

ABSTRAK

Imam Alfandi Dwi putra. NIM. 190531100009. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi Jagung Sebagai Budaya Pangan Lokal Madura.

Dosen Pembimbing: Dr. Nikmah Suryandari, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa Branding dan sampai pada tahap mana Branding yang dilakukan oleh masyarakat Madura yang diwakili oleh wisata Cagar Budaya dan Wisata Pantai Camplong sebagai upaya mengembalikan eksistensi nasi jagung sebagai budaya pangan lokal masyarakat madura. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif untuk memahami dan menggambarkan bagaimana Branding yang dilakukan dan sampai pada tahap mana Branding yang telah diterapkan. Data dalam penelitian ini didapatkan peneliti dari hasil observasi, wawancara dengan pengelola wisata cagar budaya Taneyan lanjang, pengelola wisata Pantai Camplong. Kesimpulan dari penelitian ini peneliti menyatakan bahwa masyarakat Madura telah melakukan branding terhadap nasi jagung sebagai identitas budaya pangan lokal. Namun, branding ini baru mencapai tahap Brand Experience dan perlu dilakukan dengan melibatkan semua elemen masyarakat Madura, termasuk pemerintah, sektor pariwisata, dan masyarakat lokal, agar nasi jagung dapat kembali eksis, terutama di kalangan anak muda, dan menjadi budaya pangan lokal yang melekat dengan nilai budaya dan kearifan lokal Madura.

Kata Kunci: Nasi jagung, Branding, Pangan Lokal, Madura

ABSTRACT

Imam Alfandi Dwi Putra Student. NIM190531100009 Study Program: Communication Science, Faculty of Social and Cultural Sciences Thesis Title: Communication Strategies of Madura Tourism Community in Efforts to Restore the Existence of Corn Rice (Nasi Jagung) as Madura's Local Food Culture.

Supervisor: Dr. Nikmah Suryandari, S.Sos., M.Si.

This research aims to investigate the nature and extent of branding activities conducted by the Madura community, represented by the cultural heritage tourism and Camplong Beach tourism, as an effort to revive the existence of corn rice as a local culinary tradition in the Madura society. The study employs a qualitative descriptive method to comprehend and illustrate the branding strategies implemented and the level of branding that has been achieved. The data for this study were obtained through researcher's observations and interviews with the managers of Taneyan Lanjang cultural heritage tourism and Camplong Beach tourism. The research concludes that the Madura community has engaged in branding initiatives to establish corn rice as an emblem of local culinary culture. However, this branding effort has only reached the stage of Brand Experience and requires the involvement of all elements of the Madura community, including the government, the tourism sector, and the local population, to ensure the resurgence of corn rice, particularly among the younger generation, and to establish it as an enduring local culinary culture that embodies the cultural values and local wisdom of Madura.

Keywords: Corn rice, Branding, Local Cuisine, Madura.

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI MASYARAKAT PELAKU WISATA MADURA DALAM UPAYA MENGEMBALIKAN EKSISTENSI NASI JAGUNG SEBAGAI BUDAYA PANGAN LOKAL MADURA.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Identitas Budaya	7
2.2 Konsep Branding	8
2.2.1 Urgensitas Branding	12
2.2.2 Brand Strategies	13
2.3 Budaya Pangan	15
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.4.1 Deskripsi Penelitian Terdahulu	16
2.4.2 Matriks Penelitian Terdahulu	21

BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Subjek dan Objek	29
3.2.1 Subjek Penelitian.....	29
3.2.2 Objek penelitian	29
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV	34
DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN	34
4.1 Gambaran Umum Pulau Madura	34
4.1.1 Letak Geografis	34
4.1.2 Sejarah Pulau Madura	35
4.1.3 Penduduk	35
4.1.4 Pencabarian	36
4.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2.1 Wisata Pantai Camplong.....	37
4.2.2 Taneyan Lanjhang	39
4.3 Profil Informan	40
4.3.1 Informan 1	41
4.3.2 Informan 2	42
4.3.3 Informan 3	43
4.3.4 Informan 4	44
4.3.5 informan 5.....	45
4.3.6 Informan 6	46
BAB V	47
HASIL & PEMBAHASAN	47
5.1 Identitas budaya pangan masyarakat Madura	47
5.2. Strategi Komunikasi Masyarakat Pelaku Wisata Madura Dalam Upaya Mengembalikan Eksistensi Nasi jagung di Madura Sebagai Identitas Budaya Pangan	52
5.2.1. Branding melalui Cagar Budaya Tenean Lajheng di Pamekasan	55

5.2.2 Branding Nasi Jagung melalui Wisata Pantai Camplong Sampang	63
5.2.3 Pencapaian tahap Branding nasi jagung	68
BAB VI	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	81
A. Hasil Wawancara	81
Transkrip Wawancara 1	81
Transkrip Wawancara 2	88
Transkrip Wawancara 3	91
Transkrip Wawancara 4	93
Transkrip Wawancara 5	97
Transkrip Wawancara 6	102
DOKUMENTASI	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 5. 1 Produksi Jagung dan beras di Madura	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Wisata Pantai Camplong	37
Gambar 4. 2 Cagar budaya rumah Taneyan Lanjhang Pamkeasan.....	39
Gambar 4. 3 Peneliti wawancara dengan Bapak Adi selaku pengelola Wisata Cagar Budaya Temyan Lanjhang	41
Gambar 4. 4 Peneliti wawancara dengan Bapak Hasyim selaku pengelola Wisata Pantai Camplong	42
Gambar 4. 5 Peneliti wawancara mbak Hilya selaku warga lokal masyarakat Madura	44
Gambar 4. 6 Peneliti wawancara mbak Helina selaku warga lokal masyarakat Madura	45
Gambar 4. 7 Peneliti wawancara Ibu Nur Fadilah selaku warga lokal masyarakat Madura	46
Gambar 5. 1 Lumbung jagung Taneyan Lanjhang.....	49
Gambar 5. 2 Plakat Wisata Cagar Budaya Taneyan Lanjhang	55
Gambar 5. 3 Festival Budaya Taneyan Lanjhang	61
Gambar 5. 4 Artikel Event festival Budaya Taneyan Lanjhang	62
Gambar 5. 5 Plakat Wisata Cagar Budaya Taneyan Lanjhang	63
Gambar 5. 6 Pedagang Rujak di Pantai Camplong	64