



Sungai dan Soto Banjar sebagai gastro destination Kota Banjarmasin dalam perspektif komunikasi ritual

(River and Soto Banjar as the gastro destination of Banjarmasin City from the perspective of ritual communication)

Firda Dewi Irawan

Universitas Brawijaya, Indonesia
firda835@gmail.com

Bambang Dwi Prasetya

Universitas Brawijaya, Indonesia
prastcdbl@yahoo.com

Naw Eh Wai Htoo

Universitas Brawijaya, Indonesia
nawehaitoo@student.ub.ac.id

*Corresponding author: Firda Dewi Irawan | email: firda835@gmail.com

Sejarah Artikel Diterima: 22 September 2022 Direvisi: 7 April 2023 Tersedia Daring: 30 April 2023

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada model komunikasi ritual James W Carey, dalam memberikan pandangannya terkait bagaimana proses komunikasi adalah transformasi dan pemeliharaan nilai di tengah masyarakat. Penelitian ini mengadopsi pemikiran Chicago School, dimana sejalan dengan pemikiran James W Carey dalam penelitian yang identik dengan permasalahan sosial dan budaya yang bertujuan untuk melakukan suatu tindakan perubahan sebagai solusi. Maka dari itu penelitian ini akan menggunakan metode *action* riset sebagai bentuk dari solusi yang diberikan oleh peneliti. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah interpretatif. Menggunakan tipe penelitian kualitatif. Metode penelitian menggunakan siklus model *action* riset Kemmis & McTaggart dimana melewati tahapan perencanaan, tindakan dan pengamatan serta pengkajian ulang. Melalui *action* riset yang telah dilakukan dengan 2 tahap siklus model, siklus satu, merencanakan pengembangan potensi Sungai dan Soto Banjar, melakukan tindakan webinar dan *lobbying* dan melakukan pengamatan serta evaluasi terkait yang telah dilakukan. Siklus 2, merencanakan pengembangan konsep gastro destination, membuat aplikasi wisata "Pergi makan Banjarmasin" mengamati dan evaluasi aplikasi, sesuai dengan model komunikasi ritual James Carey, proses partisipasi di antara masyarakat dan adanya proses berbagi nilai terkait sungai sebagai budaya dan kehidupan yang tak terpisahkan dengan soto sebagai kuliner warisan sejarah menyebabkan adanya asosiasi dan keyakinan bersama sehingga menjadi satu makna dalam membentuk Sungai dan Soto Banjar sebagai Gastro Destination Kota Banjarmasin.

Kata Kunci Banjarmasin, Budaya sungai, Gastro destinations, Komunikasi ritual, Kuliner daerah

Abstract: This research focuses on James W. Carey's ritual communication model, providing his perspective on how the process is a transformation and preservation of values in society. This research adopts the Chicago School of thought, which is aligned with James W. Carey's research that is identical to social and cultural issues that aim to bring about change as a solution. Therefore, this research will use action research as a form of solution provided by the researcher. The research approach used is interpretive, using a qualitative research type. The research method uses the cycle model of Kemmis & McTaggart's action research, which goes through the stages of planning, action, observation, and reflection. Through the action research that has been carried out with two cycles of the model, the first cycle planned the development of the river and Soto Banjar's potential, conducted webinars and lobbying, and observed and evaluated the actions that had been taken. The second cycle planned the development of the concept of gastro destination, created the "Pergi makan Banjarmasin" tourism application, observed and evaluated the application, and, following James Carey's ritual communication model, the process of participation among the community and the sharing of values related to the river as a culture and life that are inseparable from Soto as a historical culinary heritage led to the association and shared belief, thus forming the Sungai and Soto Banjar as the gastro destination of Banjarmasin city.

Keywords Banjarmasin, River culture, Gastro destinations, Ritual communication, Regional cuisine

How to Cite Irawan, F. D., Prasetyo, B. D., & Htoo, N. E. W. (2023). Sungai dan Soto Banjar sebagai gastro destination Kota Banjarmasin dalam perspektif komunikasi ritual. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 9(1), 112-123. <https://doi.org/10.22219/kembara.v9i1.23157>



Copyright©2023, Firda Dewi Irawan, Bambang Dwi Prasetya, & Naw Eh Wai Htoo

This is an open access article under the [CC-BY-3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/) license



PENDAHULUAN

Kehidupan budaya Sungai dan Soto Banjar sebagai kuliner khas adalah representasi nilai budaya yang lahir dari adanya pertukaran nilai dan tumbuh menjadi suatu keyakinan bersama dan dijadikan identitas sebuah kota, telah melalui pemeliharaan nilai bersama yang mana termasuk dalam

ruang lingkup persepektif komunikasi ritual. Komunikasi ritual datang dari James W Carey, melanjutkan pemikiran John Dewey terkait komunikasi sebagai budaya, Carey memberikan pandangannya terkait komunikasi ritual, Dalam definisi ritual, komunikasi terkait dengan istilah-istilah seperti “berbagi”, “partisipasi”, “asosiasi”, “persekutuan”, dan memiliki keyakinan yang sama.” Definisi ini mengeksploitasi identitas kuno dan akar umum dari istilah “kesamaan”, “persekutuan”, “komunitas”, dan “komunikasi”. Pandangan ritual komunikasi diarahkan bukan pada perluasan pesan dalam ruang tetapi menuju pemeliharaan masyarakat dalam waktu, bukan tindakan menyampaikan informasi tetapi representasi dari keyakinan bersama (Carey, 2009). Melihat dari perspektif antropologi, konsep budaya mencakup (1) pola-pola pikiran dan tingkah laku dan (2) pola-pola berpikir dan bertingkah laku. Hal ini menjelaskan bagaimana budaya mencakup dari apa yang tampak dan tidak tampak, dimana masih sebatas gagasan dan sudah diwujudkan (Faizin, 2015). Koherensi dari pola pikir dan tingkah laku oleh masyarakat ini yang membentuk adanya sebuah manifestasi keberadaan suatu keyakinan bersama, tujuan bersama yang dimaknai sebagai nilai dan dijadikan ritual atau sederhananya kebiasaan.

Pada proses identifikasi ciri khas pada sebuah kota yang melibatkan keterkaitan dengan budaya secara tidak langsung ada dalam proses komunikasi ritual dimana ada refleksi budaya di dalamnya (Tanikawa, 2022). Peneliti mengambil contoh, *tagline* “Kota Seribu Sungai”, secara tidak langsung *tagline* ini merupakan bentuk dari adanya proses komunikasi ritual. Mengapa demikian, karena untuk memberikan definisi Banjarmasin merupakan kota sungai itu telah melewati kesepakatan bersama yang mana seluruh masyarakat Banjarmasin, penduduk serta suku banjar meyakini secara bersama-sama bahwa sungai merupakan identitas budaya mereka, sungai merupakan sejarah budaya dimana merupakan sendi kehidupan bagi mereka, sehingga keyakinan itu menjadi dasar untuk bisa merepresentasikan bahwa kota Banjarmasin merupakan kota dengan banyak sungai. Ini menekankan pada pemikiran Carey, bahwa komunikasi ritual merepresentasikan dari keyakinan bersama (Pooley et al., 2007).

Masyarakat Kota Banjarmasin telah lama memiliki wilayah kekuatan budaya yang serius, di mana jalur air mengambil bagian penting dalam rutinitas sehari-hari mereka, termasuk sebagai jalur transportasi utama untuk daerah setempat, terutama sebelum jalur transportasi darat, jalur sungai. sebagai tempat kegiatan keuangan daerah, sungai sebagai tempat jamban daerah, dan saluran air sebagai tempat kerja sama sosial (Rahman, 2014). Secara khusus, singularitas Banjarmasin sebagai kota yang secara puitis disebutnya sebagai "Kota Seribu Sungai". Menurut Subiyakto (2005), letak kota Banjarmasin sebenarnya dikelilingi oleh sungai-sungai besar yang sangat penting untuk pelayaran. Sungai Barito sungai utama dan anak-anak sungainya. Sungai Martapura, Kuwin, Awang, Alalak, Kelayan, Miai, dan Andai mengalir kota Banjarmasin (Ahyat, 2012).

Arus sebagai jalur transportasi merupakan tulang punggung kehidupan sehari-hari sebagai jalur transportasi, perhubungan antara masyarakat perkotaan dengan kota dan antar perkotaan di sepanjang aliran sungai ke daerah hulu maupun sebaliknya. Jenis alat transportasi lokal seperti jukung pangkuh, tambang, bagiwas, tiung, telangkalan, undaan, dan sudut belatung memenuhi sungai-sungai ini setiap hari (Subroto & Prawitasari, 2021). Antara tahun 1950 dan 1970, hiruk pikuk orang yang bolak-balik menggunakan perahu dengan berbagai ukuran dan bentuk, baik yang digerakkan oleh mesin maupun yang masih mengayuh, menandai kehidupan umum di Selatan Kalimantan. Perahu yang menjual ikan, sayuran, dan buah-buahan; Selain itu, ada perahu (rombong) yang menjual kue, minuman, dan makanan (Subiyakto & Mutiani, 2019).

Selain sungai, Soto Banjar juga merupakan warisan budaya yang menjadi kuliner kebanggaan Kota Banjarmasin. Soto menjadi kuliner wajib dicoba oleh para wisatawan. Soto Banjar juga merupakan bagian dari lingkaran sejarah kehidupan untuk Kota Banjarmasin. Denys Lombard dalam "Nusa Jawa: Silang Budaya di jilid II" bahwa soto awalnya adalah makanan Cina bernama *cau do* atau *jao to*. Arti dari nama tersebut adalah jeroan dan rempah-rempah. Berdasarkan ciri tersebut *jao to* sangat dekat dengan tipikal makanan kanton yang memiliki cita rasa manis, berkuah kaldu dan menggunakan bumbu rempah. Makanan Kanton juga populer dengan jeroan baik babi maupun sapi, rempah yang digunakan jahe, kecap, gula, bawang putih daun bawang dan cuka (Mansyur et al., 2019).



Gambar 1. Rumah Lanting (Sumber: Jejakrekam.com)

Soto Banjar adalah komponen makanan penutup upacara. Hampir semua upacara atau ritual komunal, termasuk *batastmiah*, *baaruhan* (ucapan selamat), *bakawinan* (pesta perkawinan), dan rumah *batajak*, diiringi dengan makan bersama dalam tradisi masyarakat Banjar. Soto Banjar biasanya selalu ada dan dijadikan sajian utama pada acara-acara tersebut. Selama presentasi, banyak orang berbagi tanggung jawab untuk menambahkan masing-masing bahan ini. Potongan telur biasanya disajikan di atas piring yang sudah dipotong setengah oleh orang lain. Beberapa bertanggung jawab untuk menabur bawang dan menambahkan bihun ke dalam saus. Presentasi seperti ini dapat mendorong saling berbagi dan kerja sama (Alfisyah, 2019).



Gambar 2. Soto Banjar (Sumber: Jejakrekam.com)

Soto Banjar dibawa oleh kaum Pernakan Tioanghoa atau Kanton karena soto sangat dekat dengan tipikal masakan Kanton. Kanton merupakan sebuah daerah Tiongkok bagian selatan, kondisi bentang alamnya merupakan bentang alam yang menjorok pada Samudera Pasifik maka daerah ini menjadi Bandar dagang besar yaitu Guangdong. Para pedagang Tiongkok yang berlalu lalang di Nusantara pada abad 15-18 mayoritas berlabuh dan mudik ke Guangdong (Mursalin, 2021). Hadirnya dan menetapnya orang-orang Tionghoa di nusantara mengakibatkan adanya percampuran budaya, bergaul dengan orang setempat hingga menikah dengan orang pribumi yang akhirnya memunculkan kaum peranakan. Kelompok ini lah yang lalu mewarisi cara memasak dan resep kuliner Tionghoa khususnya yang bertipikal Kanton, *jao to* salah satu resep yang diwariskan. Seiring berjalanya waktu *jao to* dimodifikasi dengan rasa lokal dan bercampur dengan bumbu-bumbu ala Arab dan India. *Jao to* yang telah dimodifikasi dijadikan menu di rumah makan sekitaran Bandar dagang pesisir utara Jawa (Mursalin, 2021).

Kemunculan Soto Banjar setelah tahun 1663 ditandai dengan masa itu hubungan antara Tanah Banjar dan Tiongkok sudah terjalin yaitu pada masa negara Dipa. Terlihat pada peristiwa Empu Jatmika yang memanggil para pematung dari Tiongkok. Selain itu, akhir abad ke 16 bangsa Tiongkok secara masif mendatangi Banjarmasin, karena negeri Banjar merupakan penghasil lada. Pengaruh Tiongkok ini mengindikasikan bahwa abad 15-17 *jao to* dikenal di Banjarmasin. Dikenalnya *jao to* di Banjarmasin tidak lepas dari jaringan dagang. Sebagian besar penduduk Banjarmasin pada abad 16

adalah orang-orang Tionghoa. Hal ini diakibatkan karena jalur perdagangan yang beralih akibat Aceh dikuasai oleh VOC dan EIC (Mansyur et al., 2019).

Pemikiran komunikasi ritual James W Carey, seperti jendela untuk kita melihat bahwa segala sesuatu yang terjadi di setiap perilaku manusia dan pemaknaan dari setiap pergerakan itu adalah komunikasi. Carey mengakui bahwa pandangan ritual komunikasi adalah terutama tanggapannya terhadap konseptualisasi komunikasi dalam perilaku (Ross, 2013). Melalui proses komunikasi ritual, Sungai Dan Soto Banjar terasosiasi dalam perspektif *gastro destination*. Dalam konsep *gastro* destinasi, yang mana makanan telah diasosiasikan dengan sebuah tempat atau daerah. Asosiasi biasanya nampak dari penamaan makanan yang menyertakan asal daerahnya maupun asosiasi karena makanan menjadi *trademark* sebuah negara (Irwansyah, 2020). Soto merujuk pada *gastro* dan sungai merujuk pada destinasi. Asosiasi dua elemen budaya ini sebenarnya bisa dilihat dari penamaan Soto Banjar itu sendiri, karena Soto merujuk pada *gastro* dan Banjar pada destinasi, sehingga penambahan kata “Banjar” pada Soto memberikan *value dan privillage* atau nilai dan keuntungan yang lebih (Febrina et al., 2016). Dapat dilihat berapa banyak kuliner khas yang menggunakan nama daerah di belakangnya, secara spesifik kuliner soto, ada “Soto Lamongan”, “Soto Kudus”, “Soto Betawi”, “Soto Madura” “Soto Banjar” dan banyak lagi jenis soto lainnya. Dalam perspektif gramatikal, makna tempat adalah salah satu bagian dari makna sirkumstan yang menjelaskan di mana, kapan, bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi. Makna ini berkaitan dengan makna pengalaman (Putu, 2022), sehingga apabila Soto dan sungai diasosiasikan dapat mengkonstruksikan sebuah pengalaman yang merujuk pada peristiwa budaya dan sejarah. Disinilah suatu keuntungan apabila makanan daerah diasosiasikan dengan nama daerahnya.

Komunikasi ritual hadir karena adanya suatu kelompok yang mana meyakini akan suatu identitas mereka sama halnya dengan sungai di Banjarmasin ini. Suku Banjar sebagai kelompok yang meyakini bahwa sungai menjadi ciri khas budaya mereka. Oleh sebab itu, pada kondisi dimana masyarakat mempercayai suatu nilai tradisi sebagai nilai kebenaran akan muncul solidaritas komunal yang dapat diwariskan dan menjadi ingatan, ide, dan pengetahuan (Hasanuddin, 2015). Penelitian ini menitikberatkan bagaimana konstruksi budaya mampu merealisasikan wisata Sungai dan Soto Banjar sebagai warisan budaya yang menjadi ciri khas daerah dan bisa membawa nama daerah ke berbagai daerah nusantara di tengah tingkat keanekaragaman di Indonesia yang tinggi (Lestari, 2017). Pendekatan ritual mengemukakan komunikasi sebagai tindakan berkomunikasi dari waktu ke waktu yang dikonstruksikan dan dipelihara oleh makna budaya yang dapat berfungsi sebagai kontrol dan wadah tindakan manusia (Blue, 2019).

Komunikasi adalah komponen budaya yang sangat penting karena merupakan bentuk praktik budaya dalam studi budaya, tindakan aktual yang terkait dengan pertunjukan dan transmisi nilai-nilai budaya. Budaya tidak akan ada jika orang yang memilikinya tidak berbicara satu sama lain. Tanpa berbicara satu sama lain, orang-orang yang memiliki budaya tidak akan dapat berinteraksi dengan cara yang berarti bagi mereka. Inovasi, penelitian komunikasi, dan terobosan kreatif semuanya dihasilkan oleh persilangan antara studi budaya dan disiplin ilmu komunikasi (Astuti, 2003).



Gambar 3. Warung Soto di atas Sungai (Sumber: Kaskus.id dan Foto Pribadi)

Namun perubahan orientasi masyarakat terkait keberadaan sungai saat ini berubah, masyarakat lebih berorientasi ke darat, sehingga sungai tidak dipandang secara utuh sebagai sumber kehidupan.

Begitu juga dengan eksistensi kuliner khas yang perlu dipertahankan, dimana maraknya budaya luar yang masuk ke Banjarmasin membawa kulinernya. Secara materil sudah ada potensi untuk dikembangkannya *gastro destination*, dimana sudah banyak warung Soto Banjar yang berkolaborasi dengan atraksi wisata air, ada yang menyediakan wisata susur sungai sambil menikmati Soto Banjar. Ada juga warung Soto yang terapug di atas sungai, sehingga, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana itu semua dapat memanifestasi nilai budaya dari masyarakat Banjarmasin. Hal ini terlihat dari bagaimana Soto dan Sungai ini menjad *icon* daerah, namun kembali lagi pada fakta di lapangan yang masih belum memprioritaskan hal tersebut dikarenakan ingin memperkenalkan potensi daerah yang lain, serta pada akhirnya meninggalkan kekuatan dari daerah itu sendiri.

Kepedulian sosial sangat berkaitan dengan membantu orang lain (Sudarsi et al., 2022). Hal ini yang menjadi dasar penelitian ini untuk melakukan *action* riset di mana sesuai dengan mazhab Chicago *School*. Penelitian sosial yang menitikberatkan pada pemecahan masalah pada daerah tertentu dan masalah sosial yang dari masyarakat untuk masyarakat. Aliran Chicago *School* lahir dari sosiolog di Universitas Chicago Amerika yang baru dibuka pada tahun 1892. Chicago *School* merangkul banyak perhatian sosiologi Amerika terkait permasalahan sosial di Amerika, seperti kejahatan kriminal, diskriminasi ras dan masalah keluarga. Pemikiran dan praktik dari aliran Chicago *School* peka terhadap konteks sosio historis (Lutter, 1996).

Penelitian ini bertujuan untuk menumbuhkan lagi nilai yang terkontruksi dari Sungai sebagai sumber kehidupan masyarakat Banjarmasin, serta Soto sebagai kuliner daerah yang memiliki nilai sejarah. Dari adanya rasa memiliki dan kebanggaan bersama, maka proses *branding* daerah juga akan bertumpu pada kekuatan potensi daerah asli bukan serapan dari luar. Diharapkan, kerja sama antar masyarakat dalam memaknai ini menjadi kunci terjadinya pelestarian kedua budaya tersebut. Contoh pada penelitian sebelumnya, oleh Scott (2022) berjudul “Just Give Me a Meme!” Popular Culture Insight from Crisis Food Communication. Penelitian ini mengambil pemikiran komunikasi ritual James W Carey, berfokus bagaimana fenomena Meme makanan/kuliner di media sosial dapat memberikan dampak emosional untuk membangkitkan semangat di tengah masyarakat yang dilanda Covid-19. Di sini kita melihat bahwa dengan adanya partisipasi, berbagi, dan keyakinan bersama di tengah khalayak akan menumbuhkan suatu keyakinan tertentu. Seperti halnya, bagaimana fenomena sungai dan kuliner dapat membangkitkan emosional bagi masyarakat Banjarmasin ataupun publik secara luas.

Seperti pada penelitian Syahfitri (2015) yang berjudul “Perspektif Ritual pada Komunitas Suporter Sepak Bola Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI) Chapter Malang”. Penelitian ini melihat fenomena supporter sebagai bentuk dari representasi komunikasi ritual, dimana adanya nilai yang terus menerus dimaknai bersama dan diyakini, seperti bagaimana selalu berkumpul, memakai atribut yang sama, terpelihara dan menjadi satu kesatuan yang terbalut dalam nilai cinta dengan satu club sepak bola. Bercermin dari ini, penelitian yang peneliti lakukan dalam menemukan *gastro destination* juga melibatkan peran dari komunitas dalam konteks ini masyarakat Banjarmasin, yang mana memelihara budaya Sungai dan Soto Banjar sebagai identitas budaya mereka, sehingga menjadi bagian dari kehidupan dan direpresentasikan sebagai *icon* kuliner dan *icon* wisata (Tellstrom, 2011).

Juga pada penelitian yang berfokus pada penyelesaian masalah sosial di masyarakat. Seperti pada penelitian Prifandani (2016) yang berjudul “Elder Abuse and Family Communication” penelitian ini berfokus pada pendekatan melalui metode *action* riset mengenai dialektika relasional anak usia produktif dan lansia sebagai upaya mencegah *Elder Abuse* pada *extended family*. Pada penelitian ini peneliti melakukan berbagai sosialisasi dan berupaya memberikan edukasi terkait isu *Elder Abuse*. Bercermin pada penelitian ini, isu *gastro destination* meskipun tidak dalam situasi genting, namun penting untuk keberlangsungan di masa depan, dimana juga diperlukan adanya upaya sosialisasi dan edukasi, seperti yang telah dilakukan pada *stakeholder* terkait bentuk konkret bagaimana implementasi *gastro destination* di masyarakat. Penelitian ini pada akhirnya, menjadikan nilai pada sebuah komunitas yang berdampak besar terhadap kelangsungan hidup di masyarakat (Warman, 2017).

Secara umum penelitian ini ingin memberikan perspektif baru dari bagaimana implementasi kajian budaya. Selain itu, dapat dijadikan dasar pemikiran dalam menciptakan sebuah *branding* yang

berakar dari identitas budaya asli dari sebuah daerah. Hal ini diharapkan akan menjadi landasan bagi pemangku kebijakan dan pelaku di lapangan untuk membuat *branding* citra kota tetap koheren dengan khazana budaya aslinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau paradigma interpretif, pendekatan penelitian yang menekankan aksi sosial yang bermakna, makna yang dibentuk secara sosial dan relativisme nilai (Neuman, 2018). Pendekatan interpretif memiliki beberapa variasi; hermeneutik, konstruksionisme, etnometodologi, kognitif, dan idealis. Pendekatan interpretif berkaitan dengan interaksionis simbolik sekolah sosiologi Chicago pada tahun 1920-1930-an. Secara umum, metodologi interpretatif adalah pemeriksaan metodis aktivitas sosial yang signifikan melalui seluk beluk dan persepsi langsung dalam pengaturan reguler, untuk memperoleh pemahaman dan terjemahan tentang bagaimana individu membuat dan mengikuti dunia sosial mereka (Neuman, 2018).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak melakukan perhitungan dalam buku melainkan menggunakan pendekatan alamiah untuk memahami fenomena dalam konteks tertentu (Neuman, 2013). Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati (Moelong, 2006).

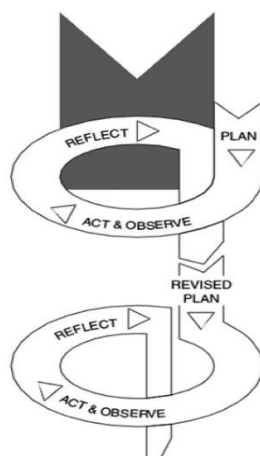
Dalam penelitian ini digunakan tiga teknik pengumpulan data di antaranya: (1) observasi. Peneliti melakukan observasi di lapangan terlebih dahulu untuk mengetahui bagaimana *branding* Kota Banjarmasin selama ini berjalan. Peneliti melakukan observasi dengan cara turun lapangan dan mewawancarai beberapa *stakeholder* terkait, seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, akademisi, budayawan, sejarawan, dan pelaku usaha Soto. (2) Wawancara, pada proses wawancara di lapangan anggota mengekspresikan diri sendiri dalam cara mereka biasanya berbicara, berpikir, dan mengatur realitas (Neuman, 2013). Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam tidak terstruktur. Wawancara mendalam yang tidak terstruktur dan tidak mengarah dalam penelitian lapangan berbeda dari wawancara penelitian survei formal. (3) Dokumentasi, metode dokumentasi dapat digunakan dalam riset kuantitatif dan riset kualitatif. Dokumen dapat berbentuk dokumen publik atau dokumen privat. Jenis-jenis dokumentasi antara lain berita-berita media massa, buku teks, tulisan-tulisan prasasti, peraturan hukum, status *Facebook*, cuitan *Twitter*, *Chatting*, program televisi, film, video di *YouTube*, dan iklan.

Peneliti menggunakan dua sumber data, untuk mengumpulkan data yang diperlukan yaitu data yang diperoleh langsung dari wawancara informan sejumlah 20 orang, yang terbagi menjadi 4 sektor yaitu dari (1) Pemerintah Daerah, (2) pelaku usaha Soto Banjar, (3) pelaku wisata dan forum terkait, dan (4) akademisi, sejarawan dan budayawan. Sumber data yang kedua, berasal dari arsip yang ada atau penelitian sebelumnya yang digunakan untuk mendukung kelengkapan data penelitian, seperti dari buku, jurnal, dan media lainnya.

Model *action* riset yang digunakan pada penelitian ini yaitu, model McTaggart dan Kemmis. Model ini berfokus pada empat aspek utama yaitu (1) mempelajari, (2) membingkai, (3) membingkai ulang, dan (4) merekonstruksi praktik sosial. Ini juga melihat perubahan dalam pendidikan dan masyarakat (Yaumi et al., 2014). Secara umum, spiral refleksi diri termasuk dalam partisipasi dalam penelitian tindakan dan bertujuan untuk (1) merencanakan perubahan, (2) mempelajari dan mengamati proses dan (3) hasil perubahan, memeriksa proses dan hasil perubahan, (4) merencanakan ulang, (5) mempelajari dan mengamati, dan (6) mengevaluasi (Denzin et al., 2009).

Kemmis & McTaggart mengklafikasikan model penelitian ini pada *participatory action research*, dimana peneliti mengarahkan perhatiannya pada perubahan tertentu dan reaksi akibat adanya komitmen keterlibatan. Pada proses belajar, penelitian ini difokuskan pada perubahan materi yang nyata tentang beberapa hal seperti (1) bagaimana orang bertindak, (2) bagaimana orang berkomunikasi satu sama lain, (3) bagaimana individu menghargai dan memahami sesuatu, (4) cara mereka menginterpretasikan suatu kejadian.

Kajian berikutnya yang lebih spesifik berfokus pada materi simbolik yang membangun komunikasi, produksi, dan tatanan sosial. Di bidang budaya simbolik, bidang ini menciptakan struktur social, ekonomi, politik masyarakat struktur sosial berikutnya menciptakan bahasa atau media sosial yang menyebarkan wacana, kekuatan, dan profesi. Pengetahuan yang diungkapkan sesuai dengan pemahaman kemudian dibentuk oleh media social, keterampilan, dan tanda. Setelah itu, pengetahuan ini kembali membentuk praktik sosial dan komunikasi yang positif, produksi, dan tatanan sosial.



Gambar 4. Model Spiral *Action Riset* (Sumber: Denzin & Lincoln, 2009)

Siklus model *action riset* Kemmis & McTaggart bersifat reflektif diri, siklus tersebut mencakup perencanaan, tindakan, dan refleksi. Model spiral seperti ini menawarkan kesempatan untuk mengaji fenomena yang terjadi dan disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan. Model ini akan menitikberatkan pada praktik sosial, membentuk partisipatori, menekankan pada tindakan praktis dan kolaboratif, membangun emansipatosi, menekankan pada sifat-sifat kritis, bersifat refleksif dan bertujuan untuk mentransformasikan teori dan praktik (Yaumi et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah melakukan *action riset* dengan menggunakan siklus model Kemmis & McTaggart yang dibagi menjadi 2 siklus. Siklus pertama berupa perencanaan, peneliti memulai dengan observasi dan wawancara dengan berbagai *stakeholder*, mulai dari pemerintah, melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, pelaku usaha Soto Banjar, pelaku wisata, akademisi, budayawan, serta putra-putri daerah Kota Banjarmasin. Pertama-tama peneliti memetakan bagaimana proses *branding* di Kota Banjarmasin dan bagaimana potensi Soto Banjar sebagai kuliner daerah. Hasilnya didapatkan bahwa, sungai merupakan sektor dominan dari *branding* daerah, sehingga elemen budaya apapun akan terasosiasi dengan sungai, termasuk Soto Banjar. Dari sinilah, gagasan *gastro destination* muncul. Hal ini semakin menguatkan bahwa pemanfaatan Soto dan Sungai yang sejak dahulu sudah terasosiasi membangun suatu kontruksi budaya.

Selanjutnya yaitu tindakan dan pengamatan, pada tahapan ini peneliti melakukan seminar virtual. Menyampaikan bagaimana *stakeholder* sebaiknya dalam memanfaatkan potensi *gastro destination*. Acara webinar dihadiri oleh berbagai *stakeholder* terkait, seperti pemerintah daerah, pelaku usaha Soto Banjar, Akademisi dan Budayawan Kota Banjarmasin.



Gambar 5. Suasana Webinar

Selain melakukan Webinar, peneliti juga melakukan lobi ke beberapa *stakeholder* terkait yang belum sempat menghadiri acara seminar virtual. Beberapa hasil *lobbying* yang telah dilakukan, salah satunya Bersama Adethia Hailina selaku Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda Dinas Pariwisata Povinsi Kalimantan Selatan. Peneliti melakukan presentasi dan wawancara melalui zoom. Dalam prosesnya, peneliti mendapatkan masukan dan respon yang cukup positif, terutama terkait dukungan pemerintah provinsi dengan bagaimana adanya program baru yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin.

Selanjutnya mendatangi Alfi Rahmat Fuadi selaku Staf Bidang Pengembangan Kepemudaan Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Banjarmasin. Peneliti memberikan penjelasan terkait konsep *gastro destination* di Kota Banjarmasin, bagaimana potensi Sungai dan Soto Banjar dapat dikolaborasi, dan bagaimana perspektif budaya dalam kajian ini sangat melekat dengan sejarah dan kebudayaan Banjar. Dalam kajian ini, bukan semata-mata hanya mengembangkan pariwisata daerah namun juga bagaimana dapat membangkitkan kebudayaan sungai di Banjarmasin.

Lalu menemui Guntur Mas selaku Ketua HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Kalimantan Selatan. Peneliti menjelaskan bagaimana konsep *gastro destination* yang dapat memberikan alternatif tujuan wisata di Banjarmasin. Guntur menekankan beberapa poin penting terkait apa yang harus diperhatikan ketika konsep *gastro* diterapkan pada wisata yang ada di Banjarmasin. Selain itu, dia juga menjelaskan terkait bagaimana antusias wisatawan yang datang ke Banjarmasin selama ini dengan adanya wisata sungai dan soto.

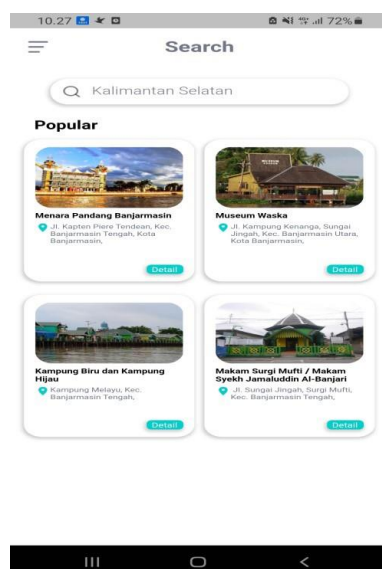
Selanjutnya, peneliti juga menemui M. Faisal Rakhman selaku Analis Perencanaan BAPPEDA Provinsi Kalimantan Selatasm. Peneliti memaparkan bagaimana konsep *gastro destination*, apa tujuannya, serta penerapannya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pada penjelasan tersebut, Pak Faisal memberikan gagasan yang sangat baik dan dismapikan di depan para peserta webinar. Pak Faisal merasa audiens primer dalam webinar melihat kajian *gastro* sebagai program pemerintah jangka panjang yang perlu waktu untuk direalisasikan. Akan tetapi, dari segi tujuan serta pemanfaatan antara wisata sungai dan soto Banjar, sangat mendukung program pemerintah untuk menjadikan Banjarmasin sebagai kota sungai menuju gerbang Kalimantan 2025. Pak Faisal juga memberikan paparan dari perspektif budaya pada kajian *gastro* sangat menarik dan sangat memberikan dukungan terkait pelestarian budaya sungai di Banjarmasin.

Langkah terakhir, pengkajian ulang, dalam proses ini peneliti melakukan evaluasi dengan melakukan wawancara kembali para *stakeholder* yang sudah terlibat. Hasilnya adalah, secara garis besar gagasan diterima dengan baik dan bersinggungan langsung dengan program pemerintah, seperti revitalisasi sungai dan pengembangan wisata berbasis sungai untuk melestarikan budaya sungai. Akan tetapi, diperlukan lagi suatu *platform* yang dapat diakses oleh seluruh kalangan tidak hanya warga Banjarmasin, karena tujuan utama dari gagasan ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pendatang atau wisatawan, sehingga perlu ada program terstruktur dan dapat diukur.

Siklus Kedua, *perencanaan*, Sesuai dengan evaluasi dari siklus pertama, peneliti membuat aplikasi yang memuat berbagai wisata di Banjarmasin beserta rekomendasi tempat makan Soto Banjar yang ada. Aplikasi ini akan memudahkan para wisatawan untuk mengetahui apa saja wisata di Banjarmasin dan sekaligus mengetahui dimana saja Soto Banjar yang dapat dikunjungi. Ini merupakan bentuk nyata

dari bagaimana *gastro destination* dapat direpresentasikan, menggabungkan wisata Sungai dan Soto Banjar sebagai bentuk dari artefak budaya yang lahir dan berkembang di masyarakat Banjarmasin.

Tindakan dan pengamatan, peneliti membuat aplikasi yang dapat diunduh pada media *mobilephone*, aplikasinya bernama “Pergi Makan Banjarmasin”. Aplikasi ini masih sederhana dan berpotensi untuk dikembangkan lagi. Akan tetapi, secara garis besar aplikasi tersebut sudah memuat wisata unggulan di Banjarmasin dan rekomendasi lengkap dengan alamat dari Soto Banjar terdekatnya.



Gambar 6. Halaman Depan Aplikasi Pergi Makan Banjarmasin

Pengkajian ulang, peneliti kembali melakukan evaluasi dengan cara wawancara kembali terkait program aplikasi yang telah dibuat. Wawancara dengan sejumlah *stakeholder* yang terlibat untuk mengetahui apa saja yang masih kurang dan yang menjadi pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini yang menjadi catatan penting adalah aplikasi bahasa yang digunakan hanya satu bahasa yaitu bahasa Indonesia, bagaimana jika yang mengunduh wisatawan asing, sehingga perlu diperhatikan kembali. Lalu dari rekomendasi tempat makan Soto Banjar yang dimuat masih terpaku pada nama-nama yang sudah besar. Tentunya, program ini hanya awal, masih sangat bisa dikembangkan dan diharapkan untuk adanya keterlibatan dari unsur pemerintah atau investor agar gagasan wisata *gastro destination* ini semakin dikenal.

Action riset berhenti pada siklus kedua, dimana diskusi dan pengembangan akan dapat dilanjutkan kembali dengan kerja sama yang lebih luas, terutama pada *stakeholder* terkait yang memang membawahi langsung program wisata, budaya, dan pelestarian sungai. Dalam penelitian ini komunikasi ritual menjadi teori dasar yang diangkat untuk mengetahui bagaimana keterhubungan anatara proses identifikasi sebuah *branding* yang melibatkan unsur budaya, seperti halnya dalam memaknai hadirnya Soto Banjar sebagai makanan khas Kota Banjarmasin, serta sungai sebagai kehidupan budaya sosial Kota Banjarmasin. Kedua elemen soto dan sungai ini akhirnya merujuk pada satu konsep yaitu *gastro destination*. Konsep *gastro destination* hadir melalui proses komunikasi ritual, seperti yang sudah dijelaskan bahwa pandangan komunikasi ritual, komunikasi tidak secara langsung menyebarkan pesan ke seluruh ruang. Namun, ada lebih banyak hal yang harus dipertahankan dalam komunitas pada suatu waktu (Midtgarden, 2021). Korespondensi yang dibangun juga bukan sebagai demonstrasi memberikan informasi melainkan untuk menjawab atau mengembalikan keyakinan bersama yang dikoordinasikan untuk kontrol dalam kegiatan antar individu (Carey, 1989). Pemahaman kajian komunikasi ritual ini dapat merepresentasikan kondisi dimana proses *gastro destination* itu dibentuk.

Sesuai dengan pernyataan James W Carey, ritual komunikasi berfokus pada partisipasi, berbagi, asosiasi, serta keyakinan bersama yang berakar pada kesamaan, persekutuan, komunitas dan komunikasi. Dapat dilihat di sini bagaimana bentuk *partisipasi*, masyarakat Banjarmasin secara luas telah

ikut serta membentuk Sungai dan Soto Banjar sebagai potensi daerah yang mana merepresentasikan nilai budaya dan tradisi. *Berbagai (sharing)*, sungai bukan untuk tempat pembungan, namun sebagai awal dari bermulanya segala aktivitas kehidupan. Nilai itulah yang ingin dibagikan dari adanya menikmati soto di pinggiran sungai. Apabila melakukan itu, akan terkonstruksi bagaimana kehidupan Banjarmasin pada dahulunya dan akan menjadi sarana memperkuat nilai tradisi dan makna akan terus disebarluaskan melalui konsep *gastro destination*.

Asosiasi (association), tersebarnya nilai-nilai tradisi budaya dari Soto Banjar dan sungai, mengakibatkan adanya keselarasan di antara masyarakat Banjarmasin untuk memaknai Sungai dan Soto Banjar. Hal tersebut membentuk kebersamaan yang terjaga, terjalin dan terikat akan nilai dari wisata soto dan sungai yang hingga saat ini tetap ada dan dijadikan identitas budaya yang dibanggakan. *Keyakinan bersama (common faith)*, proses penyebaran nilai dan keselarasan makna pada masyarakat Banjarmasin menyebabkan keyakinan bersama yang akhirnya menjadi identitas serta representasi daerah.

Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi aliran pemikiran Chicago *School*, yang mana penelitian Chicago *School* dekat dengan penelitian yang memberikan solusi pada permasalahan sosial di masyarakat. Asumsi utama untuk Chicago *School* adalah metodologi kualitatif, terutama yang digunakan dalam pengamatan naturalistik, paling cocok untuk studi perkotaan, dan fenomena social (Bulmer, 1984). Pemikiran Chicago *School* ini menjadi dasar bagaimana konsep *gastro destination* dapat digunakan sebagai solusi dari apa yang terjadi pada permasalahan budaya sungai dan kuliner khas Soto Banjar di Kota Banjarmasin. Mahzab Chicago *School* juga selaras dengan pemikiran James W Carey. Teori budaya dan studi budaya Carey, berakar kuat dalam pragmatisme pemikiran sosial Chicago *School* (Lawrence, 2009). Perjuangan untuk melakukan perubahan sosial adalah soal bahasa/teks dan tindakan praktik/kebijakan. Pragmatisme menitik beratkan fokus pada hal-hal yang alamiah tidak terlalu teoritis (Barker, 2012).

Setelah melakukan *action* riset serta evaluasi pasca *action* riset, peneliti lalu menemukan beberapa intisari keterhubungan teori komunikasi ritual dan aliran pemikiran Chicago *School* terkait pentingnya kajian *gastro destination* (Forchot, 2007) serta pemnfaatanya. *Pertama*, Soto Banjar sebagai kuliner khas dan sungai sebagai *icon* Kota Banjarmasin menjadi elemen yang tidak dapat tergantikan dalam merepresentasikan identitas Kota Banjarmasin dan warga Kota Banjarmasin. Hal ini berkaitan dengan bagaimana sejatinya proses komunikasi ritual dapat membentuk keyakinan bersama, dan akhirnya menjadi kebanggaan bersama yang tidak dapat terpisahkan. Selanjutnya mengatasi masalah di lapangan yang terkait dengan pelestarian kehidupan budaya sungai di Kota Banjarmasin. Hal ini berkaitan dengan penguatan identitas kota dimana mulai berubahnya orientasi masyarakat ke darat.

SIMPULAN

Potensi Soto Banjar dan Sungai sebagai *gastro destination* melalui pemikiran komunikasi ritual James W Carey dapat menjadi salah satu cara dalam pelestarian budaya sungai di Kota Banjarmasin. Selain itu, juga menjadi stimulus dari program pemerintah dalam program revitalisasi sungai. Secara garis besar seluruh *stakeholder*, dari sektor pemerintah, akademisi, indsturi, yang terlibat dari awal penelitian hingga akhir sangat mendukung dan menyambut baik dari adanya kajian *gastro destination* yang ditawarkan. Semua rangkaian *action* riset diterima dengan baik dan diwacanakan dapat didiskusikan lebih lanjut. Proses refleksi budaya yang terjadi melalui komunikasi ritual dapat dipelihara dan dimanifestasikan melalui pengembangan literasi budaya sungai dan inovasi yang semakin meningkatkan eksistensi dari sungai sebagai hakikat kehidupan bagi masyarakat Banjarmasin dan Soto yang merupakan makanan khas daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, Dosen dan Akademisi Fakultas Ilmu Komunikasi serta Fakultas Pendidikan Ilmu Sejarah Universitas Lambung Mangkurat dan UIN Antasari Banjarmasin, pelaku usaha Soto Banjar dan Wisata di Kota Banjarmasin, forum terkait dan Budayawan yang telah mendukung dalam penelitian ini.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan pihak terkait Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyat, I. S. (2012). Politics and Economy of Banjarmasin Sultanate in the Period of Expansion of the Netherlands East Indies Government in Indonesia, 1826-1860. *TAWARIKH*, 3(2), 155-176. <https://doi.org/10.2121/tawarikh.v3i2.540>
- Alfisyah. (2019). Tradisi makan urang banjar (Kajian folklor atas pola makan masyarakat lahan basah). *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 1(3), 97-109.
- Astuti, S. I. (2003). "Cultural Studies" dalam Studi Komunikasi: Suatu Pengantar. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 55-68. <https://doi.org/10.29313/mediator.v4i1.825>
- Barker, C. (2012). *Cultural studies: Theory and practise*. New York: SAGE Publication.
- Blue, G. (2019). Science communication is culture: foregrounding ritual in the public communication of science. *Science Communication*, 41(2), 243-253. <https://doi.org/10.1177/1075547018816456>
- Bulmer, M. (1984). *The Chicago school of sociology: Institutionalization, diversity, and the rise of sociological research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Carey, J. (1989). *Communication as culture, revised edition: Essays on media and society*. United Kingdom: Routledge.
- Carey, J. W. (2009). Graduate education in mass communication. *Communication education*, 28(4), 282-293. <https://doi.org/10.1080/03634527909378368>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. United States: Sage.
- Faizin. (2015). Sikap hidup masyarakat Madura dalam kumpulan cerpen Mata Blater karya Mahwi Air Tawar. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 163-172. <https://doi.org/10.22219/kembara.v1i2.2613>
- Febrina, R.I, Irwansyah & Rusfian, E. (2016). Iconic culinary as an icon for tourism destination's branding. *Social Sciences (Pakistan)*, 11(19), 4589-4593.
- Forchot, I. (2007). An analysis of regional positioning and its associated food images in French tourism regional brochures. *Journal of travel & tourism marketing*, 14(3-4), 77-96. https://doi.org/10.1300/J073v14n03_05
- Hasanuddin, W. (2015). Kearifan lokal dalam tradisi lisan kepercayaan rakyat ungkapan larangan tentang kehamilan, masa bayi, dan kanak-kanak masyarakat Minangkabau wilayah adat luhak nan tigo. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 198-204. <https://doi.org/10.22219/kembara.v1i2.2615>
- Irwansyah. (2020). Gastronomic branding. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 2(1), 51-53. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v1i1.94>
- Lawrence, G. (2009). The conversation of cultural studies. *Cultural Studies*, 23(2), 177-182. <https://doi.org/10.1080/09502380802664508>
- Lestari, E. (2017). Representasi Wujud Budaya di Masyarakat Multikulturalisme dalam Novel Burung-burung Rantau Karya Yb Mangunwijaya. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(2), 196-209. <https://doi.org/10.22219/kembara.v3i2.5176>
- Lutter, W. G. and M. S. A. (1996). Social relations in complex environments: An introduction to the Chicago school of sociology. *UCI-ICS Social Worlds Lab*, 96(1), 1–25.
- Mansyur, Mursalin, & Subroto, W. (2019). *Sabang Banjar, Banjarmasin dalam jalur perdagangan rempah dunia abad 17*. Banjarmasin: Pemerintah Kota Banjarmasin.
- Midtgarden, T. (2021). Communication as Transmission and as Ritual: Dewey's Account of Communication and Carey's Cultural Approach. *Contemporary Pragmatism*, 18(2), 113-133.
- Moelong, L. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursalin. (2021). Mencicipi Soto Banjar, membayangkan sejarah. *Majalah Kandil*. Edisi Juli, 40-43.
- Neuman, L. (2018). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Indeks.

- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Indeks.
- Pooley, Jefferson, Daniel, C. (2007). The Chicago School and mass communication research. In *American Communication Research—The Remembered History* (pp. 21-38). Routledge.
- Prifandani, A. (2016). *Elder Abuse and Family Communication (Studi Komunikasi Keluarga dengan Pendekatan Action Reserach Dialektika Relasional Anak Usia Produktif dan Lansia sebagai Upaya Mencegah Elder Abuse pada Extended*. Disertasi. Program Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- Putu, A. N., & I, J. R. G. (2022). Konstruksi makna tempat dalam artikel ilmiah berbahasa Indonesia bidang antropologi. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(1), 81-96. <https://doi.org/10.22219/kembara.v8i1.18396>
- Rahman, A. (2014). Pelestarian Rumah Lanting Berlandaskan Budaya Sungai Masyarakat Kota Banjarmasin. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(2), 221-231. Retrieved from <https://journal.unpar.ac.id/index.php/unpargraduate/article/view/1054>
- Ross, M. (2013). *An alternative path: The intellectual legacy of James W. Carey*. Columbia: University of South Carolina.
- Scott, D. T. (2022). *Just Give Me a Meme!: Popular Culture Insights from Crisis Food Communication*. Columbia: University of South Carolina.
- Subiyakto, B & Mutiani, M. (2019). Internalisasi nilai pendidikan melalui aktivitas masyarakat sebagai sumber belajar ilmu pengetahuan sosial. *Khazanah: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 17(1), 137-166. <http://dx.doi.org/10.18592/khazanah.v17i1.2885>
- Subiyakto, B. (2005). Fungsi integratif pelayaran sungai terhadap perekonomian Kalimantan Selatan pada masa dahulu. *Jurnal Kebudayaan Kandil*, 9(1), 1-10.
- Subroto, W., & Prawitasari, M. (2021). Perubahan orientasi masyarakat Kota Banjarmasin dari sungai ke darat awal abad XX. In *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Laban Basab* (Vol. 6, No. 2).
- Sudarsi, E. T., Taula'bi, N., & Allo, M. D. G. (2022). Representation of character education values in the tradition of "sikarume" Toraja. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(1), 25-36. <https://doi.org/10.22219/kembara.v8i1.18098>
- Syahfitri, M. (2015). *Perspektif ritual pada komunitas supporter sepakbola Manchester City Supporters Club Indonesia (MCSCI) Chapter Malang*. Disertasi. Program Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- Tanikawa, M. (2022). Explicating the Enigma Through the Cultural Lens: Media Stereotyping as a "Ritual". *International Journal of Communication*, 16(23). 2015–2037. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17929>
- Tellstrom, R. (2011). City Branding through Food culture: insights from the regional branding level. *City Branding: Theory and Cases*, 62-69. https://doi.org/10.1057/9780230294790_8
- Warman, A. K. (2017). *M. Alwi Dablan & Dunia Humaniora: Studi Cultural Studies Tokoh M. Alwi Dablan dalam Dunia Humaniora*. Disertasi. Program Pascasarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- Yaumi, Muhammad & Damopoli, M. (2014). *Action research: teori, model, dan aplikasi*. Jakarta: Kencana.