

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Penjual Acik (minuman beralkohol khas Bangkalan) Di Antara Masyarakat Madura Yang Agamis. Bangkalan adalah kota yang agamis. Hal ini bisa dilihat dengan banyaknya masjid di kota Bangkalan dan mayoritas masyarakatnya beragama islam. Acik adalah minuman beralkohol khas Bangkalan. Di sini kita akan mengetahui bagaimana minuman Acik bisa bertahan di tengah masyarakat Madura yang agamis.

Hasil dari penelitian ini adalah seorang penjual Acik (minuman beralkohol khas bangkalan) mengatakan kepada masyarakat yang tidak setuju dengan adanya Acik bahwa Acik adalah jamu, sedangkan dengan masyarakat yang setuju penjual Acik mengatakan bahwa itu adalah Acik. Pada penelitian ini penjual Acik telah menggunakan strategi komunikasi untuk mengelabui masyarakat agar mendapatkan keuntungan bagi dirinya.

Kata Kunci : Minuman Beralkohol, Masyarakat Agamis

Abstraction

This study purposet of indouthow the Communication Strategy Seller Acik (alcoholic drinks typical Bangkalan) Among Madura society religious. Bangkalan is a religious city. This can be seen by the number of mosques in Bangkalan city and the majority of the people are Muslim. Acikis a typical alcoholic Bangkalan drink. Here we will findout how the communication strategy of the seller can be sustainable in the middle of there ligious Madurasociety.

The result of this research is the strategy of seller of Acik (alcoholic drinks typical Bangkalan) among religious madura society is the seller of Acik said that the Acik drink he sells is herbal medicine to the society which disagree with the existence of Acik while to the society who agree with the existence of Acik, he said that It is a neat. In this study the seller of Acik has used a communication strategy to trick the public in order to gain profit on him.

Keywords: Alcoholic Drink, Religious Society