MetaCommunication; Journal Of Communication Studies P-ISSN : 2356-4490
Vol 5 No 1 Maret 2020 E-ISSN : 2549-693X

MEMBANGUN CITRA BUDAYA MASYARAKAT SUMENEP MELALUI FESTIVAL MUSIK TONG-TONG

Mohammad Insan Romadhan[1)]

[1)]Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
insanromadhan@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

Sumenep is the easternmost region of the island of Madura which has a lot of potential for both natural and cultural tourism. But behind this great potential, there is one problem that needs to be considered, namely the community's stigma of the culture of the Madurese community itself. In general, the culture of Madurese people is known as a hard, firm and tend to be rough society. Even though Madurese culture is not what people generally think. It is the duty of the regional government to be able to rebuild the self-image of the Madurese community, especially Sumenep. Based on this the researcher is interested in studying the effort to build the cultural image of the Sumenep community through the tong-tong music festival. The theoretical study in this study uses the impression management theory to see the phenomenon of the use of music tongs in building the cultural image of the Sumenep community, while the Laswell communication model is used to see the use of this festival as a medium for delivering messages. This research approach uses qualitative descriptive research. The informant of this study was the head of promotion of the Department of Tourism, Youth Culture and Sports. Data collection uses interviews, observation, and documentation. The results showed that in building the cultural image of the people of Sumenep, they tended to use the ingratiation strategy (pleasing others) and the self-promotion strategy. Both of these strategies are widely applied by showing the characteristics possessed by Sumenep by using attributes that indeed show the culture of the Sumenep community. In addition, the way that is carried out through the tong music festival also contains elements of entertainment that can provide fun to others.

Keywords: *Society Culture Image, Sumenep Society, Tong-Tong Music Festival, Impression Management Theory*

ABSTRAK

Sumenep merupakan wilayah paling timur pulau madura yang memiliki banyak potensi pariwisata baik alam maupun budayanya. Akan tetapi dibalik potensi yang besar tersebut ada satu permasalahan yang perlu diperhatikan yaitu stigma masyarakat terhadap budaya masyarakat madura itu sendiri. Pada umumnya budaya masyarakat madura dikenal sebagai masyarakat yang keras, tegas dan cenderung kasar. Padahal budaya masyarakat madura tidak seperti yang dipikirkan oleh orang pada umumnya. Menjadi tugas pemerintah daerah agar dapat membangun kembali citra diri masyarakat Madura khususnya Sumenep. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai upaya membangun citra budaya masyarakat sumenep melalui festival musik tong-tong. Kajian teoritis dalam penelitian ini menggunakan teori manajemen impresi untuk melihat fenomena penggunaan musik tong-tong dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep, sedangkan model komunikasi laswell digunakan untuk melihat penggunaan festival ini sebagai media penyampaian pesan. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Informan penelitian ini kepala bagian promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep cenderung menggunakan strategi ingratiation (menyenangkan orang lain) dan Strategi self-promotion (promosi diri). Kedua strategi ini banyak diterapkan dengan cara menunjukkan karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh Sumenep dengan menggunakan atribut yang memang menunjukkan budaya masyarakat Sumenep. Selain itu cara yang dilakukan melalui festival musik tong-tong juga mengandung unsur hiburan yang dapat memberikan kesenangan kepada orang lain.

Kata Kunci: Citra Budaya Masyarakat, Masyarakat Sumenep, Festival Musik Tong-tong, Teori Manajemen Impresi

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

PENDAHULUAN

Pulau Madura dikenal dengan pulau garamnya yang terbentang luas sepanjang pesisir pantai. Tercatat pada tahun 2016 jumlah penduduk pulau madura mencapai 3.995.143 jiwa (Maduraku.com, 2016). Madura merupakan daerah kepulauan yang dimana terdapat banyak pulau yang tersebar disekitar pulau Madura seperti Kangean, Sepudi, Gili Genting, Giliyang, Gili Labak, Sepekan dan lain sebagainya. Pulau Madura sendiri terbagi ke dalam empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep.

Madura memiliki karakteristik budaya yang khas mulai dari batik tulis Madura yang memang sudah dikenal luas, dimana wisatawan berbondong-bondong ke sentra batik yang ada di Madura untuk membeli batik tulis Madura tersebut. Belum lagi budaya kerapan sapinya yang dikenal sampai ke manca negara, yang dimana dalam kerapan sapi tersebut mempertontonkan gagahnya sapi khas madura (sapi coklat) dalam beradu kecepatan di lintasan pacuan kerapan sapi, biasanya penunggang-penunggang sapi atau yang dikenal sebagai *joki* tersebut adalah pemuda yang memiliki tubuh kecil karena dianggap memiliki berat badan yang ringan sehingga sapi bisa berlari lebih kencang.

Pada beberapa tahun belakangan ini salah kuliner khas Madura yaitu bebek juga menggema dimasyarakat. Mulai dari bebek sinjay, bebek songkeng dan kuliner bebek lainnya. Tidak sedikit wisatawan yang berkunjung ke Madura hanya untuk makan di bebek sinjay dan lainnya. Bahkan banyak yang rela mengantri hanya untuk dapat menikmati kuliner bebek di Madura.

Selain budaya dan kulinernya yang khas dan dikenal pada masyarakat luas, Madura juga memiliki berbagai macam potensi wisata yang tidak kalah dengan tempat lain. Seperti Gili labak yang memiliki panorama laut yang indah disertai dengan terumbu karang yang masih terawat, Giliyang yang memiliki kadar oksigen tinggi, Pulau Sepudi yang dikenal dengan pulau sapi, Pulau Sembilan yang pantainya menyerupai angka sembilan, Pantai Lombang yang penuh dengan hamparan pasir putih yang luas dan ditumbuhi dengan pohon cemara udang dan lain sebagainya.

Dibalik berbagai potensi yang dimiliki oleh Madura ada beberapa masalah yang perlu untuk diselesaikan yaitu stigma masyaralat terhadap masyarakat madura itu sendiri. Pada umumnya budaya masyarakat madura dikenal sebagai masyarakat yang keras, tegas, jika berbicara nadanya kencang dan tidak sedikit yang menilai orang madura suka carok. Akan tetapi Menurut penelitian A. Latief Wiyata, dosen FISIP Universitas Jember yang dimuat dalam lontarmadura.com menyampaikan bahwa memang memiliki karakteristik sosial budaya (sosbud) khas yang dalam banyak hal tidak dapat disamakan dengan karakteristik sosbud masyarakat etnik lain. Suatu realitas yang tidak perlu dipungkiri bahwa karakteristik sosbud Madura cenderung dilihat

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

orang luar lebih pada sisi yang negatif (lontarmadura.com, 2011).

Kecenderungan masyarakat melihat masyarakat Madura masih melihat sisi negatif saja, padahal hal tersebut tidak sepenuhnya benar. Budaya masyarakat madura yang memang ekspresif, spontan dan terbuka memang memiliki kecenderungan untuk bereaksi dengan segala hal yang dihadapi, terutama pada perlakuan dan tindakan orang lain pada dirinya. Seperti ketika orang lain berperilaku menyenangkan, maka masyarakat Madura secara terus terang akan mengungkapkan rasa terima kasihnya ketika itu juga tanpa basa-basi. Akan tetapi sebaliknya, masyarakat Madura akan beraksi dengan spontan apabila perlakuan dan tindakan orang lain terhadapnya dianggap tidak benar dan tidak adil serta menyakitkan hati.

Hal tersebut juga terjadi pada budaya-budaya masyarakat lainnya selain masyarakat Madura, semua budaya msayarakat akan marah jika merasa dihina dan tidak dihargai, semua budaya masyarakat juga akan senang jika dihargai dan diperlakukan baik oleh orang lain, hanya respon pada setiap budaya masyarakat itulah yang membedakan antara budaya masyarakat satu dengan budaya msayarakat lainnya.

Pada satu contoh yang penulis alami misalnya, ketika penulis berkunjung ke Sumenep untuk melalukan suatu penelitian mengenai komunikasi dalam pelestarian budaya, penulis disambut dengan ramah dan baik oleh salah satu pelaku budaya yang menjadi informan peneliti, padahal ketika itu orang tersebut sedang bekerja di lahan pertaniannya dan rela untuk menghentikan aktivitasnya sejenak untuk berganti baju dan menemui penulis. Hal tersebut karena mereka merasa dihargai, jika dalam budaya jawa *diwongkan* atau diorangkan. Sehingga mereka secara spontan untuk memberikan suguhan yang terbaik yang dapat mereka suguhkan. Hal itu menjadi pandangan baru bagi peneliti terkait dengan budaya masyarakat Madura.

Akan tetapi stigma negatif terhadap masyarakat Madura memang tidak mudah untuk dihilangkan dalam masyarakat luar, untuk itu sudah menjadi tugas pemerintah khususnya pemerintah daerah untuk mencoba menghilangkan stigma tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Sumenep terkait dengan cara membangun citra budaya masyarakat Sumenep melalui festival musik tong-tong.

Peneliti mengambil objek penelitian di Sumenep dikarenakan jelas Sumenep juga merupakan salah satu bagian dari Madura. Selain itu Sumenep juga merupakan salah satu daerah yang maju di Madura dan merupakan kota metropolitan yang pertama yang ada di Madura seperti yang dituliskan dalam artikel yang berjudul "Sumenep Kota Metropolitan Pertama Di Madura" yang diunggah di plat-m.com. Yang dalam kutipannya menyampaikan bahwa dengan pesatnya perkembangan pembangunan yang ada di Sumenep. Daerah ini dengan cepat dapat menjadi pusat kota yang ramai pada era kerajaan di masa lampau dibandingkan dengan

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

perkembangan kota-kota lainnya. Maka sudah sepantasnya jika Sumenep dikatakan sebagai kota Meropolitan pertama di Madura dengan berbagai kemajuannya tersebut. (Hasan, 2019)

Penelitian ini didasari oleh penelitian peneliti sebelumnya tentang kajian pelestarian budaya musik *saronen*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Sumenep mulai mengembangkan berbagai potensi budayanya untuk ditunjukkan kepada masyarakat luas (Romadhan, 2019). Peneliti beranggapan bahwa dengan budaya maka akan membuat mata masyarakat luas dapat lebih memahami akan indahnya keberagaman budaya di Indonesia. Atas dasar hal tersebut peneliti ingin menngkaji mengenai bagaimana membangun citra masyarakat Madura melalui festival musik *tong-tong*.

Pada Penelitian ini peneliti menggunakan teori manajemen impresi sebagai sebagai pisau analisis yang utama, dimana teori manajemen impresi mengatakan bahwa dalam interaksi sosial setiap individu berupaya menampilkan gambaran dirinya atau konsep dirinya di depan orang lain, hal tersebut dapat dikatakan sebagai upaya individu yang secara sengaja menggunakan komunikasi untuk menciptakan impresi yang diinginkan dari orang lain terhadapnya (Johannson dalam Kriyantono, 2014). Berkaitan dengan asumsi dari teori manajemen impresi mengenai cara individu dalam mempresentasikan dirinya, maka Rosenfeld, Giacalone & Riordan (1994) menyebutnya sebagai teori presentasi diri.

Kriyantono (2014) dalam bukunya teori *public relations* berpendapat bahwa sama halnya dengan individu, suatu organisasi pun dapat menggunakan teori manajemen impresi ini untuk dapat mempresentasikan dirinya kepada khalayaknya. Artinya untuk membangun impresi khalayak terhadap suatu organisasi maka juga diperlukan upaya untuk mempresentasikan organisasinya.

Mendasar dari asumsi yang dijelaskan di atas maka teori manajemen impresi ini juga bisa digunakan untuk menjelaskan bagaimana cara membangun impresi orang lain atau publik terhadap budaya masyarakat tertentu. Asumsi teori dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana cara masyarakat madura dalam mempresentasikan dirinya untuk membuat impresi dari masyarakat luas sesuai dengan yang diinginkan.

Pada teori manajemen impresi, komunikasi digunakan untuk mengelola impresi orang lain terhadap diri orang tersebut (Goffman, 1956). Goffman menjelaskan komunikasi yang digunakan dibagi menjadi dua bagian, pertama yaitu komunikasi verbal yang relatif lebih mudah bagi individu untuk mengelola dan memanipulasi. Sehingga cenderung menghasilkan pesan yang sengaja disampaikan (*expression given on*). Kedua yaitu komunikasi non verbal yang relatif lebih sulit untuk dikelola dan dimanipulasi dan sering terjadi diluar kesadaran, sehingga cenderung menghasilkan pesan yang disembunyikan atau tidak sengaja disampaikan (*expression given off*)

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Pada konteks membangun citra di dalam teori manajemen impresi, komunikasi digunakan untuk mengelola impresi publik terhadap apa yang ingin dicapai organisasi tersebut. Sehingga organisasi juga dituntut untuk mengelola pesan baik itu pesan verbal yang relatif mudah untuk dimanipulasi dan pesan non verbal yang relatif sulit untuk dimanipulasi. Pesan tersebut disampaikan dengan tujuan untuk dapat membangun citra yang baik terhadap organisasinya.

Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima oleh seseorang. Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan (Karo-karo & Wijaya, 2019). Artinya citra tersebut merupakan impresi yang ditimbulkan publik atas dasar pesan yang sudah diterimanya.

Selain pesan yang jelas, media yang digunakan dalam menyampaikan pesan tersebut menentukan apakah pesan tersebut berhasil diterima atau tidak. Media yang diartikan sebagai perantara, penyampaian atau penyalur. Ropingi el Ishaq (2017) menyampaikan bahwa media adalah saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dengan kata lain media digunakan dalam berbagai aspek untuk mempermudah komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Pada zaman dahulu sebelum teknologi berkembang sangat pesat seperti sekarang ini, media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada individu ataupun kelompok masyarakat adalah melalui kentongan, atau sandi.

Artinya media penyampaian pesan tidak hanya berbicara mengenai media televisi, radio, media sosial, internet dan media-media modern lainnya. Hal apapun bisa dijadikan sebagai media penyampaikan pesan utamanya non verbal. Sebatas hal tersebut dapat digunakan sebagai perantara dalam penyampaian pesan, seperti kentongan pada jaman dahulu yang digunakan sebagai media penyampaikan pesan untuk menandakan ada maling misalnya, atau kentongan yang digunakan penjual nasi goreng untuk menandakan kehadirannya. Maka itu juga bisa digunakan sebagai media.

Hal tersebut memang biasa digunakan oleh peneliti-peneliti komunikasi dalam menjelaskan suatu proses penyampaian pesan dari sumber sampai berefek pada penerima dengan berpedoman dari model komunikasi Laswell. Model ini digunakan untuk mengetahui apa saja yang menjadi komponen-komponen dalam proses komunikasi. Maka dari itu bisa dilihat berdasarkan pernyataan yang dibuat oleh Laswell, yaitu *Who Says What In What Channel To Whom With What Effect?* Yang jika diartikan untuk melihat proses komunikasi maka perlu memperhatikan siapa komunikatornya? Dari kompenen *Who*, Pesan apa yang dinyatakan? Dari kompenen *Says What*. Media apa yang digunakan? Dari kompenen *In What Channel*. Siapa komunikannya? Dari komponen *To Whom*. Efek apa yang diharapkan? Dari komponen *With What Effect* (Moerdijati dalam

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Romadhan, 2018). Pada penelitian ini media komunikasi yang hendak peneliti teliti dalam penyampaikan pesan adalah festival musik tong-tong, dimana media festival ini digunakan sebagai media untuk membangun citra budaya masyarakat Sumenep.

Edward Jones yang mengaplikasikan konsep presentasi diri untuk menjelaskan hubungan antara perilaku individu di depan publik dan motif di balik perilaku itu. Jones membuat lima kategori atau tipologi strategi presentasi diri yang biasa dilakukan individu berdasarkan atribut yang digunakan (Metts, 2009). Selain itu tipologi ini juga berlaku untuk menjelaskan perilaku organisasi dalam mempresentasikan dirinya untuk mempengaruhi impresi publiknya (Kriyantono, 2014)

Kelima tipologi dalam upaya membangun impresi publik tersebut diantaranya yaitu strategi *ingratiation* (menyenangkan orang lain). Implementasi strategi ini organisasi bertindak sebagai pihak yang berusaha terlihat menyenangkan atau ramah. Menunjukkan emosi yang positif selama berinteraksi dengan publik.

Strategi *self-promotion (promosi diri)*. Implementasi strategi ini organisasi bertindak sebagai pihak yang berusaha terlihat sebagai organisasi yang berkompeten. Seperti menunjukkan prestasi yang sudah tercapai, kegiatan positif yang dilakukan organisasi serta menunjukkan penghargaan-penghargaan yang dicapai organisasi.

Strategi *exemplification* (sebagai contoh). Implementasi strategi ini organisasi bertindak agar dianggap layak dan dapat dijadikan panutan, model dan contoh untuk organisasi lainnya. Seperti melakukan demonstrasi kemampuan yang dimiliki, kelebihan, nilai organisasi serta integritas yang ada pada organisasi.

Strategi *Supplication (self-handicapping)*. Implementasi strategi ini organisasi bertindak sebagai organisasi yang memiliki keterbatasan dan ketidakmampuan. Organisasi berusaha menunjukkan sebagai pihak yang lemah serta menjadi korban dari permasalahan yang terjadi.

Strategi *Intimidation*. Impelemtasi strategi ini organisasi bertindak sebagai organisasi yang mempunya *power* dan memiliki kekuatan untuk mengendalikan situasi. Menunjukkan kesan-kesan yang mempresentasikan kemarahan dan keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan permasalahan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana merupakan pendekatan yang berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Kasiram, 2008). Menurut Bodgan dan Taylor penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Jenis penelitian menggunakan deskriptif. Pada umumnya merupakan

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

penelitian non hipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pecandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Suryabrata, 2018). Hal tersebut dapat diartikan jenis penelitian deskriptif merupakan rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, dimana sumber data primer didapat langsung dari informan penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini yaitu, Ronny Arif A selaku kepala bidang promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga, beberapa masyarakat Sumenep dan wisatawan yang pernah berkunjung ke Sumenep.

Teknik pengumpulan data pada data primer menggunakan wawancara dan observasi. Esterberg dalam Sugiyono (2018) mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu melalui media antara pewawancara dengan orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman. Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi. Observasi merupakan kegiatan pengumpulan data melalui pengamatan atas gejala, fenomena dan fakta empiris yang terkait dengan masalah penelitian (Musfiqon, 2012). Teknik observasi ini digunakan untuk penelitian yang target datanya berupa tingkah laku atau interaksi

Sedangkan data sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, dimana sebagian besar data berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cendramata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data jenis ini mempunyai sifat utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam (Surjaweni, 2014).

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman, dimana dalam Sugiyono (2018), menjelaskan bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data menggunakan tiga jalur analisis yaitu, pertama reduksi data, pada penelitian ini memilah-milah data yang didapat dari wawancara, observasi dan dokumentasi yang terkait dengan kajian utama dalam penelitian ini yaitu upaya membangun citra budaya masyarakat Sumenep melalui festival musik *tong-tong*.

Tahap kedua yaitu penyajian data, data yang diperoleh dikategorikan menurut pokok

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

permasalahan sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Dengan penyajian data tersebut, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Tahapan ketiga yaitu penarikan simpulan dan verifikasi, dimana dalam tahap penarikan kesimpulan awal yang diajukan masih bersifat sementara, karena hal tersebut masih berpotensi berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang bisa mendukung pada pengumpulan data selanjutnya. Akan tetapi jika kesimpulan diawal sudah didukung oleh bukti yang valid berdasarkan uji keabsahan data, maka kesimpulan yang ajukan dapat dikatakan kredibel.

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Teknik yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Musik Tong-tong

Musik tong-tong merupakan salah satu budaya musik tradisional asli Madura yang sudah turun temurun dilestarikan. Sejarah dari musik tong-tong ini dimulai ketika pada bulan Ramadhan biasanya masyarakat berkeliling desa untuk membangunkan penduduk untuk sahur. Agar bisa menggugah penduduk yang sedang tidur maka dibawalah kentongan yang terbuat dari kayu bambu, yang kemudian kentongan tersebut dipukul-pukul hingga

mengeluarkan bunyi tong-tong.

Gambar 1. Masyarakat Berpatroli Sahur
Sumber: Gunadi, 2018.

Pada awalnya musik tong-tong ini hanya mengeluarkan suara tinggi, sedang dan rendah, akan tetapi seiring perkembangannya musik tong-tong ini dimainkan bersamaam dengan alat musik lainnya. Akan tetapi cara memainkan musik tong-tong tersebut masih sama seperti awal munculnya yaitu keras bertalu-talu.

Gambar 2. Alat Musik Tong-tong
Sumber: Kamera Budaya (2016)

Cara memainkan musik yang bertalu-talu tersebut digambarkan sebagai kegembiraan yang dirasakan orang madura,

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

sehingga tujuan dari musik tersebut untuk menunjukkan kecerian dari masyarakat Sumenep. Pada perkembangannya sekarang musik tong-tong tidak hanya sekedar dimainkan dengan sebatas instrument aja, akan tetapi sekarang juga ditampilkan dalam bentuk parade seperti layaknya parede bunga di Surabaya. Dengan menggunakan penggeran motor/mobil musik tong-tong ini dikemas dengan indah berdasarkan kreatifitas dari kelompok seni masing-masing.

Gambar 3. Festival Musik Tong-tong
Sumber: DAT, 2017.

Gambar tersebut menunjukkan bahwa festival tong-tong bukan hanya menampilkan orang yang sedang memainkan alat musik kentongan akan tetapi disuguhkan dengan menampilkan satu kesatuan kesenian yang berjalan di atas motor yang dimana dihias sedemikan rupah dengan warna-warna yang cerah dan mencolok yang menunjukkan karakteristik jiwa orang Sumenep.

Musik tong-tong awalnya hanya dimainkan pada saat bulan Ramadhan, dilakukan dengan cara keliling kampung. Seperti yang peneliti sampaikan pada penelitian sebelumnya, musik tong-tong ini juga merupakan budaya musik yang keberadaan diawali karena kebiasaan masyarakat Sumenep yang gemar berpatroli dengan memainkan musik Tong-tong ketika bulan Ramadhan dengan tujuan untuk membangunkan orang sahur (Romadhan, 2019). Dari situ kemudian dikembangkanlah musik tong-tong ini dalam bentuk festival. Berikut kutipan wawancara dengan kepala bagian promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Sumenep:

> *Kami buat musik tong-tong ini dalam bentuk festival untuk menunjukkan bahwa ini loh orang Sumenep. Sedangkan untuk pelaksanaan sendiri sekarang bukan hanya pada saat bulan Puasa, tetapi di acara-acara lain setiap tahunnya pasti ada dan itu masuk dalam kalender Program Visit Sumenep. Seperti ketika Perayaan Hari Ulang Tahun Sumenep itu kita juga adakan festival musik tong-tong (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Sebenarnya musik tong-tong ini pun merupakan bagian dari kearifan lokal yang mencerminkan masyarakat Madura, khususnya Sumenep. kearifan lokal adalah hasil dari masyarakat tertentu melalui pengalaman mereka dan belum tentu dialami oleh masyarakat yang lain. Nilai-nilai tersebut akan melekat sangat kuat pada masyarakat tertentu dan nilai itu sudah melalui perjalanan waktu yang panjang, sepanjang keberadaan masyarakat itu terbentuk (Afrilia, 2018). Dalam konteks musik tong-tong, kearifan lokal ini sudah turun temurun dilakukan oleh masyarakat Sumenep dalam jangka waktu yang lama.

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

Media Festival Dalam Penyampaian Pesan

Pemanfaatan festival sebagai media penyampaian pesan dalam berbagai kegiatan di Sumenep sudah cukup sering diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga. Melalui kepala bidang promosinya menyampaikan bahwa festival memang banyak digunakan dalam acara-acara besar. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Ya, kami memang sering mengadakan acara dengan konsep festival-festival, kadang juga pameran bahkan konser. Karena memang konsep seperti itu yang sedang digandrungi oleh masyarakat sekarang (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Ketika peneliti bertanya kembali mengenai alasan dalam pemilihan konsep acara festival tersebut. Ronny Arif menyampaikan:

> *Sebelumnya kami memang melakukan studi banding ke beberapa daerah di Indonesia, dari banyuwangi, batu dan lain-lain. Kami melihat konsep festival ini lagi digandrungi oleh masyarakat, sehingga kenapa tidak kami coba lakukan di Sumenep (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Berdasarkan dari kutipan wawancara tersebut, penggunaan festival dilakukan karena memang fenomena tersebut sedang tren dikalangan daerah-daerah untuk mempromosikan potensi-potensi wisata. Sehingga membuat konsep tersebut diterapkan di Sumenep oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga.

Peneliti kemudian melanjutnya pertanyaan mengenai apakah penggunaan media festival seperti festival musik tong-tong tersebut juga dimaksudkan untuk mengenalkan dan membangun citra budaya masyarakat Sumenep itu sendiri. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Tentu bisa, kita bisa memanfaatkan animo masyarakat yang tinggi terhadap festival seperti festival musik tong-tong untuk bisa sekaligus mengenalkan bahwa ini loh orang-orang Sumenep kreatif-kreatif, hanya dengan menggunakan perangkat sederhana bisa menghasilkan karya seni yang bagus. Sehingga nantinya hal tersebut juga bisa membangun citra dari masyarakat Sumenep itu sendiri (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Ketika peneliti mengkonfirmasi ke salah satu pelaku budaya yang ada di Sumenep terkait dengan pemanfaatan festival tersebut. Berikut kutipan waawancaranya:

> *Diundang oleh pihak dinas untuk mengisi di acara-acara yang dibuat oleh dinas. Disitu nanti kami tampil ikut meramaikan acaranya (Wawancara, Moyo, Pelaku Budaya).*

Peneliti melanjutkan pernyataan apakah ada instruksi khusus dari pihak dinas terkait dengan aturan atau harus pakai baju khusus dalam acara tersebut. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Tidak ada, kami hanya diundang untuk tampil di acara yang digelar oleh dinas, kami hanya disuruh menampilkan kesenian-kesenian yang memang sering kami lakukan biasanya (Wawancara, Moyo, Pelaku Budaya).*

Berdasarkan hasil dari wawancara kedua informan tersebut dapat dijelaskan bahwa Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga berusaha membangun citra budaya masyarakat Sumenep melalui festival-festival,

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

salah satunya festival musik tong-tong. Artinya pesan-pesan dalam membangun citra ke dalam persepsi masyarakat luas dilakukan dengan memanfaatkan media festival untuk menyampaikan pesan bahwa orang Sumenep itu kreatif dan maju.

Media dalam proses penyampaian pesan memang tidak harus dalam berbentuk media konvensional seperti televisi, seperti yang sudah peneliti tekankan bahwa apapun itu bisa dijadikan media komunikasi terutama pada komunikasi nonveral ataupun komunikasi yang dinyatakan tidak langsung.

Pada model Laswell menyatakan bahwa untuk memahami proses komunikasi salah satunya dengan menjawab pernyataan *In Which Channel*. Atau melalui saluran apa? Dan dalam penelitian ini Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga menggunakan saluran festival untuk membangun citra dari budaya masyarakat Sumenep.

Strategi Membangun Citra Budaya

Sebelum masuk dalam pembahasan mengenai strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep. Penulis membahas dahulu mengenai citra yang ingin disampaikan ke dalam masyarakat. berikut kutipan wawancaranya:

> *Orang Sumenep itu ramah, terus sopan dan juga mudah kok menghargai orang lain. Orang yang berkunjung ke Sumenep pun disambut baik. Harga diri yang dimiliki oleh orang Sumenep ini sangat tinggi. Jadi wajar jika ada yang menghina mereka akan marah. Jadi jika ada yang bertikai itu karena suatu sebab, bukan seperti yang diomongkan orang-orang, memang ada sih yang begitu, tapi kan juga tidak bisa diomongkan kalau orang Madura semua seperti itu. Ya samalah dengan orang-orang di daerah lain (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa yang ingin ditekankan pada masyarakat budaya masyarakat Sumenep itu adalah budaya yang ramah, menghargai sesama dan lebih ditekankan bahwa masyarakat Sumenep juga memiliki harga diri yang tinggi. Guna membangun citra budaya masyarakat budaya yang seperti itu maka Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga memanfaatkan festival sebagai media perantara penyampaian pesannya.

Penggunaan festival sebagai media penyampaian pesan merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk mengenalkan sekaligus membangun citra masyarakat. Karena festival tersebut dipilih atas dasar pertimbangan *aware* dari masyarakat sehingga pesan yang ingin disampaikan mendapatkan perhatian yang maksimal dari penerima pesan.

Upaya membangun citra budaya masyarakat Sumenep yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga cenderung berusaha untuk menampilkan atribut-atribut budaya masyarakat Sumenep itu sendiri. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Iya, festival musik tong-tong ini diadakan secara besar-besaran ketika peringatan hari jadi Sumenep. Kami membuat suatu acara yang kemudian memberikan undangan-undangan kepada pelaku budaya kesenian musik tong-tong. Nantinya mereka yang*

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

> *menampilkan musik tong-tong sekaligus dengan atribut-atribut keseniannya masing-masing (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Ketika peneliti bertanya mengenai apakah memang atribut-atribut tersebut menunjukkan budaya Sumenep. Ronny Arif menjawab sebagai berikut:

> *Jelas itu, mereka menggunakan atribut-atribut yang memang menjadi karakteristik orang Sumenep. Seperti menggunakan warna-warna cerah, menggunakan alunan musik Sumenep. Sehingga masyarakat tahu bahwa ini loh orang Sumenep (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Berdasarkan wawancara mengenai atribut yang digunakan, bahwa memang pelaku budaya kesenian musik tong-tong tersebut menggunakan atribut yang menunjukkan karakteristik orang madura, mereka dengan percaya diri menunjukkan kepada masyarakat luas melalui acara festival tersebut bahwa ini budaya musik khas Sumenep. Sehingga orang yang melihat diharapkan dapat mengetahui bahwa orang Madura tidak hanya dikenal tukang carok saja, melainkan juga orang yang memiliki kreatifitas tinggi seperti yang ditunjukkan dalam pagelaran festival musik tong-tong.

Ketika peneliti mengkonfirmasi kepada masyarakat yang menyaksikan festival musik tong-tong. Mereka menyampaikan bahwa atribut yang ditunjukkan memang menunjukkan karakteristik dari masyarakat Madura. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Yang ditunjukkan dalam festival musik tong-tong memang Madura banget, dari cara mereka berpakaian, musiknya sampai ke pernak pernik yang digunakan kental sekali dengan nuansa Madura (Wawancara, Dina, Pengunjung Festival Musik Tong-tong).*

Selain itu ketika peneliti bertanya kepada salah satu penonton lainnya. Ia juga menjawab hampir sama dengan apa yang disampaikan oleh Dina. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Ya atribut dan gaya yang ditampilkan dalam kesenian musik tong-tong ini mencerminkan identitas masyarakat Madura yang memang enerjik (Wawancara, Yusta, Pengunjung Festival Musik Tong-tong).*

Kutipan wawancara dari kedua informan tersebut dapat diartikan bahwa festival musik tong-tong ini memang menunjukkan karakteristik masyarakat Madura khususnya Sumenep. Mereka merasa atribut yang digunakan seperti gaya musik, pakaian, pernak-pernik mewakilkan masyarakat Madura.

Mendasar pada apa yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam upayanya membangun citra budaya masyarakat Sumenep, cara yang digunakan cenderung ingin menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh masyarakat Sumenep, kelebihan tersebut ditunjukkan dengan memanfaatkan festival musik tong-tong yang memang sesuai dengan karakteristik masyarakat Sumenep.

Berkaitan dengan teori manajemen impresi, apa yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga termasuk ke dalam strategi Strategi *self-promotion (promosi diri)*. hal tersebut karena pihak dinas melakukan upaya dengan cara

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

bertindak dengan menunjukkan apa yang dimiliki oleh masyarakat Sumenep untuk di impresikan kepada masyarakat. Sehingga tujuannya agar masyarakat mengimpresikan masyarakat Sumenep sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak pengirim pesan yaitu Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga. Maka dari itu dilihat dari upayanya strategi ini termasuk ke dalam strategi Strategi *self-promotion (promosi diri)*.

Peneliti juga menanyakan apakah dengan menggunakan festival tong-tong dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep juga menekankan unsur untuk memberikan hiburan pada masyarakat. Berikut kutipannya:

> *Selain karena musik tong-tong ini lekat dekat dengan budaya masyarakat Madura, festival musik tong-tong ini juga untuk memberikan hiburan kepada masyarakat, kami membuat ini semeriah mungkin untuk bisa dinikmati oleh masyarakat luas (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Peneliti juga mencoba menanyakan mengenai tujuan memberikan hiburan tersebut juga merupakan cara agar dapat menimbulkan kesan baik pada masyarakat. Ronny Arif menyampaikan sebagai berikut:

> *Iya, karena dengan memberikan hiburan akan memberikan rasa senang pada masyarakat, masyarakat juga terhibur, sekaligus bisa menghilangkan stress mungkin ya, hahaha.. utamanya ketika orang senang maka orang tersebut akan lebih mengingat-ingat, sehingga bisa menimbulkan kesan yang positif dimata masyarakat (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga menekankan bahwa pemanfaatan festival musik tong-tong tersebut juga memberikan unsur-unsur hiburan kepada masyarakat. Agar tujuan mengenalkan citra budaya masyarakat Sumenep bisa lebih mudah tersampaikan, karena asumsinya jika orang merasa senang dan terhibur lebih mudah mengingat suatu peristiwa.

Ketika peneliti mengkonfimasi hal tersebut kepada pengunjung, apakah memang benar dengan dibuatnya acara festival musik tong-tong tersebut membuat mereka terhibur dan lebih mudah masuk dalam impresi mereka mengenai Sumenep. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Terhibur mas, seru acaranya, mirip dengan parade-parade di daerah lain, hanya kalau musik tong-tong ini kan memamerkan kentongan-kentongan dan alat-alat musik lain yang menunjukkan ciri khas orang Sumenep. Ya ingat lah, saya juga jadi ingin ikut festival-festival lainnya (Wawancara, Yusta, Pengunjung Festival Musik Tong-tong).*

Kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa memang unsur hiburan ini bisa lebih mendorong pesan yang ingin disampaikan untuk masuk ke dalam impresi masyarakat. Sehingga pesan yang ingin Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep diharapkan bisa tersampaikan dengan efektif.

Berkaitan dengan teori manajemen impresi, Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep juga menerapkan strategi *ingratiation* (menyenangkan orang lain). Karena dalam

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

strategi tersebut organisasi merupakan pihak yang berusaha menunjukkan sebagai pihak yang menyenangkan dan cara yang diimplementasikan oleh pihak Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga tersebut memberikan hiburan. Artinya ada kesamaan dengan strategi strategi *ingratiation* ini.

Sedangkan ketika peneliti menanyakan apakah dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep tersebut adakah menggunakan cara-cara yang sifatnya memaksa. Berikut kutipan wawancaranya:

> *Tidak pernah, karena kalau kami memaksakan nantinya malah citra masyarakat kita bisa buruk, jadi kami ya buat acara-acara seperti festival itu (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Pada kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa pihak Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga tidak menggunakan cara-cara yang sifatnya memaksa dan sewenang-wenang, sehingga dapat diartikan bahwa dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep tidak menggunakan strategi *Intimidation*. Karena implementasi dari strategi organisasi bertindak sebagai organisasi yang mempunya *power* dan memiliki kekuatan untuk mengendalikan situasi. Menunjukkan kesan-kesan yang mempresentasikan kemarahan dan keinginan untuk menghukum pihak lain yang menyebabkan permasalahan dan hal tersebut tidak dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga.

Peneliti juga menanyakan apakah dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga juga berusaha untuk memberikan contoh kepada pihak yang lain. Ronny Arif menyampaikan sebagai berikut:

> *Sementara ini kami membuat berbagai macam acara dengan juga mempertimbangkan apa yang sudah dilakukan oleh daerah lain, masalah menjadi contoh atau tidak biar itu berjalan dengan sendirinya (Wawancara, Ronny Arif, Kepala Bagian Promosi).*

Hasil kutipan wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep tidak menggunakan strategi *exemplification* (sebagai contoh). Karena organisasi tidak bertindak sebagai pihak yang dapat memberikan contoh kepada pihak lain.

Sedangkan untuk strategi yang terakhir yaitu strategi *supplication (self-handicapping)* peneliti beranggapan berdasarkan dari apa yang disampaikan oleh pihak Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dan juga beberapa masyarakat tidak menunjukkan adanya menerapkan strategi tersebut, karena dalam implementasinya organisasi tidak berusaha membangun citra sebagai pihak yang lemah dan tertekan. Sehingga strategi *supplication (self-handicapping)* tidak digunakan dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep.

KESIMPULAN

Upaya yang dilakukan dalam membangun citra budaya masyarakat Sumenep melalui festival musik tong-tong lebih

cenderung menerapkan strategi *ingratiation* (menyenangkan orang lain) dan Strategi *self-promotion (promosi diri)*. Kedua strategi ini banyak diterapkan dengan cara menunjukkan karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh Sumenep dengan menggunakan atribut yang memang menunjukkan budaya masyarakat Sumenep. Selain itu cara yang dilakukan melalui festival musik tong-tong juga mengandung unsur hiburan yang dapat memberikan kesenangan kepada orang lain. Sehingga dari kelima strategi dalam teori manajemen impresi kedua strategi tersebutlah yang memang cenderung dilakukan untuk membangun citra budaya masyarakat Sumenep.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.

Kriyantono, R. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal.* Jakarta: Kencana.

Musfiqon, M. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan.* Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suryabrata S. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

JURNAL

Afrilia, A.M., (2018). "City Branding Berbasis Local Wisdom Dalam Kampanye "Better Banyumas". *Jurnal MetaCommunication: Journal of Communication Studies.* Vol 3(2), Hal. 32-42.

Karo-karo, D.W., & Wijaya, L.S. (2019). "Strategi Komunikasi Visionet Dalam Membangun Citra Untuk Generasi Millenial". *Jurnal MetaCommunication: Journal of Communication Studies.* Vol 4(2), Hal. 167-181.

Romadhan, M. I. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Pelestarian Budaya Saronen Kepada Generasi Muda Di Kabupaten sumenep, *Jurnal Representament: Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*. Vol. 04(02), Hal. 70-78

Romadhan, M. I., (2019). "Festival Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya di Sumenep". *Jurnal Destinesia Hospitaliti & Pariwisata.*. Vol. 01(01), hal: 1-10.

INTERNET

DAT. (2017). Parade Musik Tong-Tong 2017 Di Sumenep. Diakses pada tanggal 8 Juni 2019 dari https://www.youtube.com/watch?v=Z7phpnDjTlI

Gunadi, S. (2018). Serunya Saat Makan Sahur di Kos. Diakses pada tanggal 21 Mei 2019 dari https://www.kompasiana.com/sutiono/5afbd210caf7db2bea7aea82/serunya-saat-makan-sahur-di-kost

Hasan, M. (2019). Sumenep Kota Metropolitan Pertama Di Madura. Diakses pada tanggal 18 Juli 2019 dari https://plat-m.com/sumenep-kota-metropolitan-pertama-di-madura/

Kamera Budaya (2016). Tong-tong Musik Tradisional Dari Madura. Diakses pada tanggal 2 Juni 2019 dari https://www.kamerabudaya.com/2016/12/tong-tong-musik-tradisional-dari-madura.html

Lontar Madura (2011). Karapan Sapi, Tradisi, Pesta, dan Prestise Rakyat Madura. Diakses pada tanggal 19 Mei 2019 dari

P-ISSN : 2356-4490
E-ISSN : 2549-693X

http://www.lontarmadura.com/ sejarah-karapan-sapi/

Lontarmadura.com (2011). Menyingkap Karakter Etnis Madura dan Kebiasaan Carok. Diakses pada tanggal 9 Mei 2019 dari http://www.lontarmadura.com/menyingkap-karakter-etnis-madura-dan-kebiasaan-carok/2/

Maduraku.com (2016). Jumlah Penduduk Madura 2016. Diakses pada tanggal 12 Juni 2019 dari https://maduraku.com/2016/08/25/jumlah-penduduk-madura-2016/