

Evita Istina Martha. Ilmu Komunikasi. Komunikasi Kelompok Tani Cabe Jamu di Kabupaten Sumenep

ABSTRAK

Cabe Jawa atau yang lebih dikenal dengan istilah Cabe Jamu yang memiliki istilah (*Piper Retrofractrum Vahl*) merupakan salah satu jenis rempah yang dapat diolah menjadi sebuah produk. Cabe Jamu ini tersebar diseluruh Pulau Madura bahkan Indonesia. Persebaran yang di Pulau Madura sendiri itu terdapat di empat kabupaten, yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep. Cabe Jamu yang ada di Pulau Madura ini sudah termasuk salah satu komoditi yang bernilai ekspor.

Terdapat perumusan masalah yaitu Bagaimana komunikasi kelompok tani Cabe Jamu di Kabupaten Sumenep. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui komunikasi kelompok tani Cabe Jamu di Kabupaten Sumenep dengan melihat segmentasi pasar, menentukan target pemasaran, dan memposisikan apabila Cabe Jamu tersebut menjadi suatu produk.

Metode yang digunakan menggunakan metode peninjauan langsung serta metode diskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan pengamatan secara langsung, wawancara, pengamatan publik, dan dokumentasi, hal ini dilakukan untuk mendapat data yang relevan. Untuk wawancara dilakukan ke beberapa petani ada yang sekaligus menjadi pengepul, Dinas Pertanian dan juga Dinas Perdagangan.

Hasil yang didapatkan ialah dari segi komunikasi kelompok petani ini didapatkan dari 4 aspek yaitu produk Cabe Jamu yang dijual baik dari segi Cabe Jamu basah, Cabe Jamu kering dan produk kopi Cabe Jamu; untuk harga juga bervariasi, untuk Cabe Jamu basah sekitar Rp. 20.000,-, Cabe Jamu kering sekitar Rp. 70.000,- dan produk kopi Cabe Jamu sekitar Rp. 15.000,-; tempat pembudidayaan maupun produksinya berada di wilayah Kecamatan Saronggi dan Kecamatan Bluto, dan juga beberapa tempat yang berada di Kabupaten Sumenep; untuk masyarakat yang mengkonsumsi Cabe Jamu ini memiliki iklim yang dingin; dan promosi ialah masih menggunakan teknik mulut ke mulut karena masyarakat kurang memahami penggunaan media untuk pemasaran. Selain itu dari potensi penjualan Cabe Jamu ini sangat besar, bukan hanya Cabe Jamu kering saja yang ada saat ini, namun juga beberapa masyarakat sudah bisa mengembangkan Cabe Jamu ini dalam bentuk suatu produk yaitu produk kopi Cabe Jamu. Untuk hambatannya kurang keterlibatannya pemerintahan terhadap proses pemasaran Cabe Jamu ini.

Kata Kunci : Cabe Jamu, Komunikasi, Kabupaten Sumenep, Pagar Batu, Lobuk

Evita Istina Martha. Communication Studies. . Communication of Long pepper farmer groups in Sumenep District

ABSTRACT

Javanese chili or better known as Cabe Jamu which has the term (Piper Retrofractrum Vahl) is one type of spice that can be processed into a product. This Long pepper is spread throughout Madura Island and even Indonesia. The distribution on Madura Island itself is found in four districts, namely Bangkalan Regency, Sampang Regency, Pamekasan Regency and Sumenep Regency. Jamu chili on Madura Island is already one of the export-valued commodities.

There is a problem formulation, namely how the communication of the Long pepper farmer group in Sumenep Regency. The purpose of the research is to find out the communication of Long pepper farmer groups in Sumenep District by looking at market segmentation, determining marketing targets, and positioning if the long pepper becomes a product.

The method used uses direct observation methods and qualitative descriptive methods. The data collection technique is done direct observation, interviews, public observation, and documentation, this is done to get relevant data. Interviews were conducted with several farmers who were also collectors, the Agriculture Office and also the Trade Office.

The results obtained are in terms of the communication of this group of farmers obtained from 4 aspects, namely the long pepper products sold both in terms of wet Long pepper, dry Long pepper and Long pepper coffee products; for prices also vary, for wet Long pepper around Rp. 20,000, dry long pepper around Rp. 70,000, and long pepper coffee products around Rp. 15. 000,-; the place of cultivation and production is in the Saronggi District and Bluto District areas, and also several places in the Sumenep Regency; for people who consume this long pepper has a cold climate; and promotion is still using word of mouth techniques because people do not understand the use of media for marketing. In addition, the sales potential of this long pepper is very large, not only the dried long pepper that exists today, but also some people have been able to develop this long pepper in the form of a product, namely long pepper coffee products. The obstacle is the lack of government involvement in the marketing process of this long pepper.

Keywords : Long pepper, communications, Sumenep Regency, Pagar Batu, Lobuk