

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki beragam budaya yang termasuk dalam kekayaan budaya pangan setiap daerah. Budaya pangan lokal merujuk pada makanan pokok yang berasal dari tanaman yang tumbuh di daerah tempat masyarakat tersebut tinggal. Dengan kata lain, bahan makanan pokok tersebut dapat ditemukan di sekitar lingkungan mereka tanpa harus mengimpor dari daerah lain. Budaya pangan lokal juga terkait dengan kelompok etnis atau budaya tertentu, karena bahan dan cara pembuatan makanan tersebut tidak terlepas dari sistem kepercayaan dan sosial budaya kelompok tersebut. Inilah yang membuat budaya pangan lokal di Indonesia memiliki keunikan tersendiri. Salah satu contoh konteks budaya yang menggambarkan kesatuan antara budaya pangan lokal dan suatu etnis adalah konsep "Tri Hita Karana". Konsep ini memandang tanaman sebagai sumber pangan dan juga digunakan dalam upacara keagamaan. Dari gambaran ini, dapat dipahami bahwa bahan pangan memiliki makna religius dan mencerminkan kearifan lokal suatu masyarakat (Budi, 2008).

Budaya pangan memang selalu menjadi sebuah satu kesatuan dari sistem kepercayaan kelompok, seperti halnya kita lebih condong memandang suatu bangsa atau etnis lain dari kebiasaan apa yang mereka konsumsi dan yang menjadi budaya makan mereka. Studi makanan dalam budaya memang mengarah pada perilaku atau sebuah kebiasaan perilaku masyarakatnya, secara tidak langsung dalam berhubungan atau bergaul antar suku bangsa telah membentuk sebuah pandangan atau stereotip kelompok masyarakat berdasarkan budaya makan, bukan hanya stereotip terhadap budaya makan tradisional melainkan juga budaya makan moderen (Hidayah, 2010). Seperti halnya bahwa saat kita melihat keju adalah sebuah bahan makanan yang sangat eksklusif, secara tidak langsung kita akan memandang orang barat adalah orang-orang dengan etnis suku yang memiliki gaya hidup eksklusif serta mewah, dari sinilah budaya makan setiap etnis dapat menggambarkan kearifan budayanya dan membentuk

stereotype dari sebuah kelompok masyarakat. Apa yang kita makan akan menentukan siapa diri kita, berasal dari manakah kita, dari suku mana kita berasal.

Dari gambaran di atas dapat kita lihat bahwa setiap daerah memiliki kuliner khasnya masing-masing, bahkan beberapa daerah di Indonesia memiliki makanan pokok selain beras, seperti sagu dan juga umbi-umbian yang menjadi budaya pangan dari masyarakat maluku dan papua di NTT, sementara itu masyarakat jawa lebih kepada singkong dan juga jagung, ini juga dipengaruhi oleh historis setiap daerah masing-masing, mengapa mereka memiliki berbagai jenis budaya pangan. Budaya pangan lokal masyarakat Madura adalah beras yang diselingi oleh jagung atau bisa disebut juga nasi “*empok*” (nasi jagung), karena daerah penghasil jagung terbesar terdapat di Jawa Timur, dan salah satunya berada di daerah Madura. Jagung adalah komoditas pangan kedua setelah padi dan sumber kalori atau makanan pengganti beras dengan area terluas di kabupaten Pamekasan. Berdasarkan data BPS (2013) luas areal tanaman jagung di Kabupaten Pamekasan mencapai 40.272 Ha. Nasi jagung jadi santapan khas madura berkat melimpahnya produksi jagung di Madura, selain tercatat sebagai salah satu daerah penghasil jagung terbesar di Indonesia, Madura juga terkenal sebagai daerah penghasil komoditas jagung berkualitas baik karena tanahnya yang kering sangat cocok untuk jagung dan olahan nasi jagung sendiri hampir dapat ditemukan di seluruh pelosok Madura. Oleh sebab itulah budaya pangan lokal Madura adalah jagung yang menjadi selingan beras.

Nasi jagung sendiri sudah menyebar luas bahkan bukan hanya di Madura tetapi juga diluar madura. Nasi jagung memiliki nilai atau latar belakang yang unik, Pada zaman dahulu di saat masa tanam beras atau padi cukup sulit, kebanyakan orang tidak dapat memakan nasi sebagai makanan yang eksklusif dikarenakan masa *paceklik* (masa sulit tanam), sehingga tanaman yang mudah tumbuh dan sangat subur di tanah yang kering adalah jagung, oleh sebab itu jagung menjadi sebuah bahan olahan selingan bersama beras. meskipun nasi jagung dipandang sebagai makanan masyarakat kurang mampu atau menengah kebawah dan juga tercipta saat zaman sedang susah, akan tetapi nasi jagung sendiri memiliki gizi yang sangat tinggi. Jagung sendiri memiliki energi

yang dapat dikatakan seperti beras, dalam segi protein jagung memiliki kadar yang lebih tinggi dibandingkan dari beras. Dalam 100 gram jagung memiliki kadar air sebesar 24 gram, kadar kalori 307 gram, kadar protein 7,9 gram, kadar lemak 3,4 gram, serta kadar karbohidrat sebesar 63,6 gram (Rukmana, 1997).

Jika memandang dari budaya makan, jagung adalah identitas dari suku Madura, Madura sendiri adalah penghasil jagung terbaik se-Jawa Timur, tak hanya itu, Madura adalah daerah yang sangat potensial bagi jagung untuk tumbuh dan di budidayakan, sebab itu dapat dikatakan bahwa budaya pangan lokal masyarakat Madura adalah jagung, Tetapi Seiring berjalannya waktu budaya pangan lokal di Indonesia mengalami perubahan, termasuk di-Madura sendiri. Berbagai faktor mendukung hilangnya konsumsi budaya pangan lokal, selain memang sifat dari budaya yang dinamis dan selalu berubah, revolusi hijau yang terjadi pada masa Orde Baru juga mendukung pergeseran budaya pangan lokal (jagung, umbi-umbian, dll) menjadi budaya pangan nasional (beras). Pada tahun 1980-an, budaya pangan lokal bergeser, dari sebelumnya setiap daerah memiliki makanan pokok nya masing-masing, beralih pada makanan pokok beras, pada saat Indonesia mencapai swasembada beras ini terjadi pada tahun 1984. Pola pangan pokok masyarakat yang berubah mengikuti program pembangunan pertanian yang cukup massif (revolusi hijau) yang dimana pembangunan ini berorientasi pada beras pada masa Orde Baru.

Kenaikan produksi padi (18 Juta ton) mulai menanjak sejak periode 1969-1980 dengan laju 5,6 persen, pada 1980-1984 dengan laju 7,1 persen, dan pada 1984-1992 rata-rata 3,3 persen per tahun. Konsumsi pangan nasional (beras) terus meningkat dan sejak awal tahun 2000an, hampir seratus persen masyarakat Indonesia mengonsumsi beras (Ariani, 2016). Pada tahap inilah di Indonesia mulai muncul budaya pangan nasional atau budaya mengonsumsi beras, bisa disebut juga sebagai 'Berasisasi' (Simatupang, 2012). Ini mengakibatkan pandangan masyarakat menjadikan bahwa padi adalah sebuah stereotip yang melekat dengan daerah atau rakyat yang Makmur, sehingga budaya pangan lokal seperti olahan sagu, jagung, dan singkong lambat laun hilang.

Stereotip itu terus berkembang, dan mengakibatkan budaya pangan lokal lambat laun tergeser oleh budaya pangan nasional, dapat dilihat bahwa dewasa ini masyarakat lebih banyak mengonsumsi beras ketimbang budaya pangan lokal yang sangat berpotensi tumbuh di daerah mereka masing-masing. Madura sendiri juga sudah mulai kehilangan budaya pangan lokal nya dikarenakan masyarakat lokal Madura lebih senang mengonsumsi beras ketimbang jagung, dimana jagung sendiri sangat potensial tumbuh di daerah yang minim air seperti di Madura. Observasi menunjukkan bahwa hanya masyarakat yang memiliki ladang jagung sendiri yang mengonsumsi nasi jagung sebagai makanan pokok mereka, sedangkan beberapa masyarakat di kota sudah bergeser menuju beras sebagai makanan pokok. Bahkan tak hanya beras yang menggeser budaya pangan lokal, akan tetapi makanan siap jadi juga mulai menggeser budaya pangan masyarakat, terutama pada masyarakat yang bertempat tinggal diperkotaan.

Generasi muda juga sudah mulai enggan mengonsumsi nasi jagung sebagai makanan pokok atau makanan favorit mereka, ini dikarenakan beberapa dari mereka menganggap nasi jagung sudah kuno dengan berbagai alasan seperti bahwa mereka tidak suka dengan tekstur jagung yang kasar, hal ini menandakan bahwa sudah mulai hilang nya identitas *culture* masyarakat Madura. Jika budaya pangan mulai hilang dan dilupakan, Tidak hanya kehilangan identitas *culture* sebagai suatu suku, tetapi ini juga akan berdampak terhadap ketahanan pangan dari suatu daerah itu, dikarenakan yang awal nya setiap daerah memiliki budaya pangan lokal mereka, tetapi dengan adanya pergeseran pangan dari budaya pangan lokal menjadi budaya pangan nasional mengakibatkan semua bergantung pada beras atau budaya pangan nasional itu sendiri, sewaktu-waktu mengakibatkan Indonesia tidak bisa memenuhi kebutuhan beras dari masyarakat nya dan harus mengekspor beras dari negara lain, sedangkan kita adalah sebuah negara agraris dengan berbagai budaya pangan lokal yang dapat mencukupi setiap daerah di negara Indonesia tanpa harus bergantung dengan negara lain. disisi lain keberadaan nasi jagung sebagai identitas makanan khas madura atau yang dapat

dikatakan sebagai budaya pangan lokal masyarakat madura, itu adalah hal yang sangat penting, terutama bagi masyarakat pelaku wisata madura, hal ini merupakan ujung tombak dalam mengenalkan wisata madura, terutama pengenalan lewat bidang kuliner.

Sehingga dalam konteks ini, diperlukan penggalan terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh masyarakat pelaku wisata madura tersebut, dikarenakan hal ini yang bertujuan untuk mengembalikan, meningkatkan, dan membangun citra suatu entitas, agar entitas tersebut lebih dikenal dan terkenal di kalangan *audiens* yang dituju. (Wijaya, 2013) menyatakan bahwa branding adalah sebuah proses yang tidak terjadi secara instan, melainkan memerlukan sebuah kegiatan berkelanjutan untuk mencapai penerimaan merek yang lebih baik dari konsumen atau terus meningkatkan citra merek secara berkelanjutan (*continuous improvement*). Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan branding memerlukan strategi yang baik dalam penyelenggaraannya. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa nasi jagung telah kehilangan citranya sebagai bagian dari budaya pangan lokal di masyarakat Madura. Hal ini dapat dilihat dari menurunnya eksistensi nasi jagung, yang terbukti melalui observasi peneliti terhadap masyarakat lokal Madura, terutama generasi muda, yang semakin enggan mengonsumsi nasi jagung sebagai bagian dari budaya pangan lokal mereka. Mereka lebih cenderung memilih mengonsumsi nasi putih atau beras sebagai makanan pokok, karena telah terbiasa dengan pilihan tersebut sejak kecil.

Oleh sebab itu dirumuskannya judul “Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Madura” oleh peneliti dengan tujuan untuk menggali upaya-upaya yang dilakukan oleh masyarakat pelaku wisata dalam mengembalikan eksistensi nasi jagung sebagai bagian dari budaya pangan lokal masyarakat Madura. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tahap atau tingkat keberhasilan branding yang telah dilakukan oleh masyarakat Madura dalam usaha mengembalikan eksistensi dan citra positif nasi jagung sebagai bagian dari identitas kuliner lokal, dengan melihat berbagai kendala yang dihadapinya.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Masyarakat Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Madura.

1.4. Manfaat Penelitian

Dituliskannya penelitian ini yang berjudul Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Madura agar dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberi sebuah manfaat terhadap pendalaman ilmu komunikasi, terlebih lagi tentang Strategi Komunikasi apa yang di gunakan oleh masyarakat pelaku wisata madura dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Masyarakat Madura.

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi budaya pangan lokal masyarakat Madura, peneliti juga berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat luas mengenai betapa penting nya sebuah budaya pangan lokal sebagai identitas *culture* suatu daerah dan juga bagaimana sebuah Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Madura.