

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya lokal merupakan elemen fundamental yang membentuk identitas suatu komunitas, mencerminkan kumpulan dari nilai-nilai, tradisi, serta pola hidup yang telah diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi. (Geertz, 1973) menyebut bahwa budaya merupakan *webs of significance* yang memuat makna sosial, sejarah, dan spiritualitas. Dengan demikian identitas budaya lokal tidak hanya tampak melalui ekspresi seni, bahasa, atau ritual keagamaan, melainkan juga sangat kental tercermin dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah kuliner tradisional. Identitas budaya bersifat dinamis dan terus dibentuk, diperdebatkan, serta dimaknai ulang sesuai konteks sosial, politik, dan perkembangan teknologi (Barker, 2004). Makanan khas yang diwariskan secara turun-temurun menyimpan makna yang mendalam, baik dari segi sejarah, sosial, maupun simbolis, sehingga menjadi lebih dari sekadar kebutuhan fisik saja. Dalam era digital, media sosial salah satunya Instagram menjadi ruang yang penting untuk mengonstruksi identitas budaya, di mana masyarakat dapat menampilkan, memproduksi ulang, dan merepresentasikan identitas mereka di hadapan publik secara luas. (Hall, 1997) menegaskan bahwa representasi tidak hanya cermin pasif realitas, melainkan praktik aktif membentuk makna melalui tanda, simbol, dan bahasa. Dengan kata lain, ketika identitas budaya lokal ditampilkan dalam media sosial seperti Instagram, ia bukan hanya sekedar untuk ditunjukkan, tetapi juga untuk dikonstruksi.

Akan tetapi, di tengah derasnya arus globalisasi, identitas budaya lokal menghadapi berbagai tantangan yang cukup signifikan. Salah satu dampak utama dari proses ini adalah masuknya budaya populer dan kuliner modern dari berbagai penjuru dunia yang dengan cepat menjelajah masuk ke masyarakat, termasuk juga generasi muda. Kehadiran makanan dan gaya hidup baru yang lebih praktis dan trendi sering kali menyebabkan kuliner tradisional mulai kehilangan tempatnya dan kurang diminati oleh kalangan muda yang cenderung lebih tertarik pada hal-

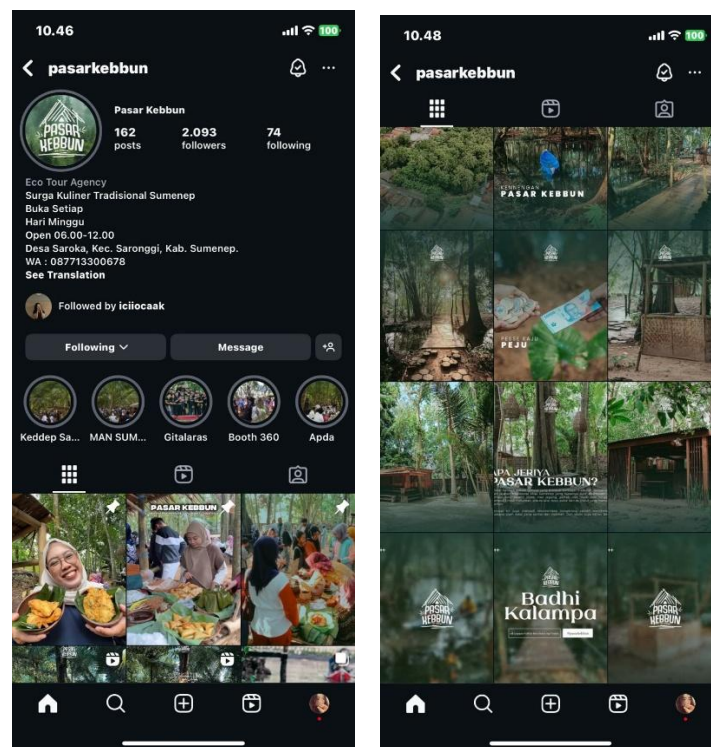
hal yang dianggap lebih modern juga kekinian. Fenomena ini sangat terasa di Sumenep, Madura, di mana perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin dinamis dan terbuka terhadap pengaruh luar membuat minat terhadap makanan tradisional seperti *palotan pendhang* dan *gettas* semakin menurun. Jika kondisi ini dibiarkan tanpa adanya upaya-upaya strategis yang terencana dan berkelanjutan, dikhawatirkan kuliner tradisional yang selama ini menjadi salah satu bagian penting dari identitas budaya lokal hanya akan tersisa sebagai artefak budaya yang dikenang dalam sejarah, tanpa lagi dipraktikkan dan dinikmati dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat. Maka dari itu, perlunya langkah-langkah konkret untuk melestarikan dan menghidupkan kembali tradisi kuliner ini agar tetap relevan dan diminati oleh generasi masa kini dan yang akan datang.

Secara umum, pasar tradisional berfungsi sebagai ruang transaksi ekonomi yang mempertemukan antara penjual dan pembeli secara tatap muka. Aktivitas yang terjadi biasanya seputar kegiatan jual beli barang atau kebutuhan sehari-hari. Orientasi utama pasar tradisional pada umumnya adalah pertukaran barang atau pun jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat tanpa adanya upaya khusus yang menghadirkan nilai budaya di dalamnya.

Berbeda dengan pasar tradisional pada umumnya, Pasar *Kebbun* hadir dengan konsep yang unik dan inovatif, karena tempat tersebut tidak hanya berfokus pada transaksi ekonomi saja, melainkan juga upaya untuk mengangkat dimensi budaya lokal. Pasar *Kebbun* tidak buka setiap hari, melainkan hanya beroperasi setiap hari Minggu saja, sehingga menciptakan momentum khusus bagi masyarakat dan wisatawan yang berkunjung. Pasar *Kebbun* secara khusus hanya menjual makanan dan minuman tradisional khas Sumenep saja. Sistem transaksinya juga unik yaitu menggunakan koin, di mana setiap pengunjung wajib menukarkan uang dengan koin yang bernilai Rp2.500 sebelum memasuki area pasar. Selain itu, Pasar *Kebbun* juga berkolaborasi dengan komunitas kesenian lokal, seperti musik tong-tong dan musik saronen, yang ditampilkan secara langsung untuk memperkuat suasana tradisional sekaligus memberikan hiburan bernuansa budaya. Dengan demikian, Pasar *Kebbun* tidak hanya menjadi tempat terjadinya jual beli saja, tetapi juga menjadi ruang representasi budaya yang

menghidupkan kembali identitas lokal melalui kuliner tradisional dan kesenian lokal, serta memperluas jangkauannya melalui promosi kreatif di Instagram.

Melalui akun Instagram resmi *@pasarkebbun*, berbagai konten berupa foto dan video yang menarik tentang kuliner tradisional khas Sumenep dan pertunjukan kesenian lokal secara konsisten ditampilkan. Pendekatan ini menjadikan akun *@pasarkebbun* tersebut tidak hanya sebagai sarana pemasaran semata, tetapi juga sebagai medium representasi budaya yang efektif dalam membangun dan memperkuat citra kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat Sumenep. Dengan demikian, Pasar *Kebun* berperan penting dalam menjaga kelestarian kuliner lokal sekaligus memperkenalkannya kepada audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital, sehingga tradisi kuliner Sumenep dapat terus hidup dan berkembang di era modern.



Gambar 1 Screenshoot akun Instagram *@pasarkebbun*

Akan tetapi, apabila ditelaah secara lebih mendalam lagi, muncul pertanyaan-pertanyaan krusial terkait dengan bagaimana representasi budaya lokal Sumenep disajikan melalui konten Instagram akun *@pasarkebbun*.

Pertanyaan utama yang perlu dikaji adalah apakah konten yang ditampilkan sudah benar-benar mencerminkan identitas budaya lokal secara menyeluruh dan autentik, ataukah konten tersebut hanya cenderung mengkomodifikasi kuliner tradisional semata demi tujuan promosi dan pemasaran. Selain itu, penting untuk memahami bagaimana bentuk narasi yang digunakan oleh akun tersebut, simbol-simbol visual yang dipilih, serta strategi komunikasi yang diterapkan dalam membingkai kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya Sumenep. Apakah narasi tersebut mampu menggambarkan nilai-nilai, sejarah, dan makna budaya yang terkandung dalam kuliner tersebut, ataukah hanya menonjolkan aspek-aspek yang bersifat komersial dan estetis? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi sangat penting karena mereka mendorong perlunya kajian kritis terhadap representasi budaya dalam konteks media sosial, di mana penyajian budaya tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium pembentukan dan penguatan identitas budaya di era digital. Dengan demikian, kajian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dari berbagai sisi mengenai dinamika pelestarian budaya lokal melalui media sosial serta akibat yang mungkin akan timbul dari proses representasi tersebut.

Selain itu, penelitian sebelumnya mengkaji tentang representasi kuliner tradisional di media sosial. Seperti (Silviana Marina & Moch. Imron Rosyidi, 2024) menyoroti peran *user generated content* dalam promosi Soto Sabreng di Instagram, sementara (Hifziati, 2017) membahas komunikasi *e-WOM* di akun *food Instagrammer* Yogyakarta. Penelitian oleh (Samiaji Rinjani, 2019) juga menggunakan teori representasi Stuart Hall untuk menelaah makanan Betawi melalui Instagram, sedangkan (Liana Rochmatul Wachidah, 2015) mengkaji tentang makanan tradisional melalui pendekatan gastrosemiotik. Dari beberapa penelitian di atas, terlihat adanya persamaan bahwa kuliner tradisional tidak hanya dilihat sebagai makanan, tetapi juga penuh akan makna budaya. Namun, perbedaan yang ada terletak pada objek, lokasi, dan metode yang digunakan dalam penelitian.

Sejauh penelusuran penulis, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji tentang representasi identitas budaya lokal Sumenep melalui akun

Instagram @pasarkebbun. Di sini merupakan letak celah penelitian (*research gap*) yang akan diisi. Penelitian ini mengharapkan kebaruan (*novelty*) dengan menggabungkan analisis identitas budaya lokal, kuliner tradisional, dan media sosial melalui pendekatan semiotika John Fiske. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru tentang bagaimana budaya lokal dikonstruksi, direpresentasikan, dan juga dinegosiasikan dalam ruang digital, serta bagaimana Instagram memiliki peran sebagai media representasi budaya lokal di era globalisasi.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai sejauh mana akun @pasarkebbun mampu merepresentasikan identitas budaya lokal Sumenep. Penelitian ini juga memiliki nilai penting dalam memberikan kontribusi teoretis terkait praktik representasi budaya di era digital, khususnya bagaimana media sosial berperan dalam membentuk dan menyebarkan makna budaya. Selain itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola pasar, komunitas budaya, serta pemerintah daerah dalam merancang dan menerapkan strategi komunikasi budaya yang lebih efektif, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Dengan pendekatan yang tepat, kuliner tradisional tidak hanya akan mampu bertahan di tengah arus modernisasi, tetapi juga dapat semakin dikenal luas, diapresiasi secara mendalam, dan diwariskan secara berkelanjutan kepada generasi berikutnya sebagai bagian dari identitas budaya yang hidup dan berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti menggunakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana representasi identitas budaya lokal Sumenep ditampilkan melalui media sosial Instagram @pasarkebbun?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana representasi identitas budaya lokal Sumenep melalui akun Instagram *@pasarkebbun*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak yang terlibat. Secara lebih rinci, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam perspektif representasi budaya dan identitas budaya di era digital.
- b. Memberikan kontribusi akademis berupa pemahaman baru mengenai bagaimana kuliner tradisional sebagai bagian dari budaya lokal direpresentasikan melalui media sosial, dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall sebagai landasan utama.
- c. Menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang menyoroti tema representasi budaya, media sosial, dan promosi kuliner tradisional dalam konteks lokal maupun global.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola Pasar Kebun, penelitian ini dapat menjadi masukan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mempromosikan kuliner tradisional melalui Instagram, sehingga mampu menarik audiens lebih luas.
- b. Bagi pelaku UMKM kuliner tradisional di Sumenep, hasil penelitian ini dapat dijadikan inspirasi dalam mengemas promosi produk dengan mengedepankan nilai budaya lokal.
- c. Bagi pemerintah daerah atau dinas kebudayaan dan pariwisata, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pelestarian budaya melalui media digital, khususnya dalam memperkuat citra Sumenep sebagai daerah yang kaya akan warisan

budaya.

- d. Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya melestarikan dan mengapresiasi kuliner tradisional sebagai identitas budaya lokal.