

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu dilakukan untuk memahami posisi dan kontribusi karya “*Pawon Cerita: Perancangan Special Event Pameran Foto Kuliner Tradisional sebagai Media Komunikasi Budaya di Pasar Papringan*” dalam konteks ilmu komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi budaya dan manajemen *event* berbasis partisipasi masyarakat. Penelitian oleh Wulandari dalam *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam pemajuan kebudayaan desa. Ia menemukan bahwa keberhasilan pelestarian budaya sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat sebagai pelaku, bukan hanya penerima program (Wulandari, 2024). Pandangan ini sejalan dengan gagasan karya *Pawon Cerita*, yang juga menempatkan Masyarakat dalam hal ini para pelapak dan tim Spedagi yakni sebagai bagian integral dari proses komunikasi budaya.

Selanjutnya, Martadinata, Dwimarwati, dan Safitri melalui studi tentang revitalisasi tradisi Ponan menunjukkan bahwa pelestarian budaya lokal tidak hanya memperkuat identitas sosial, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi masyarakat desa. Penelitian ini mempertegas bahwa kegiatan berbasis budaya dapat menjadi sarana komunikasi sekaligus strategi pengembangan ekonomi lokal (Martadinata & Satriawansyah, 2024). Prinsip ini juga menjadi dasar bagi *Pawon Cerita*, yang berupaya mengangkat kuliner tradisional sebagai jembatan antara nilai budaya dan aktivitas ekonomi kreatif di Pasar Papringan.

Penelitian lain oleh Bimantara dan Waradana serta Sukerti dan Marsiti memperluas pemahaman mengenai kuliner sebagai media komunikasi budaya. Bimantara dan Waradana menegaskan bahwa festival kuliner berperan penting dalam memperkuat identitas dan daya tarik wisata desa (Satria Bimantara & Kusuma Waradana, 2023), sedangkan Sukerti dan

Marsiti menyoroti kuliner tradisional sebagai bagian dari warisan budaya takbenda yang memiliki potensi wisata dan nilai edukatif (Wayan Sukerti & Istri Raka Marsiti, 2020). Kedua studi tersebut memberikan landasan bagi karya ini dalam memposisikan makanan tidak hanya sebagai produk konsumsi, melainkan juga sebagai simbol komunikasi budaya yang menyampaikan cerita, nilai, dan filosofi masyarakat lokal. Sementara itu, Klara (Sukma Klara, 2023) dan Romadhan (Romadhan, 2019) menyoroti peran stakeholder dan *event* budaya dalam membangun citra destinasi wisata. Keduanya menegaskan pentingnya kolaborasi dan strategi komunikasi lintas sektor untuk memperkuat keberlanjutan kegiatan berbasis budaya. Gagasan ini relevan dengan model kolaboratif yang diterapkan Spedagi, di mana *event* seperti *Pawon Cerita* melibatkan masyarakat, pengrajin, dan organisasi lokal sebagai aktor komunikasi utama.

Berdasarkan keseluruhan penelitian tersebut, terdapat kesamaan dalam hal fokus terhadap pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan pemanfaatan *event* sebagai sarana komunikasi. Namun, karya *Pawon Cerita* menghadirkan pembaruan (*novelty*) melalui pendekatan media yang berbeda, yakni penggunaan pameran foto sebagai *special event* yang bersifat naratif dan partisipatif. Pendekatan ini memperluas ruang komunikasi budaya melalui pengalaman visual yang mampu menghubungkan pengunjung dengan makna di balik setiap kuliner, serta menciptakan interaksi emosional yang mendalam antara masyarakat desa dan audiens. Dengan demikian, karya ini tidak hanya menjadi kelanjutan dari penelitian terdahulu, tetapi juga memperkaya wacana komunikasi budaya dan *event* management dengan menghadirkan bentuk komunikasi alternatif yang berbasis pada partisipasi, visualisasi, dan keberlanjutan budaya lokal.

Tabel 2. 1 Referensi Karya

| No | Item | Jurnal 1 | Jurnal 2 | Jurnal 3 | Jurnal 4 | Jurnal 5 | Jurnal 6 |
|----|-------------------------------------|---|--|--|---|---|--|
| 1. | Judul Artikel (Karya) | Implementasi Program Pemajuan Kebudayaan Desa: Tinjauan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Budaya | Revitalisasi Tradisi Ponan sebagai Strategi Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Melalui Kearifan Lokal | Peran Festival Wisata Kuliner Sebagai Bentuk Pengembangan Destinasi Wisata Desa Kedungpari | <i>Developing Culinary Tourism: The Role of Traditional Food as Cultural Heritage in Bali</i> | <i>The Role of Stakeholders in Developing Local Culinary as a Tourist Attraction in the Highlands of Wonosobo, Central Java</i> | Festival Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya Di Sumenep |
| 2. | Nama Lengkap Peneliti, Tahun | Dwi Wulandari, 2024, <i>Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan</i> | Sudrajat Martadinata, Desy Dwimarwati, dan Rina Safitri, 2024, | Agung Satria Bimantara, Farhan Kusuma Waradana, 2023, | Ni Wayan Sukerti dan Cokorda Istri Raka Marsiti, | Maria Stevany Klara, 2023, <i>Jurnal Edunity</i> | Mohammad Insan Romadhan, 2024, |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|---|--|---|--|--|
| Terbit, dan Penerbit | <i>Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Cahaya Mandalika (Abdimandalika)</i> | <i>Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan</i> | <i>2020, Advances in Social Science, Education and Humanities Research (Atlantis Press).</i> | <i>Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata</i> | | |
| 3. Fokus Penelitian | Meninjau efektivitas program kebudayaan desa sebagai upaya pemberdayaan masyarakat berbasis budaya | Revitalisasi tradisi lokal untuk memperkuat ekonomi dan budaya masyarakat desa | Analisis festival kuliner desa sebagai sarana komunikasi budaya dan pengembangan pariwisata lokal | Kajian kuliner tradisional sebagai warisan budaya dan daya tarik pariwisata kuliner | Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan kuliner lokal sebagai daya tarik wisata | Bagaimana festival digunakan sebagai media komunikasi untuk membangun citra destinasi wisata budaya di Sumenep. |

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|--|
| 4. Teori | Teori pemberdayaan masyarakat & budaya partisipatif | Revitalisasi budaya & community-based development | <i>Event communication & community-based tourism</i> | <i>Cultural heritage & culinary tourism</i> | <i>Stakeholder theory & destination development</i> | Teori Komunikasi Strategis dan Teori Citra (Image Theory). |
| 5. Metode Penelitian | Kualitatif-deskriptif, studi kebijakan | PRA (<i>Participatory Rural Appraisal</i>) dan observasi lapangan | Deskriptif kualitatif, observasi partisipatif | Survei, observasi, dokumentasi resep | Kualitatif (observasi, wawancara, analisis SWOT) | Kualitatif studi kasus (wawancara pemangku kepentingan). |
| 6. Persamaan | Sama-sama fokus pada pelestarian budaya berbasis partisipasi masyarakat | Sama-sama mengangkat revitalisasi berbasis partisipasi komunitas | Sama-sama menjadikan kuliner sebagai sarana komunikasi budaya | Sama-sama menyoroti makanan sebagai simbol budaya | Sama-sama menekankan kolaborasi komunitas dan stakeholder | Sama-sama menjadikan event budaya sebagai media komunikasi strategis untuk memperkuat nilai budaya |

| | | | | | | |
|----------------------------|---|---|--|---|---|--|
| | | | | | | lokal dan meningkatkan daya tarik publik. |
| 7. Perbedaan | Penelitian ini berbasis kebijakan, sedangkan karya menitikberatkan pada media komunikasi budaya | Studi ini fokus pada ritual tradisi, sedangkan karya fokus pada kuliner dan komunikasi visual | Fokus penelitian pada festival tahunan, sedangkan karya adalah pameran fotografi | Penelitian ini berfokus pada repositori digital dan wisata kuliner Bali | Studi ini berbasis manajemen destinasi, sedangkan karya fokus pada strategi komunikasi budaya | festival sebagai promosi wisata daerah, sedangkan karya fokus pada pameran foto dan storytelling kuliner sebagai sarana komunikasi budaya lokal. |
| 8. Hasil Penelitian | Keberhasilan pemajuan budaya desa | Revitalisasi tradisi lokal meningkatkan | Festival meningkatkan identitas budaya | Dokumentasi kuliner membantu | Kolaborasi stakeholder memperkuat | Festival terbukti efektif sebagai media |

| | | | | | |
|--|---|--|--|--|---|
| bergantung pada pelibatan masyarakat dalam dokumentasi dan praktik budaya | kesadaran budaya dan potensi ekonomi desa | dan daya tarik wisata berbasis kuliner lokal | pelestarian identitas budaya dan menarik wisatawan | keberlanjutan wisata kuliner berbasis komunitas | komunikasi interaktif antara penyelenggara dan masyarakat dalam membentuk persepsi positif terhadap identitas budaya daerah. |
|--|---|--|--|--|---|

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Event Management

A. Pengertian Event Management

Dalam kajian *event studies*, Getz dan Page memaknai *event* sebagai kegiatan yang dirancang secara terencana (*planned event*) untuk menciptakan pengalaman tertentu bagi peserta serta mencapai tujuan spesifik, baik ekonomi, sosial, maupun budaya. *Event* tidak hanya dipahami sebagai aktivitas yang berlangsung pada waktu dan tempat tertentu, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang melibatkan interaksi antara penyelenggara, peserta, dan konteks sosial-budaya di sekitarnya. Dengan demikian, *event management* berkaitan dengan proses perancangan dan pengelolaan *event* secara sadar agar pesan, nilai, dan pengalaman yang ingin disampaikan dapat diterima dan dimaknai oleh audiens (Getz & Page, 2024).

Pemahaman *event* sebagai media komunikasi terencana menjadi landasan dalam perancangan karya *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa*. Dalam konteks ini, *event* tidak diposisikan semata sebagai kegiatan pameran, melainkan sebagai ruang komunikasi kultural yang memungkinkan masyarakat desa berperan sebagai penutur budaya melalui narasi dan fotografi kuliner. Sejalan dengan pandangan (Getz & Page, 2024) bahwa *event* dapat berfungsi sebagai sarana *cultural expression*, *Pawon Cerita* dirancang untuk mengkomunikasikan nilai-nilai kearifan lokal Ngadiprono secara kontekstual dan reflektif kepada pengunjung.

Getz dan Page juga menjelaskan bahwa *event* memiliki dua dimensi utama, yaitu *form* dan *function*. *Form* merujuk pada bentuk kegiatan, sedangkan *function* berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan kerangka ini, *Pawon Cerita* dikategorikan sebagai *special event* dengan fungsi kultural dan

komunikatif. Kegiatan ini diselenggarakan secara khusus dalam rangkaian Pasar Papringan dengan tujuan memperkuat komunikasi budaya, memperluas pemahaman pengunjung terhadap filosofi kuliner tradisional, serta membangun apresiasi terhadap nilai lokal yang diusung komunitas desa (Getz & Page, 2024).

Selain itu, dalam perspektif *event experience*, *event* dipahami sebagai ruang pengalaman yang melibatkan aspek emosional dan reflektif pengunjung (Getz & Page, 2024). *Pawon Cerita* dirancang untuk menghadirkan pengalaman tersebut melalui paduan elemen visual, naratif, dan partisipatif, sehingga pengunjung tidak hanya melihat pameran, tetapi juga terlibat dalam proses pemaknaan budaya. Dengan demikian, *event* dalam karya ini dipahami sebagai strategi komunikasi kultural yang terencana, yang berfungsi menjembatani nilai lokal dengan audiens yang lebih luas melalui pengalaman yang bermakna dan berkelanjutan.

B. Jenis *Planned Events: Art and Entertainment*

Dalam kajian *event studies*, Getz dan Page mengklasifikasikan *planned event* berdasarkan *purpose* dan *form*, yaitu tujuan dan bentuk kegiatan yang melandasi penyelenggaraan sebuah *event*. Salah satu kategori yang relevan dengan karya ini adalah *art and entertainment events*, yakni *event* yang berfokus pada ekspresi kreatif, penyampaian pesan melalui medium artistik, serta penciptaan pengalaman estetis bagi audiens. Kategori ini mencakup kegiatan seperti pameran seni, fotografi, pertunjukan, dan instalasi visual yang menggunakan bahasa simbolik untuk mengkomunikasikan makna budaya (Getz & Page, 2024).

Getz dan Page juga menekankan bahwa ciri utama *art and entertainment events* terletak pada perancangan *event experience*, di mana pengalaman audiens menjadi pusat nilai kegiatan. Pengunjung tidak hanya hadir sebagai penonton, tetapi sebagai partisipan yang mengalami, merasakan, dan menafsirkan pesan yang disampaikan melalui elemen visual, naratif, dan ruang. Oleh karena itu, *event* seni dan hiburan tidak semata berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi kultural yang mampu membangun keterlibatan emosional dan refleksi sosial (Getz & Page, 2024).

Dalam konteks budaya, *art and entertainment events* berfungsi sebagai sarana *cultural expression* sekaligus ruang integrasi sosial, karena mempertemukan pembuat karya, komunitas, dan audiens dalam satu pengalaman bersama (Getz & Page, 2024). Nilai artistik dalam *event* jenis ini tidak terlepas dari konteks sosial yang melingkupinya, sebab karya yang ditampilkan kerap merepresentasikan narasi lokal, identitas komunitas, dan memori kolektif yang ingin disampaikan kepada publik yang lebih luas.

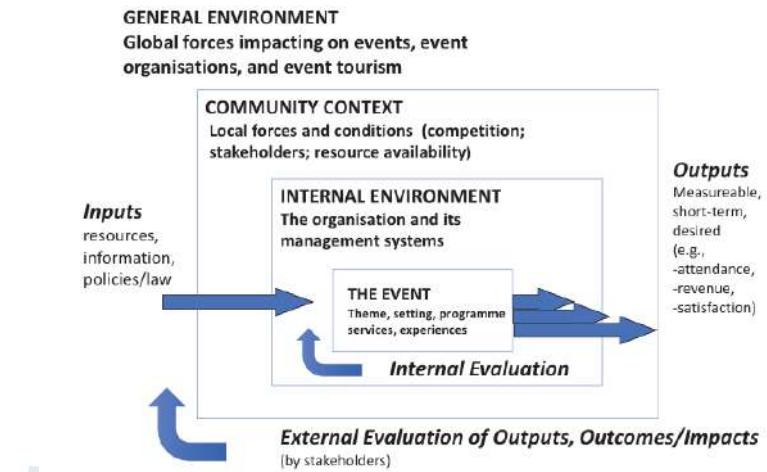
Karakteristik tersebut sejalan dengan perancangan *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa* yang diposisikan sebagai *art and entertainment event* berbasis pameran fotografi dan narasi warga di lingkungan Pasar Papringan. Secara *form*, *Pawon Cerita* menghadirkan ekspresi seni visual melalui foto, teks naratif, dan tata ruang pamer yang dirancang secara estetik. Secara *function*, *event* ini berperan sebagai media komunikasi budaya yang mengangkat nilai-nilai lokal melalui representasi dapur dan kuliner masyarakat Ngadiprono. Dengan demikian, *Pawon Cerita* tidak hanya menghadirkan hiburan visual, tetapi juga pengalaman reflektif dan edukatif yang berakar pada kehidupan sosial komunitas.

Selain itu, prinsip *co-creation* yang dikemukakan oleh Getz dan Page turut diterapkan dalam *Pawon Cerita* melalui keterlibatan aktif warga dalam proses perancangan dan produksi elemen artistik (Getz & Page, 2024). Penggunaan material lokal seperti bambu dan anyaman dalam instalasi pameran, serta kontribusi warga dalam penyusunan narasi dan visual, menegaskan bahwa *event* ini tidak hanya menampilkan karya seni, tetapi juga menjadi praktik komunikasi partisipatif. Dengan pendekatan tersebut, *Pawon Cerita* menempatkan masyarakat desa sebagai mitra kreatif dan subjek utama dalam penyampaian nilai budaya lokal.

C. Tahapan dalam *Event Management*

Getz dan Page (2024) menjelaskan *Open-System Model of Event Management* sebagai pendekatan yang memandang *event* sebagai sistem sosial terbuka yang terus berinteraksi dengan lingkungan. Artinya, penyelenggaraan *event* tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi konteks eksternal (misalnya isu, tren, dan kondisi sosial), konteks komunitas tempat *event* berlangsung, serta dinamika internal penyelenggara. Model ini menggambarkan alur manajemen *event* secara berurutan: dimulai dari input (sumber daya dan nilai yang menjadi dasar), lalu dipengaruhi oleh *general environment* dan *community context*, dikelola melalui internal environment, diwujudkan pada tahap *the event*, kemudian dinilai melalui *internal evaluation*, *outputs*, hingga *external evaluation* untuk melihat dampak dan pembelajaran. Dalam karya ini, model tersebut relevan karena *Pawon Cerita* dirancang sebagai *event* berbasis komunitas yang harus selaras dengan ekosistem Pasar Papringan, sekaligus

dievaluasi berdasarkan fungsi komunikasinya.



Gambar 2. 1 Open-System Model of Event Management (Getz & Page, 2024)

Tahapan utama dalam model sistem terbuka (Getz & Page, 2024) dan penerapannya pada *Pawon Cerita* adalah sebagai berikut:

1. Input

Tahap *input* menjadi fondasi utama yang menentukan arah dan identitas *event*, karena pada tahap ini perancang mengumpulkan sumber daya, nilai, dan informasi yang akan membentuk konsep serta keputusan perancangan. Input dalam perancangan *special event Pawon Cerita* adalah sebagai berikut:

- Sumber daya utama: komunitas (warga, pelapak, koordinator pasar), tim Spedagi, dan penulis sebagai perancang.
- Nilai dasar: filosofi 3L (Lokal, Lezat, Lestari) dan prinsip keberlanjutan Pasar Papringan.
- Data dan materi awal: temuan observasi, wawancara, serta dokumentasi visual yang menjadi dasar penyusunan narasi dan pameran.

2. General Environment

Tahap *general environment* menjelaskan pengaruh faktor eksternal yang lebih luas (tren sosial, isu global, perubahan cara pandang publik) yang dapat membentuk relevansi dan penerimaan audiens terhadap *event*, yakni sebagai berikut:

- Meningkatnya perhatian publik pada isu keberlanjutan dan wisata berbasis komunitas.
- Konteks ini membuat pesan keberlanjutan Pasar Papringan lebih mudah dihubungkan dengan perspektif pengunjung.

3. Community Context

Tahap *community context* menekankan bahwa *event* selalu tumbuh dalam lingkungan sosial-budaya tertentu; karena itu pemahaman terhadap nilai komunitas menjadi syarat agar *event* diterima dan berkelanjutan, yakni:

- Karakter Pasar Papringan sebagai pasar berbasis komunitas dan ritme kerja warga sebagai petani.
- Nilai gotong royong dan praktik keberlanjutan sebagai identitas sosial-budaya yang melekat.
- Relasi warga–pengunjung sebagai ruang komunikasi budaya yang perlu dikelola.

4. Internal Environment

Tahap *internal environment* menjelaskan sistem internal penyelenggara struktur kerja, koordinasi tim, dan komunikasi yang menentukan kelancaran pelaksanaan *event*. Dalam perancangan *special event Pawon Cerita* internal penyelenggara yang berpengaruh dalam menentukan kelancaran pelaksanaan *event* adalah sebagai berikut:

- Kolaborasi peran: Spedagi (pendamping/fasilitator), warga (aktor lokal), penulis/mahasiswa (perancang dan eksekutor materi).
- Mekanisme kerja partisipatif (diskusi dan penyesuaian dengan kondisi pasar).
- Pembagian tugas dasar terkait konten, instalasi, dan pelaksanaan program.

5. *The Event*

Tahap *the event* merupakan realisasi ketika semua input dan proses manajerial diwujudkan menjadi pengalaman nyata bagi audiens, dalam perancangan *special event Pawon Cerita* pengalaman tersebut berupa:

- *Event* diwujudkan melalui rangkaian pengalaman visual–naratif.
- Pawon Cerita diposisikan sebagai gerbang naratif (*narrative gateway*) untuk mengarahkan pemaknaan pengunjung atas kuliner, dapur, dan nilai 3L

6. *Internal Evaluation*

Tahap *internal evaluation* berfungsi sebagai refleksi penyelenggara untuk menilai apakah pelaksanaan sudah sesuai rancangan, serta apa yang perlu diperbaiki. Dalam perancangan *special event Pawon Cerita* tahapan *internal evaluation* ini akan dilakukan dengan:

- Refleksi internal bersama (penulis-mahasiswa yang terlibat–Spedagi *movement*–warga) terkait alur program, koordinasi, dan keterlaksanaan.
- Catatan pembelajaran sebagai dasar perbaikan untuk implementasi berikutnya.

7. *Outputs*

Tahap *outputs* merujuk pada hasil langsung yang terlihat setelah *event* berjalan, baik berupa capaian partisipasi maupun respons awal audiens, yakni berupa:

- Indikator partisipasi (jangkauan pameran/talkshow, keterlibatan pengunjung).
- Respons awal audiens (komentar, refleksi tertulis, umpan balik kegiatan).

8. *External Evaluation of Outputs and Outcomes/Impact*

Tahap evaluasi eksternal menilai dampak dari sudut pandang pihak luar (audiens/komunitas/mitra), terutama terkait pemahaman, makna, atau perubahan sikap yang muncul. Dalam perancangan *special event Pawon Cerita*, evaluasi ini akan melibatkan:

- Penilaian pengunjung terhadap pesan budaya dan nilai 3L.
- Masukan dari komunitas/mitra mengenai relevansi karya bagi Pasar Papringan.
- Indikasi dampak pemaknaan (apakah pengunjung memahami konteks dapur, keterbatasan stok, dan keberlanjutan).

Open-System Model of Event Management relevan dengan perancangan *Pawon Cerita* karena memandang *event* sebagai bagian dari sistem sosial yang terbuka dan saling bergantung dengan komunitas serta lingkungan tempatnya berlangsung (Getz & Page, 2024). Dalam konteks revitalisasi desa, model ini membantu memahami bahwa keberhasilan *event* tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis penyelenggaraan, tetapi juga oleh keterlibatan aktif masyarakat, keselarasan dengan nilai lokal, dan kemampuan *event* beradaptasi dengan ritme kehidupan desa. Melalui kerangka ini, *Pawon Cerita* diposisikan sebagai ruang

kolaboratif yang melibatkan warga sebagai subjek utama komunikasi budaya, sehingga *event* tidak berdiri terpisah dari Pasar Papringan, melainkan tumbuh sebagai bagian dari upaya penguatan identitas, keberlanjutan, dan partisipasi masyarakat desa.

2.2.2 Konsep Komunikasi Antarbudaya

A. Definisi Komunikasi Antarbudaya

Komunikasi antarbudaya merupakan proses pertukaran makna yang terjadi ketika individu atau kelompok dengan latar budaya berbeda berinteraksi dan menegosiasikan pemahaman satu sama lain (Ahrndt, 2024). Dalam konteks ini, budaya dipahami bukan sebagai sistem yang statis, melainkan sebagai proses yang terus dinegosiasikan melalui praktik sosial, simbol, dan komunikasi sehari-hari. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya tidak hanya menyangkut perbedaan bahasa atau kebiasaan, tetapi juga perbedaan cara memaknai nilai, identitas, dan pengalaman hidup.

Dalam karya *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa*, komunikasi antarbudaya dipahami sebagai ruang dialog antara budaya lokal masyarakat Ngadiprono dengan pengunjung yang berasal dari latar sosial dan budaya yang beragam. Melalui pameran foto dan narasi kuliner, nilai-nilai lokal seperti kebersamaan, kesederhanaan, dan keberlanjutan tidak disampaikan secara instruktif, melainkan dihadirkan sebagai pengalaman yang dapat dibaca, dirasakan, dan ditafsirkan oleh pengunjung. Dengan demikian, event ini berfungsi sebagai medium komunikasi antarbudaya yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna secara reflektif.

B. Nilai Kolektivisme sebagai Landasan Komunikasi Antarbudaya

Dalam kajian komunikasi antarbudaya, Ahrndt menjelaskan bahwa perbedaan pola komunikasi dapat ditelusuri melalui sistem nilai budaya yang dianut suatu masyarakat. Salah satu dimensi nilai yang relevan dalam karya ini adalah individualisme–kolektivisme (Ahrndt, 2024). Masyarakat Desa Ngadiprono merepresentasikan budaya kolektivistik, di mana gotong royong, kerja bersama, dan rasa memiliki terhadap komunitas menjadi dasar kehidupan sosial.

Nilai kolektivisme tersebut menjadi landasan narasi visual dan alur pengalaman dalam *Pawon Cerita*. Pameran dirancang sebagai *story walk* yang mengajak pengunjung mengikuti kisah kehidupan warga dari ladang, dapur, hingga pasar sebagai proses kolektif, bukan aktivitas individual. Melalui pendekatan ini, pengunjung dari latar budaya yang lebih individualistik diajak untuk memahami cara hidup masyarakat desa yang menempatkan kebersamaan sebagai nilai utama. Dengan demikian, komunikasi antarbudaya dalam karya ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mempertemukan sistem nilai yang berbeda dalam satu pengalaman ruang.

C. Kuliner sebagai Media Representasi Budaya

Dalam Kuliner merupakan salah satu media komunikasi budaya yang paling dekat dengan kehidupan manusia karena memuat nilai, sejarah, dan relasi sosial suatu masyarakat (Multazam et al., 2022). Dalam konteks komunikasi antarbudaya, makanan tidak hanya berfungsi sebagai objek konsumsi, tetapi juga sebagai tanda budaya yang merepresentasikan cara suatu komunitas memaknai alam, kerja, kebersamaan, dan identitas. Bahan pangan yang dipilih, proses

pengolahan, hingga cara penyajian menjadi bentuk praktik budaya yang dapat “dibaca” oleh orang luar, bahkan sebelum mereka memahami narasi secara verbal.

Dalam realitanya kehidupan warga Dusun Ngadiprono, produksi kuliner tidak dapat dipisahkan dari ketersediaan sumber daya alam sekitar. Warga memanfaatkan bahan-bahan lokal yang tumbuh atau mudah diperoleh di lingkungan mereka—baik dari kebun, ladang, maupun hasil olahan sederhana rumah tangga—sebagai basis utama memasak. Pola ini menunjukkan bahwa kuliner di Pasar Papringan bukan sekadar produk yang “dibuat untuk dijual”, tetapi lahir dari ekosistem desa yakni apa yang tersedia di alam sekitar, apa yang sedang musim, serta pengetahuan warga dalam mengolahnya. Kondisi tersebut kemudian memengaruhi variasi dan jumlah produksi makanan yang disajikan, karena produksi mengikuti kemampuan masing-masing pelapak. Dengan demikian, kuliner Pasar Papringan merepresentasikan budaya yang berbasis keterbatasan sekaligus kebijaksanaan lokal dalam mengelola sumber daya.

Konteks ini selaras dengan *key message* Pasar Papringan, terutama nilai “Lokal”, karena bahan baku, proses memasak, dan pengetahuan kuliner bersumber dari lingkungan dan tradisi setempat. Nilai Lokal tidak hanya tampak pada “asal bahan”, tetapi juga pada cara warga menjaga hubungan dengan alam melalui pilihan bahan yang tersedia serta cara mengolahnya secara sederhana dan fungsional. Dalam karya *Pawon Cerita*, kuliner diposisikan sebagai medium representasi budaya yang menunjukkan bahwa “lokal” adalah praktik hidup: bagaimana warga mengolah yang ada di sekitar mereka menjadi makanan yang bermakna dan bernilai.

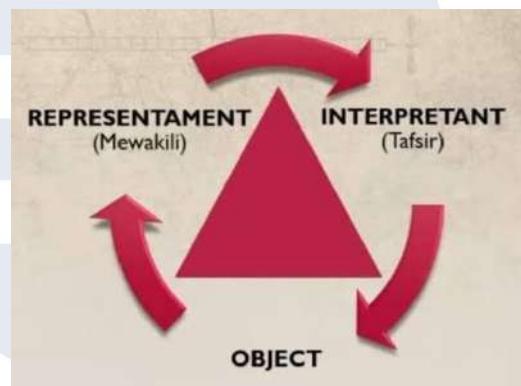
Melalui pameran foto dan narasi, kuliner kemudian menjadi bahasa visual yang menjembatani perbedaan latar budaya antara warga desa dan pengunjung. Visual bahan mentah, proses memasak, hingga kisah di balik menu tertentu membantu pengunjung memahami bahwa setiap hidangan tidak berdiri sendiri, melainkan terkait dengan kerja kolektif, konteks alam, dan pengetahuan lokal yang terus diwariskan. Dengan demikian, kuliner dalam *Pawon Cerita* berfungsi sebagai media komunikasi antarbudaya yang menghubungkan pengalaman makan dengan pemaknaan budaya mendorong pengunjung untuk melihat makanan bukan hanya dari sisi rasa, tetapi juga dari sisi proses, nilai, dan keterhubungan manusia dengan alam.

D. Semiotika Visual Charles Sanders Pierce dalam Komunikasi Budaya

Pemaknaan visual dalam karya *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa* berangkat dari pemahaman bahwa kuliner, fotografi, dan elemen ruang tidak hanya berfungsi sebagai objek estetis, tetapi juga sebagai tanda budaya yang memuat nilai, identitas, dan praktik hidup masyarakat. Pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce digunakan untuk membaca dan merancang bagaimana makna tersebut dikomunikasikan melalui visual dan narasi. Dalam kajian gastrosemiotika, Wachidah dkk. Juga menjelaskan bahwa makanan tradisional dapat dipahami sebagai tanda budaya yang merepresentasikan nilai sosial, spiritual, dan relasi manusia dengan alam. Makanan tidak berhenti sebagai benda material, melainkan bekerja sebagai simbol yang membawa pesan kultural yang diwariskan secara sosial (Rochmatul Wachidah et al., 2025).

Dalam konteks karya ini, nilai utama Pasar Papringan, yaitu Lokal–Lezat–Lestari (3L), diposisikan sebagai simbol

komunikasi budaya yang perlu dihadirkan melalui sistem tanda visual dan naratif dalam pameran foto. Nilai 3L dipahami sebagai praktik hidup masyarakat Dusun Ngadiprono—mulai dari pemanfaatan bahan alam sekitar, proses memasak berbasis rumah tangga, hingga cara warga memaknai dapur dan makanan sebagai ruang kebersamaan. Agar nilai tersebut dapat dipahami oleh pengunjung dari latar budaya yang beragam, pameran dirancang untuk menerjemahkan nilai 3L ke dalam tanda-tanda yang dapat dilihat, dibaca, dan dialami.



Gambar 2. 2 Triadik/Trikotomi Charles Sanders Pierce

Sumber: Muafan Zaldi, "Semiotika Dasar dalam Pandangan Charles Sanders Peirce", *Geotimes*, 2022.

Peirce memandang tanda sebagai hubungan triadik antara representamen, objek, dan interpretant, yang membentuk proses pemaknaan (*semiosis*). Dalam karya ini, ketiganya dipahami sebagai berikut:

1. Representamen: Bentuk tanda yang hadir secara konkret dan ditangkap oleh indera pengunjung. Dalam *Pawon Cerita*, representamen berupa: fotografi kuliner, visual proses memasak, detail bahan pangan, material bambu/anyaman, serta teks naratif pada poster dan jalur *walking narrative*.
2. Objek: Realitas budaya atau nilai yang dirujuk oleh representamen. Dalam karya ini, objek mencakup praktik

hidup dan sistem nilai Pasar Papringan: penggunaan bahan pangan lokal, keterbatasan produksi rumah tangga, praktik gotong royong, serta filosofi Lokal–Lezat–Lestari sebagai nilai utama.

3. Interpretant: Makna atau pemahaman yang terbentuk dalam benak pengunjung ketika berjumpa dengan representamen yang merujuk pada objek. Interpretant bersifat berlapis dan dipengaruhi latar budaya audiens, misalnya untuk apresiasi terhadap proses dan kerja dapur, pemahaman bahwa “lezat” juga berkaitan dengan proses dan nilai, serta refleksi tentang relasi manusia–alam–pangan dalam praktik keberlanjutan.

Untuk menurunkan nilai 3L secara lebih terarah dalam perancangan visual, karya ini juga menggunakan klasifikasi tanda Peirce, yaitu ikon, indeks, dan simbol. Klasifikasi ini membantu menentukan bagaimana nilai Lokal–Lezat–Lestari dihadirkan melalui elemen visual yang berbeda:

1. Ikon: Tanda yang memiliki kemiripan langsung dengan objek yang dirujuk, sehingga mudah dikenali pengunjung. Penerapannya tampak pada foto makanan, bahan pangan lokal, aktivitas memasak, serta visual ruang pasar dan lingkungan bambu sebagai representasi konkret nilai Lokal.
2. Indeks: Tanda yang menunjukkan hubungan proses atau sebab–akibat. Dalam karya ini, indeks muncul melalui visual tekstur bahan mentah, uap masakan, jejak kerja tangan, hingga penanda produksi rumah tangga yang terbatas. Elemen indeks membantu mengarahkan pemaknaan pada nilai Lestari, karena menunjukkan bahwa kuliner lahir dari proses yang mengikuti ritme alam dan kapasitas warga.

3. Simbol: Tanda yang maknanya terbentuk melalui kesepakatan sosial dan konteks budaya. Dalam pameran, simbol dibangun melalui penggunaan bambu sebagai material utama, pilihan elemen visual bernuansa alami, serta narasi yang merangkum filosofi Pasar Papringan. Melalui simbol-simbol tersebut, nilai Lokal–Lezat–Lestari dihadirkan sebagai inti makna yang melandasi keseluruhan pameran.

Dengan demikian, pameran *Pawon Cerita* dirancang sebagai sistem tanda yang mengarahkan pengunjung untuk tidak hanya melihat foto, tetapi juga memaknai nilai budaya yang diangkat. Kerangka ini menjadi dasar konseptual dalam tahap perencanaan visual dan penyusunan draft pameran, yang akan dijelaskan lebih lanjut pada Bab III.

2.2.3 Konsep Narasi (*Storytelling*) dalam Komunikasi

A. Prinsip Narasi (*Storytelling*) dalam Komunikasi

Storytelling dalam komunikasi tidak hanya dimaknai sebagai penyusunan peristiwa secara kronologis, tetapi sebagai praktik membangun makna dari pengalaman manusia (Schugar et al., 2021). Cerita berfungsi sebagai medium yang menghubungkan emosi, nilai, dan identitas sosial, sehingga memungkinkan audiens memahami realitas dari sudut pandang orang lain. Dalam konteks komunikasi budaya, storytelling menjadi sarana reflektif yang membuka ruang dialog lintas perspektif dan latar belakang budaya.

Schugar et al. juga menekankan bahwa praktik storytelling yang bertanggung jawab perlu berlandaskan tiga prinsip utama, yaitu keberagaman (*diversity*), keadilan (*equity*), dan inklusivitas (*inclusion*) (Schugar et al., 2021). Prinsip

keberagaman menegaskan pentingnya menghadirkan berbagai suara dan pengalaman tanpa diseragamkan. Keadilan menekankan bahwa setiap individu atau kelompok perlu diberikan ruang yang sesuai untuk menyampaikan ceritanya. Sementara itu, inklusivitas menekankan penciptaan ruang bercerita yang terbuka, aman, dan mengakui peran setiap pihak sebagai bagian dari proses komunikasi.

Prinsip-prinsip tersebut relevan dengan pameran *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa*, yang mengangkat narasi kolektif masyarakat Dusun Ngadiprono dan ekosistem Pasar Papringan. Cerita yang dihadirkan tidak berasal dari sudut pandang luar, melainkan tumbuh dari pengalaman warga sendiri—tentang dapur, bambu, bahan pangan lokal, serta praktik gotong royong yang menjadi dasar kehidupan sosial mereka. Melalui pendekatan ini, warga diposisikan sebagai subjek budaya yang aktif dan berdaya, bukan sebagai objek representasi.

Narasi dalam Pawon Cerita kemudian berfungsi sebagai jembatan komunikasi antarbudaya antara masyarakat lokal dan pengunjung yang datang dari latar sosial dan budaya yang beragam. Foto dan teks naratif mengajak pengunjung untuk memahami konteks kehidupan desa, bukan hanya menikmati visualnya. Dengan demikian, storytelling dalam karya ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi membangun empati, memperluas pemahaman, dan membuka ruang dialog kultural yang setara.

B. Emosi dalam Narasi (*Storytelling*) sebagai Media Komunikasi

Dalam praktik komunikasi budaya, emosi menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan *storytelling*. Schugar et

al. (2021) menjelaskan bahwa kekuatan sebuah cerita tidak hanya terletak pada isi pesan, tetapi pada kemampuannya membangun keterlibatan emosional audiens. Emosi berperan sebagai penghubung antara pencerita dan penerima pesan, sehingga cerita lebih mudah diingat dan dimaknai secara personal.

Dalam visual *storytelling*, emosi dibangun melalui komposisi, pencahayaan, warna, dan sudut pandang visual. Unsur-unsur tersebut bukan sekadar elemen estetika, tetapi perangkat semantik yang membentuk suasana dan respons emosional audiens (Schugar et al., 2021). Penelitian Apriyanti (2025) juga menunjukkan bahwa narasi visual yang kuat mampu membangkitkan empati audiens, meskipun tidak selalu menghasilkan respons verbal yang eksplisit. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan *storytelling* dapat dilihat dari kedalaman keterlibatan emosional, bukan semata dari kuantitas interaksi.

Dalam pameran *Pawon Cerita*, dimensi emosional menjadi inti pengalaman pengunjung. Foto-foto yang menampilkan aktivitas warga, proses memasak, serta detail tangan yang bekerja di dapur dihadirkan untuk membangun rasa kedekatan dan kehangatan. Narasi yang menyertai visual disusun secara empatik agar pengunjung tidak hanya melihat makanan sebagai objek, tetapi merasakan cerita kehidupan di baliknya. Dengan pendekatan ini, *storytelling* berfungsi sebagai komunikasi emosional lintas budaya yang menghubungkan nilai-nilai lokal masyarakat Ngadiprono dengan kesadaran yang lebih luas tentang keberlanjutan dan kemanusiaan.

C. *Drafting* sebagai Bagian dari Perancangan Narasi dan Layout

Komunikasi Visual Dalam perancangan komunikasi visual berbasis karya, proses penyusunan narasi perlu diterjemahkan ke dalam bentuk visual dan ruang secara terencana. Tahap penerjemahan tersebut dikenal sebagai *drafting*, yaitu proses perancangan awal yang berfungsi menjembatani gagasan konseptual dengan bentuk visual sebelum karya diwujudkan secara final. Drafting bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan bagian dari proses berpikir desain yang membantu perancang menyusun, menguji, dan mengklarifikasi pesan yang ingin dikomunikasikan.

Dalam desain komunikasi visual, tahapan awal seperti sketsa, pemetaan ide, dan rancangan awal memiliki peran penting dalam mengorganisasi konsep serta memastikan bahwa solusi visual yang dihasilkan sesuai dengan tujuan komunikasi (Ulita & Hananto, 2022). Drafting memungkinkan perancang memvisualkan ide secara bertahap, mengevaluasi hubungan antara pesan dan bentuk visual, serta melakukan penyesuaian sebelum memasuki tahap produksi akhir. Dengan demikian, drafting berfungsi sebagai alat reflektif yang menghubungkan analisis konsep dengan praktik perancangan.

Sejalan dengan itu, proses desain visual dipahami sebagai rangkaian tahapan yang saling terkait, di mana perencanaan visual awal menjadi kunci untuk menjaga konsistensi antara konsep, struktur narasi, dan pengalaman audiens (Chakraborty, 2024). Drafting membantu perancang mengatur hierarki informasi, alur visual, dan tata ruang, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara runtut dan tidak terfragmentasi. Dalam konteks storytelling, drafting berperan untuk memastikan bahwa narasi tidak hanya hadir dalam teks, tetapi juga terbaca melalui urutan visual dan pengalaman ruang.

Dalam karya *Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa*, konsep drafting diterapkan sebagai bagian dari perancangan narasi visual pameran. Drafting digunakan untuk menyusun alur *walking narrative*, menentukan penempatan foto dan teks, serta merancang hubungan antar elemen visual dalam ruang pamer. Proses ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari penyusunan konsep narasi, pengembangan sketsa layout, hingga simulasi pengalaman pengunjung. Draft yang dihasilkan kemudian didiskusikan bersama tim Spedagi sebagai mitra pendamping untuk memastikan bahwa narasi yang dibangun selaras dengan konteks budaya Pasar Papringan serta nilai Lokal–Lezat–Lestari.

Dengan adanya proses drafting, narasi dalam Pawon Cerita tidak disajikan secara intuitif atau spontan, melainkan dirancang secara sadar dan terstruktur. Drafting berfungsi sebagai alat komunikasi internal antara perancang, komunitas, dan pendamping, sekaligus sebagai mekanisme pengendalian makna agar cerita yang disampaikan tetap autentik dan tidak terlepas dari praktik hidup masyarakat Ngadiprono.

