

Budaya Me-rumah Diaspora Jawa Tengah pelaku usaha kuliner bakso di Kota Mataram = Housing Culture of bakso selling Javanese Diaspora in Mataram, Indonesia

Lale Garjita Kusumaring Puji, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524839&lokasi=lokal>

Abstrak

Tulisan ini akan mengisi celah dengan membahas irisan dari konsep proses me-rumah, diaspora Jawa Tengah, dan pelaku usaha kuliner bakso. Keterkaitan ketiga konsep ini, peneliti sebut sebagai budaya me-rumah. Diaspora Jawa Tengah membawa budaya mereka —salah satunya adalah kuliner— ke tanah rantau dengan tujuan mencari lahan usaha baru untuk menstabilkan perekonomian keluarga. Salah satu kota tujuan dari diaspora Jawa Tengah pelaku usaha kuliner bakso adalah Kota Mataram.

Di daerah tujuan mereka, diaspora melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap rumah yang dipengaruhi oleh aktivitas keseharian serta budaya yang mereka bawa dari daerah asal. Pengamatan pada ranah privat berupa rumah membuat pendekatan etnografi yang dilakukan terhadap diaspora perlu melalui penyesuaian. Etnografi yang dipraktikkan adalah etnografi berbasis kunjungan dengan jangka waktu pendek namun intensif. Untuk menjaga kualitas kedalaman datanya, peneliti mengkombinasikan wawancara semi-terstruktur, tur rumah yang dipandu oleh informan, dan pemetaan aktivitas keseharian secara partisipatif. Melalui penelitian ini, diketahui budaya yang masih dilakukan oleh diaspora dan meruang di hunian mereka sangat berkaitan erat dengan etos kerja dan bidang usaha yang dibawa. Ruang kuliner diaspora yang terbentuk tidak hanya berperan dalam kegiatan ekonomi, namun juga dalam kegiatan sosial, yaitu berupa area jualan yang berupa gerobak, area makan pelanggan, halaman, dan dapur.

.....This article dicusses the process of home-making by the Central Javanese diaspora through their meatball culinary activity. They bring culture from their homeland which is culinary to their destination for increasing their economic condition. The City of Mataram, West Nusa Tenggara is one of the favorite destinations, since the motorbike grand prix race in Mandalika.

The diaspora adjusts their homes according to their daily activities and the culture from their homeland. The housing culture observation took place within their private realm resulting adjustments in the ethnographic data collection methods, which is called visit-based ethnography, with a short but intensive period of time. The researcher combined semi-structured interviews, house tours guided by informants, and participatory mapping of daily activities to maintain the quality of the depth of the data.

This research identifies that culture plays a pivotal role in the housing adjustment of the diasporas and performed by them shows their great work ethic and their field of business. The diaspora culinary space within their home does not only play a role in economic activities, but also in social activities, namely in the form of rombongan or product-loaded cart, customer dining area, courtyards and kitchens.