromah, A., & Sitorus, O. F. (2016). Komunikasi Eksternal Divisi Hubungan Masyarakat Kepolisian Republik Indonesia. *Jurnal Utilitas*, 2(1), 30-38.

Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru Pers.

Ngalimun. 2018. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset

Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

\_\_\_\_\_ (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

V.Oisiana, S. I. (2016). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Objektif dan Perspektif Subjektif* (1st ed.). Yogyakarta: Ekuilibria.

Wicaksono, A. K., & Soesatyo, Y. (2015). Hubungan Komunikasi Internal Organisasi Dengan Keefektifan Kerja Guru Dan Karyawan Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 2 TRENGGALEK. *Jurnal Administrasi Perkantoran (JPAP)*. Surabaya: *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.

*Dampak COVID-19 sebanyak 1.488 pekerja di Yogyakarta dirumahkan.* <https://www.antaraneews.com/berita/1451600/dampak-Covid-19-sebanyak-1488-pekerja-di-yogyakarta-dirumahkan>, diakses tanggal 18 Juli 2022.

*Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Pendidik (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi/Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DI Yogyakarta ditahun, 2019* <https://yogyakarta.bps.go.id/statictable/2020/07/27/137/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-agama-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-di-yogyakarta-2018-dan-2019-.html>, \_\_\_\_\_ diakses tanggal 18 Juli 2022.

*Gerakan Dapur umum buruh gendong perempuan Yogyakarta Curi Perhatian Dian Sastro,* <https://regional.kompas.com/read/2021/07/22/164551478/gerakan-dapur-umum-buruh-gendong-perempuan-yogyakarta-curi-perhatian-dian?page=all>, diakses pada tanggal 26 Juli 2022.

Lampe Ilyas, *Pola Komunikasi Gerakan Sosial Komunitas Sekitar Tambang Migas Tiaka: Refleksi Identitas Etnik* (*Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 5, Juli 2018, hlm 860-873)

Sentosa Amrin, *Pola komunikasi Dalam Proses Interaksi Sosial Di Pondok Pesantren Nurul Islam Samarinda* (*eJournal Ilmu Komunikasi*, 2015, 3 (3): 491-503 ISSN 0000-0000, [ejournal.](http://ejournal.))

Azeharie Suzy, *Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri*. (*Jurnal Komunikasi* ISSN 2085-1979 Vol. 7, No. 2, Desember, 2015, Hal 207 – 223).