

BAB III

DATA DAN ANALISA

3.1. Data

Data adalah perkumpulan fakta yang diterima melalui berbagai sumber untuk mendapatkan informasi yang bersangkutan dengan topik penelitian. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu, studi litelature, wawancara, kuesioner, dan observasi.

3.1.1. Makan Bedulang

Berikut ini penjelasan mengenai pengertian serta bagian-bagian yang menyangkut didalam makan bedulang.

a. Pengertian Makan Bedulang

Makan bedulang merupakan tradisi kuliner khas etnis melayu di Bangka Belitung, secara harfiah makan bedulang dapat diartikan dengan makan menggunakan dulang, dalam pengertian yang lebih luas, makan bedulang adalah prosesi makan bersama dalam satu dulang, terdiri dari empat orang duduk bersila dan saling berhadapan mengitari dulang berisi makanan yang disajikan dan dinikmati dengan tatacara dan etika tertentu.

Dulang adalah nampan besar berbentuk bundar. Pada mulanya yang digunakan adalah dulang kayu , kemudian menggunakan dulang tembaga atau dulang seng baru dikenal tahun 1950an. Munculnya makan bedulang di perkirakan karna perkembangan budaya melayu (islam) di Belitung.

b. Dua Jenis Makan Bedulang Dan Tatacaranya

2 jenis makan bedulang yang akan dijelaskan ialah makan bedulang pada upacara adat dan di kehidupan sehari-hari.

1. Makan Bedulang Pada Upacara Adat

Pada upacara adat, makan bedulang memiliki tata cara yang sedikit merepotkan dikarnakan dalam pelaksanaannya makanan yang disajikan tidak boleh

sembarangan, makanan yang harus dihindari ialah yang berbau amis, dan pengantaran makan bedulang harus dilakukan dengan cara dari satu orang ke orang lain secara berturut-turut, dengan mengantar terlebih dulu dulang kemudian nasi kemudian air. Pada upacara adat yang berhak membuka tudung sajinya ialah mereka yang lebih muda dan kemudian yang muda harus memberikan priring serta mempersilahkan yang tua untuk terlebih dahulu mengambil nasi, lauk dan menggunakan air kobokan. Disitulah terletak nilai sosial kebersamaan, saling menghargai dan berbagi.

2. Makan Bedulang Di Kehidupan Sehari – hari

Sedangkan dalam kehidupan sehari-hari atau didalam keluarga sangat dibebaskan mengenai makanan yang akan di sajikan namun tata cara makannya berbeda dengan upacara adat yaitu ayah sebagai kepala keluarga yang akan membuka tudung saji dan menyiapkan nasi serta mengambil lauk – pauk untuk anak dan istri sebagai tanda telah bertanggung jawab atas keluarga.

c. Manfaat Makan Bedulang

Manfaat dari makan bedulang bagi masyarakat ialah mengandung nilai sosial yaitu, sarana pengikat tali silaturahmi, menunjukkan kesetaraan dan kebersamaan, kerukunan, tali persaudaraan, toleransi, rasa bersyukur, saling menghargai, saling membantu.

d. Fungsi Komponen Makan Bedulang

Berikut ini akan dijelaskan mengenai komponen apa saja yang ada di dalam makan bedulang beserta fungsinya.

1. Tudung Saji

Berfungsi untuk melindungi makanan dari lalat atau semut saat di simpan dan tudung saji dibuat dari daun pandan hutan agar makanan tetap segar dan tidak mudah membusu tudung saji berwarna merah agar terlihat estetika serta membuat nafsu makan bertambah.

2. Dulang

Berfungsi sebagai alas dari piring yang telah diisi dengan lauk pauk, serta sebagai wadah atau tempat penyajian makanan.

3. Kain Alas

Berfungsi agar piring yang akan di letakkan di dalam dulang tidak bergeser ketika di angkat.

4. Tudung Lambak

Berfungsi untuk menandakan bahwa lauk pauk didalam dulang sudah lengkap, serta untuk membantu agar tidak terjadi pergeseran antara dulang dan tudung saji saat ditimpa.

5. Kobokan

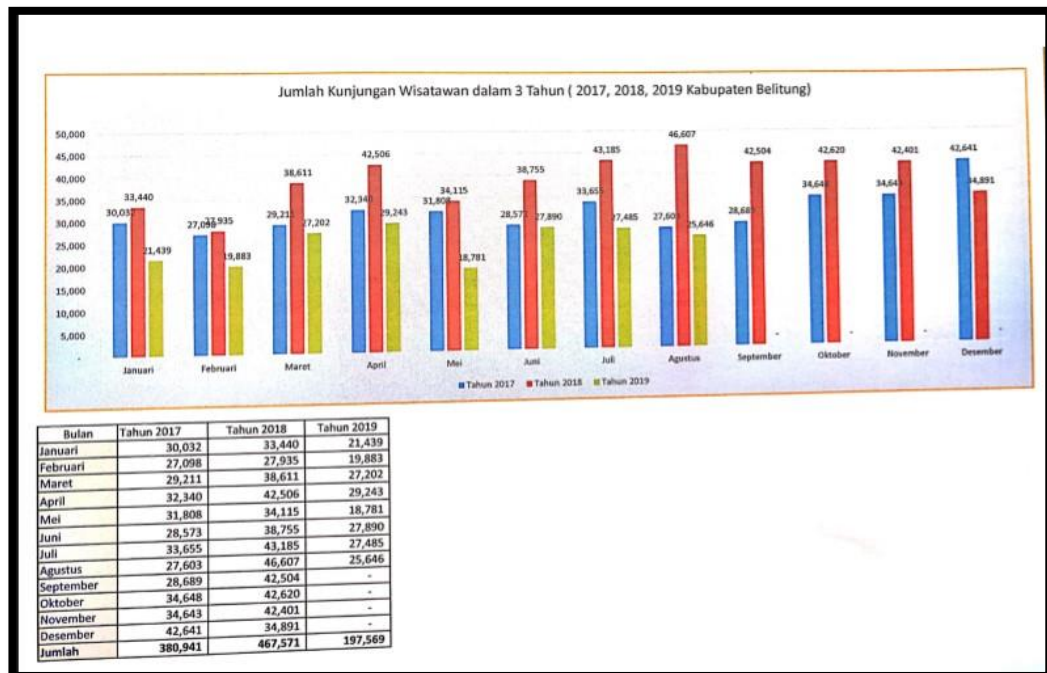
Untuk mencuci tangan dikarnakan dalam makan bedulang tidak menggunakan sendok, sendok hanya di gunakan untuk makanan berkuah.

6. Piring Lauk Dan Piring Makan

Piring lauk untuk meletakkan lauk pauk dan di masukan kedulang, sedangkan piring makan akan dibawa dengan nasi, piring di pisah agar tidak mengotori lauk yang di sediakan di dulang.

3.1.2. Data Statistik

Data statistik di peroleh melalui dinas Pariwisata Tanjung Pandan Belitung guna mengetahui berapa banyak wisatawan yang berkunjung ke Belitung serta untuk mengetahui wisatwan nusantara atau mancanegara yang paling banyak berkunjung ke Belitung. Peninjauan ini dilakukan untuk mengetahui target primer dari makan bedulang.




Gambar 3.1 Data statistik kunjungan wisatawan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

Jumlah kunjungan menunjukkan bahwa wisatawan nusantara lebih banyak berkunjung ke Belitung dimulai dari pertengahan tahun hingga akhir tahun.

3.1.3. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung ke narasumber yang bersangkutan yaitu, budayawan, pihak dinas pariwisata, wisatawan, *travel agen* dan manager rumah makan.

Tabel 3.1 Wawancara terkait nara sumber
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

 <p style="text-align: center;">Bapak Ahmad Hamzah Budayawan Belitung Dan Pengurus Rumah Adat Belitung</p>	<p>Makan bedulang merupakan objek yang mencerminkan adab atau karakter masyarakat etnis melayu di Belitung</p>
---	--

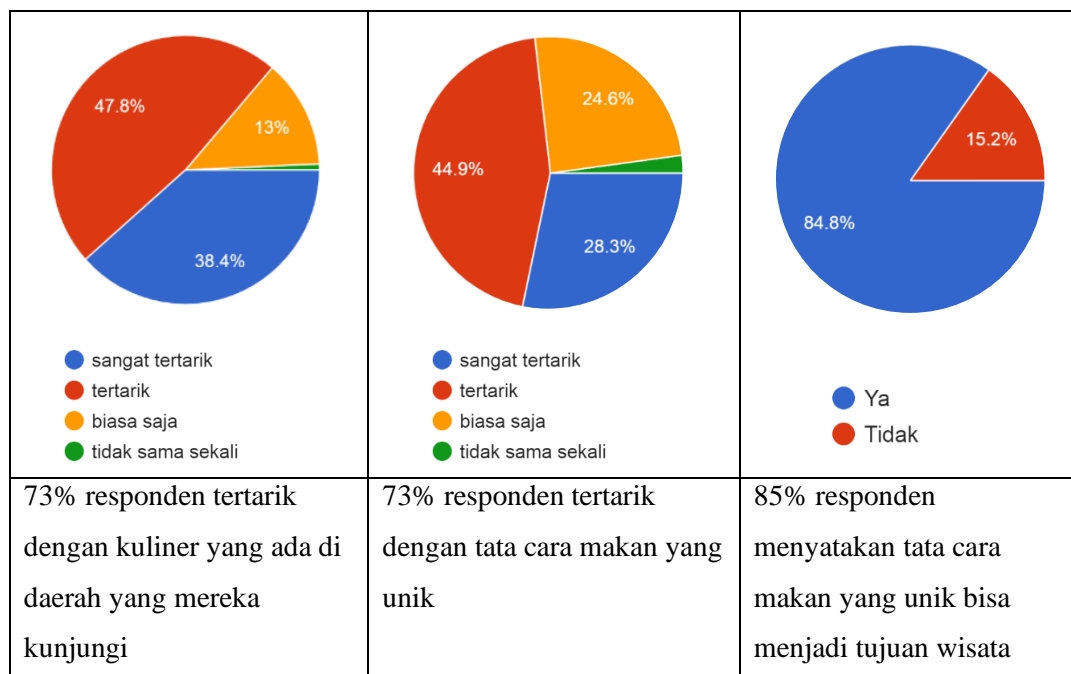
 <p data-bbox="416 618 890 689" style="text-align: center;">Ibu Annyta Sekretariat Dinas Pariwisata Belitung</p>	<p data-bbox="1018 286 1337 600">Promosi yang dilakukan oleh pemerintahan ialah mermbuat acara makan bedulang bersama tamu tertentu yaitu wisatawan mancanegara.</p> <p data-bbox="1018 618 1337 819">Makan bedulang bisa menjadi sebuah acuan wisata dikarnakan menarik dan memiliki keunikan.</p>
---	---

- Menurut beberapa wisatawan tujuan mereka melakukan perjalanan selain mendapatkan penyegaran, mereka juga mencari kuliner, budaya, sejarah, serta hiburan. Hal tersebut menjadi alasan wisatawan melaksanakan wisata ke sebuah tempat.
- Menurut travel agen kebanyakan wisatawan yang mereka temui berasal dari kota – kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Medan dan pulau jawa, dan bahkan ada yang dari Malaysia dan Singapura, namun wisatwan yang paling banyak berkunjung berasal dari Jakarta dan Bandung. menurut mereka kebanyakan wisatwan nusantara merasa cocok dengan cita rasa yang ada di Belitung dan saat akan melaksanakan makan bedulang wisatawan merasa sangat tertarik dan penasaran. Setelah merasakan makan bedulang mereka menjadi mengetahui tradisi orang melayu di Belitung.
- Menurut manager rumah makan yang menyuguhkan makan bedulang sebagai kuliner di Belitung mereka menyatakan bahwa promosi yang dilakukan hanya melalui travel agen dan sosial media serta liputan di acara tv.

3.1.4. Kuesioner

Kuesioner dilakukan melalui google formulir dengan responden sebanyak 138 orang.

Tabel 3.2 kuesioner
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)



Hasil dari kuesioner menyatakan bahwa kebanyakan responden setuju bahwa tata cara makan yang unik bisa menjadi tujuan berwisata dan tak sedikit responden yang tertarik dengan tata cara makan yang unik serta kuliner di tempat atau daerah yang mereka kunjungi.

3.1.5. Observasi

Dalam tahapan observasi penulis melihat keadaan dilapangan bahwa makan bedulang sudah dikurangi bahkan sudah ditinggalkan di upacara adat di daerah Tanjung Pandan Belitung, hal tersebut bisa terlihat pada acara pernikahan yang ada di Tanjung Pandan. Kebanyakan masyarakat di sana mengganti makan bedulang dengan prasmanan. untuk menghadiri pernikahan dengan tata cara makan bedulang penulis harus pergi ke sebuah pulau yaitu pulau Selat Nasik tepatnya di desa Pungo.

Makan bedulang masih menjadi tradisi yang wajib di laksanakan pada pernikahan di desa Pungo. Dikarnakan makan bedulang banyak mengandung nilai sosial yang sangat bermanfaat untuk keberlanjutan bermasyarakat. Namun dalam proses observasi penulis menemukan bahwa makan bedulang telah diangkat sebagai objek wisata kuliner dan budaya di Belitung, hanya saja pengembangan dibagian promosi serta pelestariannya masih kurang.



*Gambar 3.2 Lauk pauk makan bedulang
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*

Gambar di atas merupakan salah satu contoh gambar mengenai makanan khas Belitung yang biasanya disajikan pada acara pernikahan untuk tamu yang datang. Pada gambar tersebut dapat dijelaskan makanan yang ada ialah, gangan yaitu ikan yang disajikan dengan kuah kuning, kemudian ada sate ikan yang berwarna putih yang sebelumnya dibungkus menggunakan daun simpur atau daun pisang.

Ada juga ayam opor dengan bumbu khas Belitung, kemudian ada ikan goreng, sambal kacang panjang dan telur. Ragam makanan yang ada pada makan bedulang bisa disesuaikan sesuai pesanan. Biasanya di setiap rumah makan menyediakan menu yang berbeda-beda namun tetap menonjolkan menu-menu khas dari Belitung dan biasanya kebanyakan menu di olah menggunakan ikan laut.



*Gambar 3.3 Lauk pauk yang belum lengkap
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*



*Gambar 3.4 Makan bedulang yang sudah siap
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*

Pada gambar diatas dibagian gambar dapat dijelaskan bahwa terdapat tudung saji berwarna merah yang tidak ditutupi apapun di atasnya , ini bertanda bahwa makan bedulang tersebut belum siap untuk disajikan. Sedangkan pada gambar dengan tudung saji telah ditutupi tudung lambak berwarna putih yang berarti makan bedulang sudah siap untuk disajikan.



*Gambar 3.5 Proses penyajian makan
bedulang
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*



*Gamabr 3.6 Kegiatan Makan
bedulang
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*

Pada gambar diatas dibagian gambar dapat dijelaskan bahwa sedang terjadi proses pengangkatan dulang secara bergantian dari satu orang ke orang lain hingga sampai kehadiran tamu. Agar bisa menjaga keadaan dulang sehingga tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti jatuh saat di bawa berjalan. Pada gambar di sebelahnya yaitu ada empat orang yang sedang menikmati makan bedulang yang telah di sediakan.

3.2. Analisa Makan Bedulang

Analisa yang digunakan dalam menganalisa makan bedulang ialah menggunakan analisa SWOT.

3.2.1. SWOT

SWOT adalah metode perencanaan strategi untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada suatu objek.

Tabel 3.3 analisa SWOT
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

	<i>Strength/ Kekuatan</i>	<i>Weakness/Kelemahan</i>
Analisa SWOT	<ul style="list-style-type: none"> - Tata cara makan yang unik - Objek wisata budaya - Objek wisata kuliner - Nilai sosial, Pengikat tali silaturahmi, tradisi makan bedulang memuat nilai sosial yaitu, kerukunan, persatuan, kesetaraan dan tegang 	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan yang sudah ditinggalkan - Makan bedulang akan punah - Belum terlalu di promosikan - Belum ada pengembangan lebih lanjut dalam pelestarian
<i>Opportunity/Peluang</i>	S-O	W-O
<ul style="list-style-type: none"> - Ikon wisata - Media mengenalkan tradisi serta kuliner khas Belitung 	Media mengenalkan tradisi dan kuliner khas Belitung yang memiliki nilai sosial.	Tidak adanya pelestarian atau pengembangan bisa berdampak hilangnya makan bedulang
<i>Threat/Ancaman</i>	S-T	W-T
<ul style="list-style-type: none"> - Munculnya budaya yang hampir sama dari daerah lain - Branding kota mengangkat objek lain - Tidak adanya pelestarian lebih lanjut 	Media atau objek mengenalkan tradisi dan kuliner bisa digantikan dengan objek lain dengan nilai yang berbeda, dan tidak adanya pelestarian terhadap makan bedulang	Tidak terlalu dipromosikan dan dikembangkan maka tidak ada pelestarian lebih lanjut

Dibandingkan objek wisata budaya yang lain yang ada di Belitung makan bedulang merupakan objek wisata budaya yang lengkap yaitu merangkap sebagai wisata kuliner dan sert amudah di temukan kapan pun dan tersedia di rumah makan, sedangkan objek wisata budaya yang lain harus menunggu acara tersebut di selenggarakan.

3.3. Data Target

Target yang disasar dalam promosi ini adalah pegawai kantoran dengan kegiatan yang monoton serta jadwal sehari-hari yang cukup sibuk sehingga kurang memiliki waktu berlibur atau waktu berkumpul dengan keluarga dan kerabat.


3.3.1. Target Audiens

- Pekerja kantoran,
- orang tua muda ,
- 25-30 tahun,
- SES B,
- Pendidikan S1,
- Urban, Jakarta Selatan.

3.3.2. Profil

Berikut ini penjabaran profil dari target audiens yang sudah mencangkup, demografis, geografis, dan psikografis.


*Tabel 3.4 profil target audiens
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*

	<p>Dian Leily Branding divisi Marketing PT Sun Life Financial Indonesia 28 tahun SES B Pegawai kantor swasta Tinggal di apartemen Kendaraan pribadi motor Menggunakan transfortasi umum dan online Gaji perbulan Rp. 6.000.000,-</p>
---	---

Target merupakan seorang pegawai kantor swasta di Jakarta Selatan dan tinggal di apartemen daerah Menteng Atas. Target merupakan seorang istri serta ibu dari seorang anak laki-laki yang berumur 3 tahun, kesehariannya adalah berangkat kerja menggunakan motor, sampai di kantor melakukan pekerjaan yaitu menghadap laptop serta menggunakan ponsel genggam untuk menghubungi atau mencari vendor. Pada saat makan siang target selalu makan bersama teman kantor di kafetaria atau di mall bahkan di kantin kantor.

Target adalah orang yang senang travel biasanya liburan ke Bandung bersama keluarganya. Sang anak biasanya dititipkan ke day care atau bersama art yang disewa. Kesibukan di dunia pekerjaan membuat target jarang memiliki waktu bersama anak dan hal tersebut menjadi hal yang sangat berharga bagi target saat bertemu sang anak dan senang menghabiskan waktu bersama anak dan keluarga. Target merupakan orang yang menyukai berpergian ke sebuah tempat dengan menggunakan jasa travel atau pribadi, target ke luar negeri untuk liburan keluarga.

*Tabel 3.5 profil target audiens 2
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)*

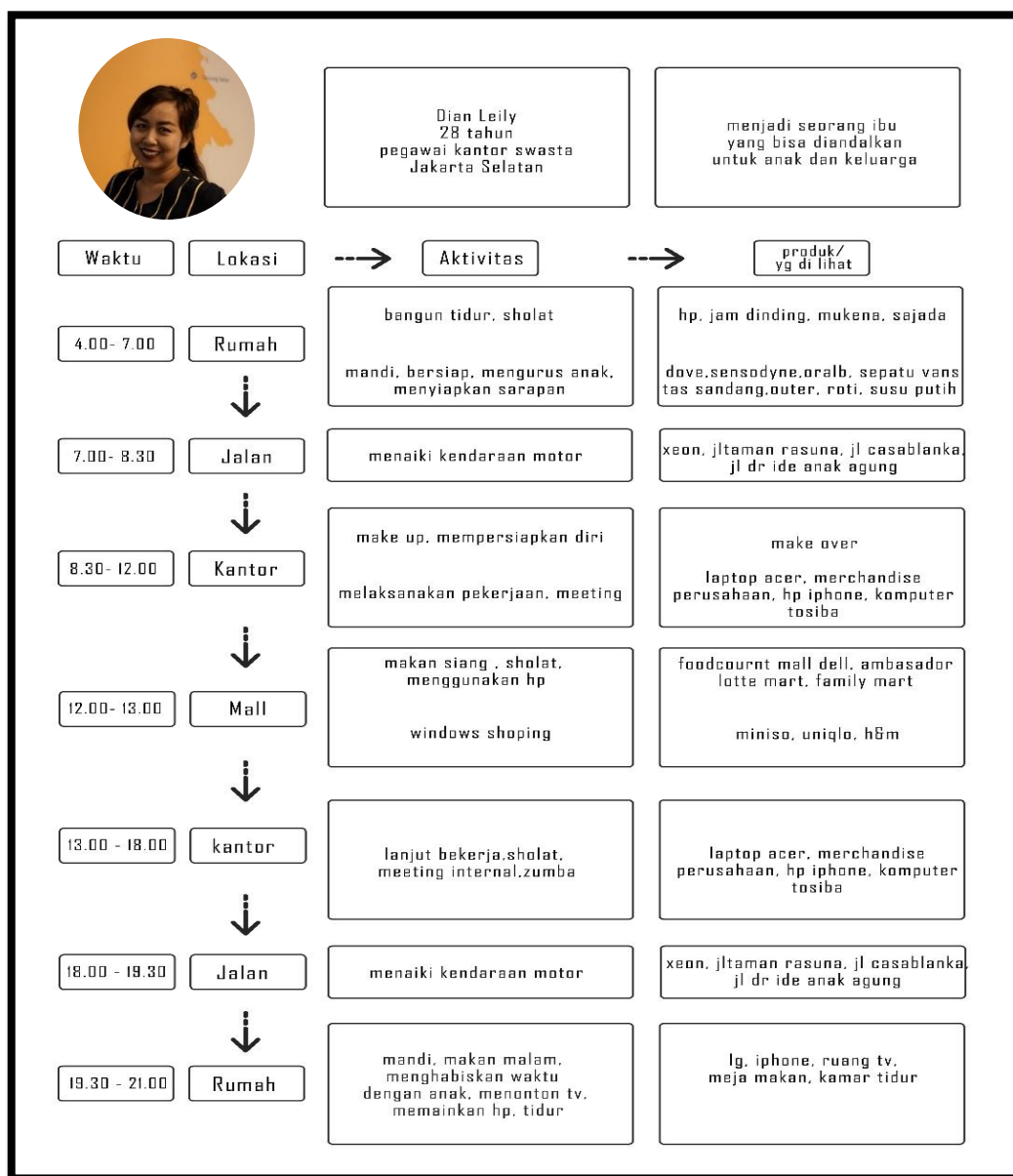
	<p>Okky Erryansyah Branding divisi Marketing PT Sun Life Financial Indonesia 29 tahun Ses b Pegawai kantor swasta Tinggal di Rumah Kendaraan pribadi mobil Menggunakan transportasi umum dan online Gaji perbulan Rp. 7.000.000,-</p>
<p>Target merupakan seorang pegawai kantor swasta di Jakarta Selatan dan tinggal di daerah Tangerang Bsd. Target merupakan seorang suami serta ayah dari seorang anak perempuan yang berumur 3 tahun, kesehariannya adalah berangkat kerja menggunakan mobil atau menaiki kendaraan umum yaitu KRL dan ojek online, sampai di kantor melakukan pekerjaan yaitu di depan laptop untuk membuat perencanaan kampanye mengurus brand ambassador serta aktifitas acara yang di buat dan di perlukan perusahaan. Pada saat makan siang target selalu makan bersama teman kantor di kafetaria atau di mall bahkan di kantin kantor.</p> <p>Target adalah orang yang senang menghabiskan waktu bersama keluarganya. Sang anak biasanya dititipkan ke day care atau bersama orang tua dikarenakan sang istri juga bekerja di kantor. Kesibukan di dunia pekerjaan membuat target jarang memiliki waktu bersama anak dan hal tersebut menjadi hal yang sangat berharga bagi target saat bertemu sang anak dan senang menghabiskan waktu bersama anak dan keluarga. Target merupakan orang yang menyukai berpergian ke sebuah tempat dengan menggunakan jasa travel atau pribadi, target ke luar negeri untuk pekerjaan.</p>	

3.4. Analisa Target Audiens

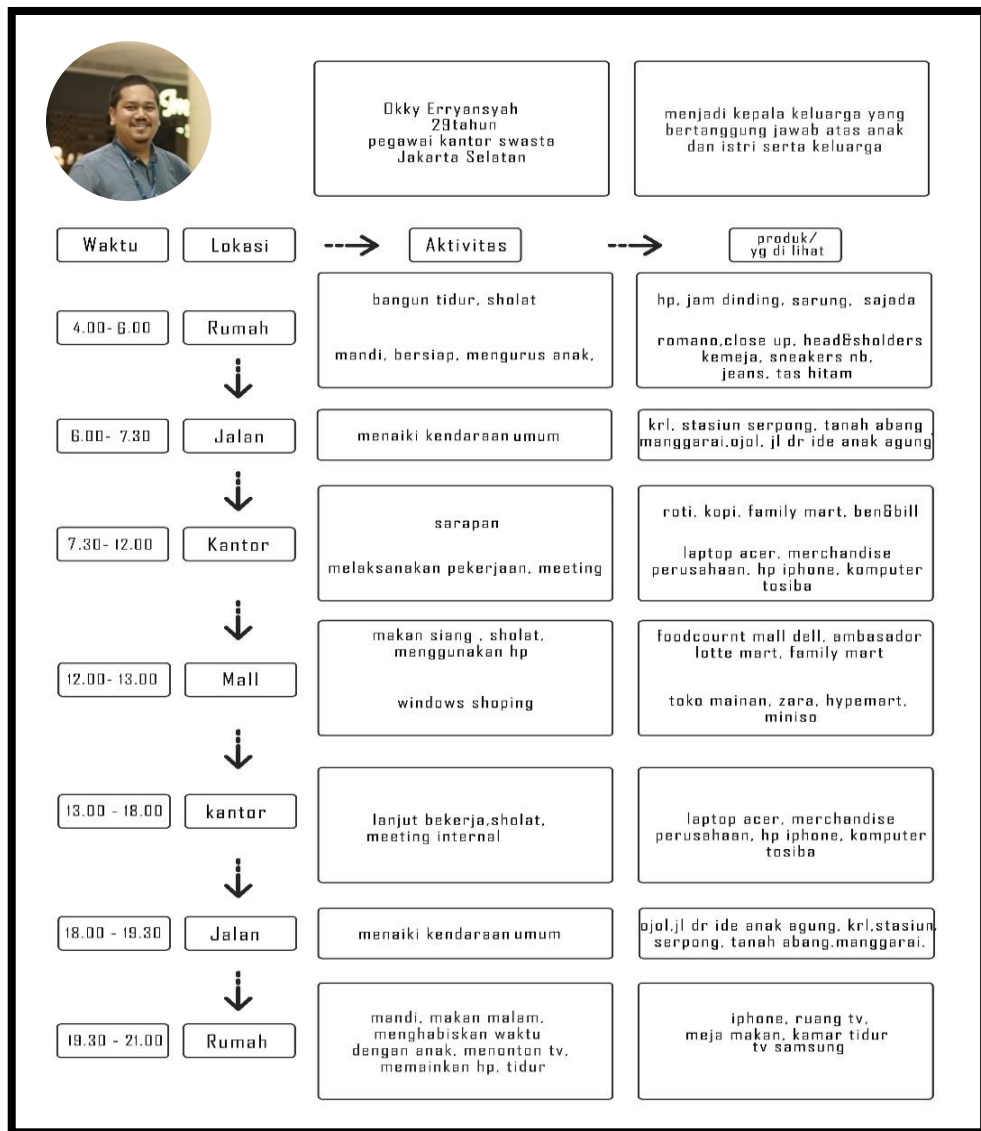
Analisa target yang digunakan ialah menggunakan consumer journey untuk melihat kegiatan sehari-hari target audiens.

3.4.1. Consumer Journey / Perjalanan Interaksi Target

Consumer journey adalah perjalanan interaksi target dalam kesehariannya , seperti interaksi terhadap lingkungan, tempat yang didatangi, dan produk yang digunakan.



Gamabr 3.7 Consumer journey map 1
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)



Gambar 3.8 Consumer journey map 2
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

Dari hasil *consumer journey* kemudian akan menghasilkan studi indikator yaitu berupa ukuran dari indikasi target yang berhubungan dengan visual-visual yang berinteraksi terhadap target.

3.4.2. Studi Indikator

Studi indikator dilakukan untuk mengukur dan mengindikasikan kecenderungan target dalam berinteraksi terhadap lingkungan, tempat yang didatangi dan produk yang digunakan.

A. Kegiatan Target Audiens

Kegiatan target audiens yang di analisa ialah pada saat bangun pagi hingga tidur kembali selama kurnag lebih 24 jam.

Berikut ini gambaran kegiatan target audiens dalam keseharian :



Gambar 3.9 Studi indikator target (Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

B. Kegiatan Wisatawan

Kegiatan wisatawan yang di analisa ialah pada saat wisatawan datang ke Belitung dan menghabiskan waktu di Belitung.



Gambar 3.9 Studi indikator target (Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

3.4.3. *Insight* / Pemahaman Terdalam

Target merupakan yang kesehariannya memiliki kesibukan didalam pekerjaan sehingga hal yang mereka lakukan hanyalah rutinitas yang sama, target merupakan orang – orang suka kebersamaan dan senang mendapatkan waktu untuk bersama keluarga, pekerjaan yang mereka lakukan ialah untuk membesarkan anak dan membahagiakan anak hal terpenting untuk mereka ialah anak hal yang di takutkan ialah saat mereka gagal menyekolahkan anak memberikan yang terbaik untuk sang anak. Waktu bersama anak dan orang – orang yang mereka sayangi merupakan hal yang berharga.

3.4.4. *Mood Board* / Media Panduan Desain

Moodboard adalah media panduan desain, untuk melihat kecenderungan penggunaan warna, foto, suasana, dan tema untuk membantu agar bisa membayangkan hasil desain atau visual yang akan dibuat.



Gambar 3.11 Mood board
(Sumber : pinterest 2019)

3.5. Referensi

Referensi adalah rujukan informasi bisa berupa text maupun gambar sebagai contoh atau acuan dalam pengerjaan visual atau desain.

3.5.1. Referensi Visual

Referensi visual adalah contoh-contoh visual yang akan digunakan sebagai acuan dalam pengerjaan desain.



Gambar 3.12 Referensi visual
(Sumber : Dokumentasi Pribadi 2019)

3.5.2. Referensi Desain

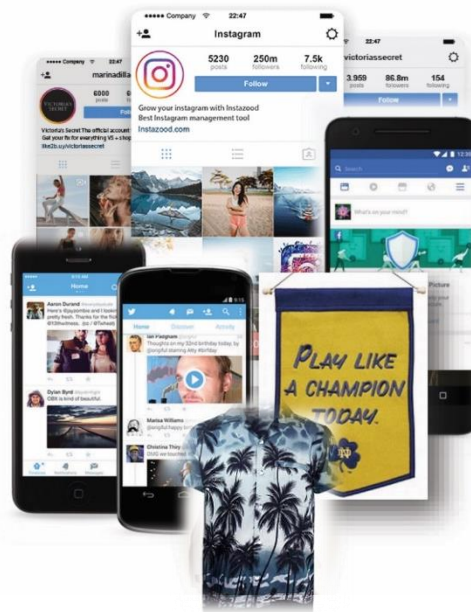
Referensi desain adalah contoh-contoh desain yang akan digunakan sebagai acuan dalam pengerjaan desain.



Gambar 3.13 Referensi Desain
(Sumber : pinterest 2019)

3.5.3. Referensi Media

Referensi Media adalah contoh-contoh media yang akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan desain pada media.



Gambar 3.14 Referensi Media
(Sumber : pinterest 2019)

3.6. What To Say

What to say adalah hal apa yang ingin disampaikan kepada target audiens. Cara menentukan *what to say* ialah dengan menganalisa masalah dan atregt audiens untuk mendapatkan simpulan *what to say*.

3.6.1. Analisa Permasalahan

Makan bedulang merupakan adat isitadat orang melayu Belitung yang memiliki nilai sosial yaitu kebersamaan, rasa bersyukur, mempererat tali silaturahmi dan saling menghargai. Serta di dalam makan bedulang menyuguhkan kuliner khas Belitung yang dikemas dengan tata cara makan yang unik .

3.6.2. Analisa Target Audiens

Berdasarkan data yang telah didapat wisatwan melaksanakan kunjungan wisata ialah untuk menyegarkan kembali pikiran agar merasa lebih baik sehingga

melaksanakan pekerjaan akan lebih nyaman selain mencari penyegaran wisatwan juga mencari kebudayaan , kuliner, hiburan di tempat yang mereka kunjungi, namun selain hal tersebut wisatwan yang berkunjung biasanya membawa kerabat , sahabat , keluarga untuk menghabiskan waktu liburan bersama dikarenakan pekerjaan yang sibuk membuat wisatwan merasa kurang memiliki waktu bersama.

3.6.3. *Key Word* / **Kata Kunci**

Kata kunci merupakan kata acuan untuk membentuk simpulan *what to say* Diantaranya kata kunci yang ditemukan adalah :

- a. kebersamaan** : sebuah ikatan yang terbentuk karna rasa persaudaraan lebih dari sekedar sebuah kerjasama dan hubungan profesional biasa
- b. dulang** : tempat untuk menyajikan makanan
- c. kebahagiaan** : suatu keadaan pikiran dan perasaan merasakan kesenangan, kepuasan, kenikmatan.
- d. waktu berharga** : sebuah kesempatan untuk melaksanakan hal yang belum terlaksanakan atau hal penting.

3.6.4. **Simpulan *What To Say***

Berdasarkan dari analisis di atas terdapat hal yang penting yaitu sebuah kebersamaan yang mengacu kepada rasa emosional seseorang dimana rasa kebersamaan mampu melahirkan rasa bahagia yang dapat di rasakan oleh orang yang terlibat di dalamnya.

Maka *what to say* yang akan di sampaikan kepada target audiens adalah “Sedulang Kebersamaan” , memberikan informasi pada target yang berkunjung ke Belitung bahwa dengan makan bedulang bisa membantu target untuk merasakan nilai kebersamaan yang lebih.