



## Branding Jajuluk Sebagai Penguatan Identitas Etnis Komerling

(Studi Kasus Masyarakat Komerling Di Kota Palembang)

Mei Rida Safira<sup>1</sup>, Yenrizal<sup>2</sup>, Muslimin Ritonga<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia<sup>1-3</sup>

Email Korespondensi: [2230701186@radenfatah.ac.id](mailto:2230701186@radenfatah.ac.id), [yenrizal\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:yenrizal_uin@radenfatah.ac.id),  
[musliminritonga@radenfatah.ac.id](mailto:musliminritonga@radenfatah.ac.id)

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 01 Mei 2026

### ABSTRACT

*This study examines the cultural branding process of the Jajuluk tradition (the conferring of customary post-marriage titles) as a strategy to strengthen the Komerling ethnic identity in the multicultural urban setting of Palembang. Amidst modernization that threatens to reduce traditions to mere formalities, applying branding or social marketing communication concepts offers a novel perspective on cultural preservation. This research aims to describe the Jajuluk branding stages and identify the accompanying challenges. Employing a descriptive qualitative approach, data were gathered through observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed using George Herbert Mead's Symbolic Interactionism theory. The findings reveal that Jajuluk branding is constructed through four systematic stages: identity formation based on family consensus, active usage in daily communication, social dissemination via educational institutions and digital media, and maintenance through collective awareness. Nevertheless, this process is hindered by internal factors, notably the degradation of philosophical understanding among the youth and a lack of succession among customary elders, alongside external factors like high urban social mobility. In conclusion, Jajuluk is experiencing a semantic shift from a sacred instrument of social maturity to a selective identity label. Strategic synergy among customary institutions, government, and academics is essential to design adaptive cultural communication strategies for modern society.*

**Keywords:** Cultural Branding, Ethnic Identity, Jajuluk, Komerling Tribe, Symbolic Interactionism.

### ABSTRAK

*Penelitian ini mengkaji proses branding budaya tradisi Jajuluk (pemberian gelar adat pascapernikahan) sebagai strategi penguatan identitas etnis Komerling di wilayah urban multikultural Kota Palembang. Di tengah arus modernisasi yang berpotensi mereduksi tradisi menjadi sekadar formalitas, pendekatan branding atau komunikasi pemasaran sosial menawarkan kebaruan perspektif dalam menjelaskan fenomena pelestarian budaya. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tahapan branding Jajuluk dan mengidentifikasi hambatan yang mengiringinya. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead. Hasil kajian mengungkap bahwa branding Jajuluk dikonstruksi melalui empat tahapan sistematis: pembentukan identitas berbasis konsensus keluarga, penggunaan aktif dalam komunikasi harian, penyebaran sosial melalui institusi dan media digital, serta pemertahanan melalui kesadaran*

---

*kolektif. Meski demikian, proses ini terhambat oleh faktor internal, yakni degradasi pemahaman filosofis generasi muda dan minimnya regenerasi pemangku adat, serta faktor eksternal berupa tingginya mobilitas sosial urban. Kesimpulannya, Jajuluk mengalami pergeseran makna dari instrumen kedewasaan sosial yang sakral menjadi label identitas selektif. Diperlukan sinergi strategis antara lembaga adat, pemerintah, dan akademisi untuk merancang strategi komunikasi budaya yang lebih adaptif bagi masyarakat modern.*

**Kata Kunci:** Branding Budaya, Identitas Etnis, Interaksi Simbolik, Jajuluk, Suku Komerling.

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan arus modernisasi membawa dampak signifikan terhadap kehidupan masyarakat, terutama di wilayah perkotaan yang cenderung berfokus pada rutinitas, tuntutan ekonomi, dan gaya hidup praktis. Kondisi ini secara perlahan menggeser perhatian masyarakat terhadap nilai-nilai budaya tradisional. Padahal, kebudayaan bukan sekadar warisan masa lalu, melainkan fondasi esensial yang membentuk pedoman perilaku, ikatan sosial, dan identitas suatu kelompok (Rosdahliani, 2025).

Dalam konteks sosiologis, kebudayaan dipahami sebagai warisan leluhur yang harus terus dihidupkan melalui praktik sosial secara kolektif agar identitas budaya tersebut tidak punah. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat urban sering kali tidak sempat melakukan proses pemaknaan budaya yang mendalam akibat tuntutan ritme kehidupan yang cepat. Perkembangan teknologi informasi yang masif juga mendorong generasi muda untuk lebih tertarik pada budaya populer global dibandingkan kearifan lokal, sehingga perhatian terhadap tradisi daerah cenderung menurun secara drastis (Ayu dan Bela, 2023).

Indonesia memiliki ribuan kelompok etnis yang masing-masing membawa karakter unik, salah satunya adalah suku Komerling di Provinsi Sumatera Selatan. Masyarakat Komerling secara historis dikenal sebagai kelompok yang mendiami wilayah di sepanjang aliran Sungai Komerling dan memiliki kekayaan adat istiadat yang sarat akan nilai simbolis serta spiritual. Walaupun kini banyak masyarakat Komerling yang bermukim di daerah perkotaan seperti Kota Palembang, sebagian besar dari mereka tetap berupaya menjaga identitas budayanya di tengah heterogenitas masyarakat kota. Kota Palembang sendiri merupakan salah satu kota tertua di Indonesia dengan komposisi penduduk yang majemuk, terdiri dari etnis Melayu, Jawa, Arab, Tionghoa, dan Komerling yang hidup berdampingan (Darosan et al., 2025). Interaksi antaretnis ini menciptakan ruang asimilasi yang dinamis, namun di sisi lain menimbulkan tantangan bagi setiap kelompok etnis untuk mempertahankan ciri khas budayanya agar tidak terserap sepenuhnya oleh dominasi budaya urban.

Salah satu bentuk tradisi yang masih dipraktikkan secara konsisten oleh masyarakat Komerling hingga saat ini adalah tradisi Jajuluk. Jajuluk merupakan prosesi pemberian nama atau gelar adat kepada pasangan pengantin yang dilakukan segera setelah prosesi akad nikah selesai (Misyuraidah, 2017). Secara fungsional, Jajuluk merupakan sebuah mekanisme sosial untuk memberikan pengakuan status dan kedudukan individu di dalam masyarakat adat. Melalui gelar ini, seseorang dianggap telah mencapai kedewasaan sosial dan memikul tanggung jawab baru

sebagai bagian dari komunitas dewasa dalam struktur kekerabatan Komerling (Kholiffatun, Luthfi, dan Kismini, 2017; Elita, 2021). Tradisi ini mencerminkan pandangan bahwa pernikahan adalah sebuah peristiwa sosial yang menghubungkan dua keluarga besar dan memperkuat ikatan solidaritas komunal (Prameswari, 2025).

Secara teologis, tradisi Jajuluk memiliki kaitan erat dengan ajaran Islam dan sering dikategorikan sebagai bentuk living hadis, yakni penerapan nilai-nilai hadis Nabi Muhammad SAW dalam praktik kehidupan nyata masyarakat lokal (NZ, Hendro, dan Mu'min, 2022). Integrasi antara nilai agama dan adat dalam Jajuluk menunjukkan bahwa praktik keagamaan Muslim di Indonesia, khususnya suku Komerling, sering kali terjalin secara harmonis dengan kearifan lokal tanpa menghilangkan esensi dasar dari ajaran Islam tersebut (Damayanti, 2025). Gelar yang diberikan bermakna doa, harapan, dan representasi moral yang harus dijaga oleh penyandanginya sepanjang hayat. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, gelar Jajuluk berfungsi sebagai simbol yang digunakan dalam interaksi sosial untuk menegaskan identitas diri dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Meskipun memiliki nilai filosofis yang mendalam, praktik Jajuluk di era modern menghadapi hambatan yang signifikan, terutama terkait dengan efektivitas komunikasi nilai kepada generasi muda di wilayah perkotaan. Di Kota Palembang, arus modernisasi yang kuat berpotensi menggeser pemaknaan Jajuluk menjadi sekadar formalitas adat yang kehilangan substansi maknanya. Generasi muda yang terpapar gaya hidup global sering kali menganggap tradisi ini kuno atau tidak lagi relevan dengan kebutuhan zaman. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan baru untuk memperkenalkan kembali tradisi Jajuluk dalam kemasan yang lebih adaptif dan komunikatif, yakni melalui strategi branding budaya atau cultural branding.

Konsep branding budaya berfokus pada upaya membangun persepsi, citra, dan makna kolektif terhadap suatu entitas budaya agar tetap dikenali dan dihargai oleh publik luas (Suhartadi et al., 2024). Branding dalam konteks ini bukan bertujuan untuk komersialisasi, melainkan sebagai strategi komunikasi untuk memperkuat identitas etnis dan solidaritas sosial. Dengan mengemas Jajuluk sebagai bagian dari identitas yang membanggakan, masyarakat Komerling dapat meningkatkan posisi tawar budaya mereka di tengah masyarakat multikultural Palembang. Strategi branding yang berakar pada nilai lokal terbukti mampu membangun citra positif sekaligus memperkuat rasa kepemilikan terhadap warisan budaya (Marta dan Hasfera, 2021).

Penelitian mengenai tradisi Jajuluk telah banyak dilakukan sebelumnya dengan berbagai sudut pandang. Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2022) memfokuskan kajian pada globalisasi dan pelestarian identitas lokal, dengan temuan bahwa globalisasi membawa dampak ganda yang memerlukan peningkatan kesadaran masyarakat melalui pendidikan budaya. Studi dari Febrian et al. (2025) fokus utama studi ini adalah hubungan budaya dan jati diri manusia, yang menemukan bahwa budaya merupakan unsur fundamental dalam membentuk identitas sosial dan rasa memiliki di era modern. Kajian oleh Putri (2020) memfokuskan pada makna simbolik dan filosofis Jajuluk. Temuan dari penelitian ini

---

menegaskan bahwa Jajuluk adalah simbol kedewasaan sosial dan media untuk memperkuat solidaritas antarwarga di pedesaan. Penelitian dari Marta dan Hasfera (2021) tentang "City Branding Berbasis Kearifan Lokal" berfokus pada branding wilayah melalui nilai budaya. Temuan relevan dari penelitian tersebut adalah bahwa keberhasilan citra daerah bergantung pada kemampuannya menggali nilai budaya lokal sebagai elemen identitas khas. Terakhir, studi oleh Adriansyah et al. (2022) dengan judul "Tradisi Jajuluk dalam Pernikahan Adat: Studi Living Hadis pada Suku Komerling di Kota Palembang", memfokuskan pada integrasi nilai agama dan tradisi. Penelitian ini menemukan bahwa Jajuluk merupakan implementasi hadis tentang pemberian nama baik yang beradaptasi dengan adat lokal.

Berdasarkan tinjauan penelitian-penelitian tersebut, terdapat kesenjangan. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung memfokuskan kajian pada makna simbolik di lingkungan pedesaan atau dari perspektif hukum agama. Belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji Jajuluk dari sudut pandang strategi branding budaya sebagai instrumen penguatan identitas etnis di tengah dinamika masyarakat urban multikultural seperti Kota Palembang. Kesenjangan ini krusial untuk dikaji karena masyarakat perkotaan memerlukan mekanisme komunikasi yang berbeda untuk mempertahankan eksistensi budayanya dibandingkan dengan masyarakat pedesaan yang cenderung lebih homogen.

Penelitian ini memiliki orisinalitas dalam upayanya membedah proses branding Jajuluk yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar oleh masyarakat Komerling sebagai bentuk afirmasi jati diri di ruang publik. Kebaruan penelitian ini adalah penggunaan konsep komunikasi pemasaran sosial atau branding untuk menjelaskan fenomena pelestarian budaya tradisional, yang memberikan kontribusi teoritis bagi studi ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi budaya dan identitas etnis. Fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi bagaimana identitas simbolik-komunikatif Jajuluk dikonstruksi kembali untuk menghadapi tantangan homogenisasi budaya di era modern.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses branding Jajuluk yang dilakukan oleh masyarakat Komerling di Kota Palembang sebagai upaya memperkenalkan dan memperkuat identitas etnis mereka. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai hambatan yang muncul dalam proses branding tersebut, baik hambatan internal seperti kurangnya pemahaman generasi muda, maupun hambatan eksternal seperti pengaruh dominasi budaya global. Melalui pencapaian tujuan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan rekomendasi strategis bagi komunitas adat, pemerintah kota, dan akademisi dalam merancang program pelestarian budaya berbasis kearifan lokal yang lebih efektif dan berkelanjutan di masa depan. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu mendorong optimalisasi penggunaan Jajuluk sebagai penanda identitas yang prestisius, sehingga masyarakat Komerling tidak hanya menjaga tradisi ini sebagai rutinitas seremoni, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun citra kolektif yang kuat di tengah persaingan identitas global. Hasil kajian ini diharapkan menjadi referensi penting bagi pengembangan strategi komunikasi budaya yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku sosial masyarakat urban.

## METODE

Rancangan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif Creswell (2014). Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks dan mendalam, di mana peneliti berusaha memahami makna di balik tindakan manusia dalam konteks budaya tertentu. Melalui jenis deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan gambaran yang menyeluruh dan faktual mengenai bagaimana masyarakat Komering mempraktikkan Jajuluk sebagai bagian dari strategi *branding* identitas etnis mereka di Kota Palembang. Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif ini bertindak sebagai instrumen utama (*human instrument*) Sugiyono (2019). Hal ini berarti peneliti terlibat secara aktif dalam setiap tahapan pengumpulan data, mulai dari melakukan observasi di lokasi upacara adat hingga melakukan dialog mendalam dengan para informan. Peneliti harus memiliki sensitivitas budaya yang tinggi agar dapat menangkap nuansa makna yang tersirat dalam penggunaan simbol-simbol Jajuluk. Dalam proses ini, peneliti berupaya membangun hubungan baik dengan komunitas Komering di Palembang untuk memastikan data yang diperoleh bersifat autentik dan mencerminkan kondisi lapangan yang sebenarnya tanpa adanya rekayasa. Lokasi penelitian ditetapkan di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik Palembang sebagai kota multietnis yang menjadi titik pertemuan berbagai budaya lokal dan global. Kota Palembang merupakan tujuan migrasi utama bagi masyarakat Komering, sehingga menciptakan fenomena masyarakat urban Komering yang menarik untuk dikaji dari segi strategi pemertahanan identitas. Waktu penelitian dilaksanakan dalam rentang yang cukup untuk mencakup observasi terhadap beberapa siklus upacara pernikahan adat dan proses wawancara mendalam dengan berbagai pihak terkait. Subjek penelitian atau informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap paling mengetahui permasalahan yang diteliti. Moleong (2017) yang menyatakan bahwa sampel bertujuan (*purposive*) digunakan untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari sumber-sumber spesifik yang relevan dengan konteks penelitian, bukan untuk tujuan generalisasi statistik. Informan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi beberapa kelompok utama untuk mendapatkan data yang komprehensif. Kelompok pertama adalah Tokoh Adat atau Ketua Adat, yang diestimasi berjumlah dua orang dengan kriteria memiliki otoritas dalam penetapan gelar dan pemahaman mendalam tentang sejarah Jajuluk. Kelompok kedua yaitu Pasangan Pengantin atau Pelaku Adat, dengan estimasi sebanyak tiga pasang, yang baru saja menerima gelar Jajuluk di wilayah perkotaan Palembang. Kelompok ketiga adalah Generasi Muda Komering, dengan estimasi lima orang berusia antara 18 hingga 30 tahun yang menetap di Palembang. Kelompok terakhir adalah Sesepuh Etnis atau Tokoh Masyarakat, diestimasi sebanyak dua orang, yang memiliki pengalaman panjang dalam mengamati perubahan sosial masyarakat Komering di perkotaan. Keterlibatan berbagai kelompok informan krusial untuk memverifikasi data melalui triangulasi sumber, sehingga perspektif yang dihasilkan tidak hanya berasal dari satu sudut pandang saja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi

observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sebagai satu kesatuan metode kualitatif yang integratif. Yin (2018) menyatakan bahwa penggunaan berbagai sumber bukti (*multiple sources of evidence*) merupakan prinsip utama dalam studi kualitatif untuk membangun konvergensi informasi dan memperkuat rantai konstruksi keabsahan empiris. Observasi dilakukan secara non-partisipan untuk mengamati secara langsung prosesi pemberian Jajuluk dalam pernikahan adat, interaksi sosial saat gelar tersebut diumumkan, serta respons masyarakat terhadap penggunaan simbol-simbol adat di ruang publik. Wawancara mendalam dilakukan dengan panduan semi-terstruktur untuk menggali motif, pemaknaan, dan strategi *branding* yang diterapkan oleh keluarga pengantin maupun lembaga adat. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto kegiatan, catatan silsilah gelar, arsip organisasi paguyuban Komering, serta konten media digital yang memuat penggunaan istilah Jajuluk sebagai ekspresi identitas. Untuk memperkuat dasar analisis, peneliti juga melakukan penelitian kepustakaan dengan meninjau berbagai literatur akademik. Peneliti menetapkan standar pemilihan literatur yang ketat, seperti memprioritaskan artikel dari jurnal bereputasi tinggi dan memperhatikan kebaruan tahun terbit, untuk menjamin kredibilitas referensi. Proses pencarian literatur menghasilkan sekitar lima belas hingga dua puluh sumber utama yang digunakan sebagai rujukan dalam memperkaya pembahasan mengenai keterkaitan antara strategi komunikasi budaya, *branding*, dan identitas etnis. Teknis analisis data mengikuti model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tiga tahapan simultan yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kondensasi data merupakan proses menyeleksi, memfokuskan, dan merangkum hasil wawancara serta observasi dengan membuang informasi yang tidak relevan agar analisis menjadi lebih tajam (Miles et al., 2014). Data tersebut difokuskan pada tema-tema utama seperti proses pembentukan gelar, penggunaan gelar dalam *branding*, serta hambatan yang dihadapi. Penyajian data dilakukan melalui narasi deskriptif yang koheren, yang mengintegrasikan seluruh elemen ke dalam deskripsi tertulis untuk mempermudah pemahaman pembaca mengenai alur konstruksi identitas. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang muncul secara berulang dari data lapangan, yang kemudian diverifikasi melalui diskusi dengan informan kunci atau pengecekan kembali terhadap landasan teori. Validitas data dalam penelitian ini dijaga secara ketat melalui teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembandingan (Moleong, 2017). Triangulasi teknik dilakukan dengan mengecek data yang sama melalui metode yang berbeda, seperti membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari kelompok informan yang berbeda, seperti mengonfirmasi pernyataan tokoh adat dengan pandangan empiris dari generasi muda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Konstruksi Sosial dan Makna Simbolik Tradisi Jajuluk*

Jajuluk dipahami sebagai bagian integral dari sistem budaya Komerling yang memiliki fungsi ganda, yakni sebagai penanda identitas personal dan sebagai simbol status sosial yang diakui secara kolektif (Zamhari et al., 2023). Dalam struktur masyarakat adat, Jajuluk merupakan representasi dari harapan dan tanggung jawab yang disematkan kepada individu setelah melewati fase transisi kehidupan yang krusial, yaitu pernikahan. Hal ini mencerminkan bahwa kebudayaan bukan sekadar warisan statis, melainkan sesuatu yang terus hidup melalui praktik sosial kolektif (Rosdahliani, 2025). Bapak Apri, selaku Ketua Adat Jajuluk di Kota Palembang, memberikan penjelasan mendalam mengenai signifikansi tradisi ini dalam wawancara lapangan:

"Apaabila anak laki-laki dan perempuan yang baru menikah harus diberikan jajuluk. Hal itu merupakan tanda bahwa laki-laki itu sudah beristri dan yang istri sudah bersuami. Jajuluk itu merupakan gelar, gelar kemasyarakatan ya, bukan gelar kesarjanaan atau gelar kebangsawanan. Jadi gelar kemasyarakatan, jadi dia dengan adanya diberikan gelar itu, yang bersangkutan itu sudah dinyatakan resmi menjadi masyarakat, masyarakat adat itu" (Apri, 2026).

Pernyataan tersebut mengonfirmasi bahwa Jajuluk berfungsi sebagai penanda sosial (*social marker*) yang memberikan legitimasi bagi individu untuk berpartisipasi penuh dalam kegiatan adat dan sosial masyarakat Komerling. Tanpa gelar ini, seorang individu sering kali dianggap belum memiliki kedewasaan sosial yang utuh di mata komunitas adat, meskipun secara hukum negara telah sah sebagai pasangan suami istri (Elita, 2021). Secara konseptual, hal ini sejalan dengan asumsi interaksi simbolik yang menyatakan bahwa identitas atau konsep diri (*self*) terbentuk melalui proses komunikasi simbolik yang berlangsung terus-menerus dalam kehidupan sosial (Febrian, Fajrul Islam, and Yudistira, 2025).

Pemberian gelar ini memiliki struktur yang sistematis dan berakar pada nilai-nilai filosofis yang diwariskan secara turun-temurun. Gelar yang diberikan biasanya terdiri dari penggabungan unsur-unsur kata yang mencerminkan aspirasi keluarga terhadap peran sosial pasangan tersebut di masa depan. Berdasarkan data yang diolah dari hasil wawancara dan dokumen komunitas adat, terdapat variasi gelar yang umum ditemukan beserta makna komunikatifnya yang disajikan dalam tabel 1:

**Tabel 1. Variasi Gelar Jajuluk dan Makna Filosofisnya**

No	Nama Gelar	Arti dan Harapan Filosofis
1	Mangku	Representasi pemegang amanah, diharapkan menjadi pejabat negara atau pemimpin yang melayani.
2	Alam	Simbol harmonisasi dengan lingkungan, kemandirian, dan kesuksesan dalam aspek kehidupan material.
3	Radin	Gelar kehormatan yang merujuk pada wibawa tinggi atau garis keturunan yang terhormat.
4	Prabu	Penanda kepemimpinan yang dihormati, memiliki integritas, dan disegani oleh komunitas.

---

5	Menteri	Simbol kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan dan kedekatan dengan kehidupan masyarakat.
6	Perdana	Penanda kedudukan utama, dipercaya memegang tanggung jawab besar atau amanah kepemimpinan.
7	Cahaya	Simbol pencerahan dan cahaya kehidupan yang diharapkan membawa kebaikan bagi sekitarnya.
8	Dinata	Penanda kedudukan atau posisi sosial yang tinggi dalam struktur kemasyarakatan.
9	Kesuma	Simbol kemuliaan pribadi yang membawa kebaikan dan mengharumkan nama keluarga.
10	Pangison	Berfungsi sebagai simbol pelindung atau penjaga nilai-nilai keluarga dan adat.
11	Igamo	Penanda nilai keagamaan dan keimanan yang kuat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.
12	Sutan	Gelar kehormatan yang menunjukkan strata sosial dan kedudukan tinggi dalam masyarakat.
13	Batin Penutup	Identitas khusus bagi anak terakhir dalam keluarga, menandai selesainya fase asuhan orang tua.
14	Darmawan	Simbol kedermawanan dan budi pekerti yang baik dalam berinteraksi dengan sesama.

---

Pola pemberian gelar ini melibatkan prinsip penggabungan (*combination*) antara unsur gelar dari pihak laki-laki dan perempuan. Dalam tradisi masyarakat Komerling, anak laki-laki dipandang sebagai penerus garis keturunan sehingga penetapan gelar mempertimbangkan silsilah kakek atau nenek moyangnya. Sebaliknya, pemberian Jajuluk kepada perempuan sering kali terjadi dalam kondisi tertentu, seperti saat menikah dengan pasangan dari luar etnis Komerling, guna menjaga keterhubungan dengan identitas asalnya (Misyuraidah, 2017).

### **Strategi Komunikasi Diplomati dan Negosiasi Adat**

Proses branding Jajuluk dimulai dari serangkaian tahapan komunikasi ritual yang terstruktur. Salah satu tahap awal yang krusial adalah *Warah-Warah*, yang merupakan bentuk ekspresi niat dan permohonan melalui dialog formal antar-juru bicara keluarga (Apri, 2026). Dalam perspektif komunikasi budaya, *Warah-Warah* berfungsi sebagai ruang untuk membangun kesepahaman bersama (*mutual understanding*) mengenai identitas yang akan ditetapkan (Astari et al., 2025).

Pelaksanaan *Warah-Warah* melibatkan aktor-aktor kunci yang disebut sebagai "Tukang Warah". Mereka bertindak sebagai diplomat budaya yang menggunakan bahasa kiasan, sindiran, dan pantun untuk menyampaikan maksud dengan penuh kesopanan. Penggunaan instrumen fisik seperti *Pangasan* atau tepak sirih menjadi simbol signifikan dalam interaksi ini. *Pangasan Baban* yang dibawa oleh rombongan

---

tamu dan *Pangasan Panguton* yang disediakan oleh tuan rumah merupakan simbol pembuka pintu komunikasi yang menandakan adanya niat baik dan penghormatan timbal balik. Hal ini menunjukkan bahwa realitas sosial dalam masyarakat Komering tidak dipahami secara langsung, melainkan melalui simbol-simbol yang disepakati bersama (West and H. Turner, 2017).

Komunikasi dalam *Warah-Warah* sering kali mencapai puncaknya melalui pertukaran pantun yang mengandung filosofi tentang komitmen dan harapan. Salah satu kutipan pantun yang diperoleh dari dokumen ketua adat menggambarkan keteguhan hati dalam menjalin hubungan keluarga:

"Kaca piring seranting, jak kudu na kok wange, mula tirindu soding, tanoman bidadari. Dilawok ya kusolom, diway ya kucamburi, najin timbul tanggolom, mak mungkin nyelsol lagi" (Apri, 2026).

Pantun tersebut mengomunikasikan pesan mendalam mengenai penerimaan terhadap segala konsekuensi dari sebuah keputusan adat. Keberhasilan tahap *Warah-Warah* menjadi penentu bagi kelancaran prosesi selanjutnya, yaitu *Nyawak*. Prosesi *Nyawak* dilakukan dengan mengalungkan benang tiga warna (merah, hitam, dan putih) kepada calon pengantin wanita, yang melambangkan kesetiaan, kesucian, dan harapan akan ikatan yang kokoh antara dua keluarga besar (Elita, 2021). Integrasi nilai-nilai keagamaan dalam prosesi ini juga menegaskan bahwa praktik keagamaan Muslim di Indonesia sering kali terjalin harmonis dengan tradisi lokal tanpa menghilangkan nilai dasar Islam (Damayanti, 2025).

### ***Mekanisme Branding Jajuluk dalam Penguatan Identitas Etnis di Kota Palembang***

Penelitian ini mengidentifikasi empat tahapan utama dalam proses branding Jajuluk yang dilakukan oleh masyarakat Komering di Kota Palembang: pembentukan, penggunaan, penyebaran sosial, dan pemertahanan. Setiap tahap mencerminkan bagaimana simbol budaya dikelola untuk membangun citra etnisitas yang kuat di tengah masyarakat multikultural Palembang (Darosan et al., 2025).

#### **1). Tahap Pembentukan (Formation)**

Tahap ini merupakan fase awal di mana identitas baru bagi pasangan pengantin mulai dikonstruksi. Keputusan mengenai gelar Jajuluk diambil melalui musyawarah keluarga yang melibatkan pihak-pihak yang dituakan atau pemangku adat. Hal ini menunjukkan bahwa penentuan identitas dalam budaya lokal merupakan proses sosial yang melibatkan keluarga sebagai agen utama dalam menanamkan nilai dan norma (Warman et al., 2025). Ombai Rohma, seorang sesepuh etnis Komering, menjelaskan mekanisme ini dalam wawancara:

"Iya betul, pembentukan jajuluk itu ditentukan oleh keluarga, menentukan gelar dari kedua belah pihak diambil dari gelar nenek-neneknya terdahulu lalu digabungkan, sehingga menghasilkan gelar" (Rohma, 2026).

Melalui proses ini, Jajuluk tidak hanya berfungsi sebagai "merek" personal, tetapi juga sebagai bentuk legitimasi moral dan pengakuan status sosial di tengah komunitas (Elita, 2021). Penggabungan gelar dari dua garis keturunan merupakan strategi simbolik untuk menyatukan kekuatan sosial kedua keluarga dalam satu identitas baru yang diakui secara adat.

## 2). Tahap Penggunaan (Usage)

Setelah gelar ditetapkan dan diumumkan secara resmi (sering kali ditandai dengan pemukulan gong oleh pemangku adat), branding Jajuluk mulai masuk ke tahap penggunaan aktif. Gelar tersebut tidak lagi hanya menjadi simbol formal dalam upacara pernikahan, melainkan bertransformasi menjadi identitas sosial yang nyata dalam interaksi sehari-hari (Apri, 2026). Penggunaan gelar sebagai panggilan sehari-hari menciptakan kesan yang mendalam dan berkelanjutan di benak masyarakat (Astari et al., 2025). Ibu Yeni, seorang informan yang menetap di Palembang, menuturkan bagaimana pembiasaan ini dilakukan:

*"Iya, dari kecil emang udah biasa sih pakai jajuluk di keluarga. Apalagi sama saudara, jadi kayak udah kebiasaan sehari-hari gitu. Walaupun sekarang tinggal di Palembang, orang tua tetap ngajarin dan ngebiasain kita pakai jajuluk. Biar kita nggak lupa sama budaya sendiri, jadi ya sampai sekarang masih dipakai aja"* (Yeni, 2026).

Pernyataan ini menegaskan bahwa penggunaan Jajuluk secara berulang berfungsi sebagai "label sosial" yang memudahkan pengenalan latar belakang budaya individu. Hal ini sesuai dengan pandangan interaksi simbolik bahwa makna suatu simbol terbentuk melalui proses komunikasi dengan orang lain, bukan dari sifat asli benda atau nama itu sendiri (West and H. Turner, 2017). Penggunaan yang konsisten di lingkungan keluarga menjadi fondasi penting bagi eksistensi tradisi ini di wilayah urban.

## 3). Tahap Penyebaran Sosial (Social Diffusion)

Di tengah heterogenitas Kota Palembang, Jajuluk berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas Komering kepada masyarakat luas. Penyebaran ini dilakukan melalui berbagai media komunikasi, baik tradisional maupun modern. Inisiatif untuk memperkenalkan Jajuluk dalam institusi pendidikan formal merupakan salah satu langkah strategis untuk menjangkau generasi muda secara lebih terstruktur (Apri, 2026). Bapak Apri menjelaskan upaya tersebut:

*"Kami sudah berupaya sebetulnya melestarikan adat istiadat tadi, baik itu melalui dari SD, dari SMP, sampai ke Universitas sudah kami coba"* (Apri, 2026).

Selain melalui pendidikan, perkembangan teknologi digital juga dimanfaatkan sebagai media branding budaya. Penggunaan gelar Jajuluk dalam interaksi di media sosial, seperti grup WhatsApp komunitas atau profil Facebook, menunjukkan bahwa tradisi ini mampu beradaptasi dengan tren komunikasi modern. Pemanfaatan media digital dalam mengemas nilai tradisi secara kreatif terbukti efektif dalam membangun persepsi publik yang positif (Astari et al., 2025). Fenomena perkawinan campur (*mixed marriage*) di Palembang juga turut memperluas jangkauan branding ini, di mana pasangan non-Komering diberikan gelar Jajuluk sebagai bentuk asimilasi dan pengenalan budaya kepada pihak luar.

## 4). Tahap Pemertahanan (Maintenance)

Tahap terakhir dalam alur branding ini adalah konsistensi dalam menjaga keberlangsungan tradisi di tengah arus modernisasi yang kuat. Keberhasilan pemertahanan identitas etnis bergantung pada kesadaran kolektif generasi muda

(Mas'ud et al., 2025). Nayla, seorang remaja Komerling, memberikan pandangannya mengenai pentingnya menjaga tradisi ini:

*"Kalau aku sendiri kan memang belum punya gelar jajuluk secara resmi karna belum menikah, tapi dari kecil udah sering dengar dan lihat di keluarga. Jadi ngerti dan kadang ikut pake juga, apalagi kalau lagi ngobrol sama yang lebih tua. Walaupun sekarang hidup di kota dan ketemu banyak budaya lain, nayla sendiri tetap berusaha tidak ninggalin itu"* (Nayla, 2026).

Kesadaran individu seperti yang ditunjukkan oleh Nayla merupakan modal sosial yang berharga bagi kelestarian budaya Komerling. Hal ini menunjukkan bahwa identitas budaya tidak hilang di lingkungan perkotaan, melainkan bertransformasi menjadi identitas simbolik yang ditampilkan secara selektif pada momen-momen tertentu sebagai penegasan jati diri (Oktaviani, Dewi, and Juwandi, 2024).

### ***Tantangan dan Hambatan dalam Proses Branding Jajuluk di Era Modern***

Meskipun upaya branding budaya melalui Jajuluk menunjukkan perkembangan yang positif, terdapat sejumlah hambatan signifikan yang dihadapi oleh masyarakat Komerling di Kota Palembang. Hambatan-hambatan ini muncul baik dari faktor internal komunitas maupun tekanan eksternal dari lingkungan global yang semakin dinamis.

### ***Hambatan Internal: Penurunan Pemahaman dan Krisis Regenerasi***

Salah satu kendala utama yang ditemukan di lapangan adalah rendahnya tingkat pemahaman generasi muda terhadap makna filosofis dan simbolik yang terkandung dalam gelar Jajuluk (Apri, 2026). Banyak anak muda yang hanya memandang Jajuluk sebagai prosedur administratif dalam pernikahan tanpa menghayati nilai tanggung jawab sosial yang melekat padanya. Ombai Rohma mengungkapkan keprihatinannya mengenai kondisi ini:

*"Sekarang ini anak-anak muda banyak yang cuma tahu jajuluk itu sekadar nama aja, belum paham maknanya. Apalagi di kota, pergaulannya beda, jadi jarang dipakai juga. Akhirnya ya makin lama makin kurang dikenal"* (Rohma, 2026).

Selain masalah pemahaman, masyarakat Komerling juga menghadapi tantangan dalam hal regenerasi aktor-aktor adat yang memiliki kompetensi dalam menjalankan prosesi Jajuluk. Bapak Apri mencatat bahwa tanggung jawab pelestarian tradisi ini masih banyak bertumpu pada generasi tua, sementara keterlibatan aktif dari generasi penerus masih terbatas:

*"Bisa jadi hambatan itu, gak usahlah generasi muda, generasi kami aja banyak gak mau lagi, yang mestinya kalau macam saya nih mestinya sudah ada penerusnya mesti kan, tapi masih tetap kami"* (Apri, 2026).

Kondisi ini menunjukkan bahwa proses sosialisasi yang berlangsung dalam lingkungan keluarga maupun masyarakat belum sepenuhnya mampu mengimbangi daya tarik budaya populer modern yang lebih dominan (Ayu and Bela, 2023).

### ***Hambatan Eksternal: Globalisasi dan Urbanisasi yang Masif***

Tekanan dari arus globalisasi membawa perubahan gaya hidup dan pola pikir yang cenderung mengedepankan nilai-nilai kepraktisan (Sari et al., 2022). Di

lingkungan perkotaan seperti Palembang, masyarakat sering kali harus mengikuti ritme kehidupan yang cepat, sehingga tradisi yang membutuhkan persiapan waktu lama sering kali dianggap tidak lagi relevan. Mobilitas sosial yang tinggi juga menyebabkan interaksi antaranggota komunitas etnis berkurang, yang pada gilirannya melemahkan penggunaan identitas lokal dalam komunikasi sehari-hari (Septiana et al., 2026).

Kurangnya dukungan yang konsisten dan terintegrasi dari pemerintah daerah serta lembaga kebudayaan dalam mengembangkan strategi branding budaya juga menjadi faktor penghambat (Paramita et al., 2026). Proses branding budaya membutuhkan sinergi antar-pemangku kepentingan agar nilai-nilai kearifan lokal dapat dikemas menjadi identitas daerah yang kompetitif dan diakui secara luas (Marta and Hasfera, 2021). Tanpa adanya kolaborasi yang kuat, tradisi seperti Jajuluk berisiko kehilangan makna simboliknya dan hanya dijalankan sebagai formalitas belaka.

### *Analisis Jajuluk dalam Perspektif Interaksi Simbolik George Herbert Mead*

Secara teoretis, dinamika branding Jajuluk di Kota Palembang dapat dianalisis melalui tiga prinsip pokok interaksi simbolik: pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*). Ketiga komponen ini saling berkaitan dalam membentuk identitas etnis masyarakat Komering di tengah perubahan sosial (Febrian, Fajrul Islam, and Yudistira, 2025).

Aspek pikiran (*mind*) merujuk pada kemampuan individu dalam memproses makna Jajuluk sebelum melakukan tindakan sosial. Bagi masyarakat Komering, Jajuluk bukan sekadar kata-kata, melainkan simbol yang merangsang proses berpikir mengenai tanggung jawab baru setelah menikah. Namun, di lingkungan urban, proses penafsiran ini sering kali mengalami distorsi akibat paparan informasi global yang mengubah cara pandang individu terhadap tradisi (Septiana et al., 2026).

Aspek diri (*self*) berkaitan dengan bagaimana individu melihat dirinya melalui perspektif orang lain. Dengan menyandang gelar Jajuluk, seorang individu membangun konsep diri sebagai bagian dari komunitas adat yang terhormat. Namun, di ruang publik yang heterogen, individu sering kali melakukan negosiasi identitas dengan memilih kapan harus menampilkan jati diri etnisnya dan kapan harus bersikap sebagai warga global yang modern (Oktaviani, Dewi, and Juwandi, 2024).

Aspek masyarakat (*society*) merupakan tatanan hubungan sosial yang dibangun melalui interaksi simbolik. Branding Jajuluk yang dilakukan secara kolektif memperkuat kohesi sosial dan solidaritas antaranggota etnis Komering di Palembang. Keberhasilan branding ini bergantung pada sejauh mana masyarakat sebagai penilai simbol memberikan pengakuan dan apresiasi terhadap eksistensi tradisi tersebut. Oleh karena itu, Jajuluk berfungsi sebagai identitas simbolik-komunikatif yang menjaga keseimbangan sosial dalam masyarakat multikultural (Suryandari, 2017).

## **SIMPULAN**

Tradisi Jajuluk merupakan elemen fundamental dalam sistem kebudayaan masyarakat Komering yang berfungsi sebagai simbol identitas sosial, moral, dan spiritual yang sarat dengan doa serta harapan kolektif. Proses branding budaya melalui Jajuluk di Kota Palembang berlangsung secara sistemik melalui empat tahapan utama, yakni pembentukan yang berbasis pada konsensus keluarga dan silsilah leluhur, penggunaan aktif dalam interaksi komunikasi sehari-hari, penyebaran sosial yang kini merambah ke ranah digital dan institusi pendidikan, serta pemertahanan yang bergantung pada internalisasi nilai di kalangan generasi muda. Integrasi antara nilai-nilai adat dan prinsip agama memberikan landasan legitimasi yang kuat bagi Jajuluk untuk tetap eksis sebagai representasi identitas etnis di tengah heterogenitas masyarakat urban yang dinamis. Meskipun demikian, keberlanjutan tradisi Jajuluk menghadapi tantangan berupa degradasi pemahaman filosofis di kalangan pemuda, krisis regenerasi aktor adat, serta tekanan arus modernisasi dan urbanisasi yang cenderung mengedepankan kepraktisan di atas nilai-nilai ritualistik. Hambatan-hambatan internal dan eksternal ini menunjukkan bahwa makna simbolik Jajuluk mulai mengalami pergeseran fungsi dari instrumen kedewasaan sosial yang sakral menuju label identitas yang bersifat opsional atau selektif. Perubahan gaya hidup dan keterbatasan media komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan tradisi ini menuntut adanya pendekatan baru agar nilai-nilai kearifan lokal tetap dapat diterima oleh generasi masa kini tanpa kehilangan esensi orisinalitasnya. Penelitian di masa depan perlu mengeksplorasi secara lebih mendalam mengenai efektivitas pemanfaatan berbagai platform media sosial dalam memperkuat strategi branding budaya bagi etnis minoritas di lingkungan urban. Diperlukan pula kajian mengenai peran kebijakan pemerintah daerah dalam mengintegrasikan simbol-simbol kearifan lokal ke dalam program promosi pariwisata dan identitas kota yang lebih inklusif. Sinergi antara lembaga adat, praktisi komunikasi, dan institusi pendidikan merupakan hal yang esensial untuk memastikan bahwa tradisi Jajuluk terus hidup sebagai identitas yang dinamis, membanggakan, dan mampu memberikan kontribusi positif bagi keberagaman budaya Indonesia

## DAFTAR RUJUKAN

### Buku

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi: Introducing communication theory analysis and application*. Salemba Humanika.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

### Artikel Jurnal

- Astari, A. R., Shilfa, I., Aulia, O. A., Hanafiah, T., & Purwanto, E. (2025). Strategi branding budaya dalam media digital oleh pemerintah daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 10(3), 1–12.
- Ayu, N., & Bela, L. (2023). Perubahan pola pikir generasi muda terhadap budaya tradisional Indonesia dalam perspektif global. *Sosiologi Pemuda dan Budaya*, 3(3), 26–31.
- Damayanti, R. (2025). Islam Nusantara and local traditions: Role and challenges in Indonesia's cultural diplomacy and international relations. *Indonesian Journal of International Relations*, 42(1), 1–13.
- Darosan, M., Fikri, M. S., Rusli, R., & Niswah, C. (2025). Masyarakat Palembang budaya, agama, etnis dan perubahan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama (JISA)*, 8(1), 39-50. <https://doi.org/10.30829/jisa.v8i1.24093>
- Elita, F. M. (2021). Tradisi pemberian adok/jajuluk perkawinan adat Komering di Gumawang Kecamatan Belitang. *Jurnal Antropologi Sumatera*, 1(2), 151–159.
- Febrian, R., Islam, M. F., & Yudistira, P. (2025). Peran budaya dalam pembentukan identitas manusia. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(2), 25–35. <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i2.623>
- Harahap, R., & Sari, M. (2025). Analisis faktor yang mempengaruhi pergeseran bahasa daerah Komring dikalangan generasi muda. *Jurnal Bahasa dan Sastra Daerah*, 3(4), 199–202.
- Harsanto, P. W. (2023). Degradasi kesadaran nilai-nilai kearifan lokal: Representasi budaya Jepang pada mural. *Jurnal Seni dan Budaya Visual*, 9(2), 166–180.
- Hidayat, S., Bactiar, M. B., & Ardian, R. (2025). Memperkuat identitas nasional melalui generasi muda dalam melestarikan budaya lokal di Sanggar Astagiri Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pendidikan Karakter dan Budaya*, 5(2), 873–882.
- Indrawati, M., & Ifana, Y. S. (2024). Memahami warisan budaya dan identitas lokal di Indonesia. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 18(1), 77–85.
- Kholiffatun, U., Luthfi, A., & Kismini, E. (2017). Makna gelar adat terhadap status sosial pada masyarakat Desa Tanjung Aji Keratuan Melinting. *Sosiologi Pedesaan dan Adat*, 6(2), 202–213.
- Marta, R., & Hasfera, I. P. (2021). City branding berbasis kearifan lokal. *Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*, 1(2), 15–28.
- Mas'ud, F., Benu, A., & Balu, D. M. (2025). Globalisasi dan pergeseran dimensi budaya lokal: Tantangan pelestarian nilai tradisional. *Jurnal Sosiologi Global*, 10(1), 1-15.
- Misyuraidah, M. (2017). Gelar adat dalam upacara perkawinan adat masyarakat Komering di Sukarami Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan. *Intizar*, 23(2), 241–260. <https://doi.org/10.19109/intizar.v23i2.2239>
- NZ, A., Hendro, B., & Mu'min. (2022). Tradisi jajuluk (pemberian nama) dalam pernikahan adat (Studi living hadis pada suku Komering di Kota Palembang). *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 6(2), 95–101. <https://doi.org/10.15575/diroyah.v6i2.13310>
- Oktavia, W., Fajri, M., & Djamil, S. M. (2025). Interaksi simbolik konten kreator Facebook (Studi kasus ibu rumah tangga di Jorong Sukorejo Pasaman Barat). *Jurnal Media dan Interaksi Digital*, 9(3), 30830–30843.

- Oktaviani, A., Dewi, R. S., & Juwandi, R. (2024). Analisis modifikasi budaya dalam perspektif krisis identitas etnis Betawi. *Jurnal Antropologi Sosial*, 6(1), 1–12.
- Paramita, C., Wulandari, G. A., Suryaningsih, I. B., Suhartadi, K., & Nugraha, W. (2026). Penguatan cultural branding dan komitmen pariwisata berkelanjutan dalam pengembangan desa wisata Klungkung Jember. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 748–756. <https://doi.org/10.47065/jpm.v6i3.2784>
- Prameswari, N. L. (2025). Peranan dan cerminan sosial perkawinan adat Palembang, pengkajian nilai budaya di tengah arus modernisasi. *Jurnal Studi Kultural Melayu*, 9(10), 346–353.
- Pratama, H., & Pratama, A. F. (2024). Perubahan identitas budaya masyarakat urban di era modern. *Jurnal Sosiologi Perkotaan*, 2(2), 66–74.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode pengumpulan data kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 9(5), 13074–13086.
- Rosdahliani. (2025). Ritual dan tradisi sebagai identitas budaya: Kajian antropologi di masyarakat Indonesia. *Jurnal Antropologi Nusantara*, 1(1), 8–13.
- Salma, R., & Budhi, S. (2025). Identitas budaya dan makna simbolik pada tradisi penggunaan kain kuning masyarakat Banjar. *Jurnal Etnografi Indonesia*, 4(2), 433–444.
- Saputra, I., Zamzamia, I., & Setiyoko, D. T. (2025). Keragaman budaya sebagai identitas bangsa studi multikultural di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Multikultural*, 9(4), 30778–30786.
- Sari, T. Y., Kurnia, H., Khasanah, I. L., & Ningtyas, D. N. (2022). Membangun identitas lokal dalam era globalisasi untuk melestarikan budaya dan tradisi yang terancam punah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.47200/aossagj.v2i2.1842>
- Septiana, D., Junaidi, H., Putri, C., & Ningsih, A. (2026). Komunikasi: Jurnal komunikasi analisis pola komunikasi budaya dalam tradisi miyah malaman: Studi interaksionisme simbolik di Kelurahan Perigi Kayuagung. *KOMUNIKASI: Jurnal Komunikasi*, 17(1), 40–49.
- Suhartadi, K., Barokah, I., Paramita, C., & Ayu, G. (2024). Cultural branding: Development of culture-based tourism village towards sustainable tourism. *Journal of Tourism and Cultural Studies*, 5(1), 173–181.
- Suryandari, N. (2017). Eksistensi identitas kultural di tengah masyarakat multikultur dan desakan budaya global. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 15–25. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v11i1.2832>
- Susanto, R., Pratama, N. E., & Prajarini, D. (2023). Sungging perancangan user interface game edukasi topeng Panji sebagai media pelestarian kebudayaan. *Jurnal Desain dan Media Interaktif*, 2(1), 1–10.
- Warman, A. T., Damanik, A. E., Aulia, A. R., Riana, R., Hana, O., Nababan, P., & Yunita, S. (2025). Peran keluarga dalam pembentukan identitas budaya anak. *Jurnal Sosiologi Keluarga*, 9(6), 9397–9402.
- Zamhari, A., Zulaikha, F., Puspitasari, N., Anugrah, D. P., & Adelia. (2023). Nilai nilai tradisi niktiko adok dalam adat pernikahan suku Komerling di Desa Pulau Negara. *Jurnal Studi Adat dan Budaya Sumatera*, 1(3), 464–470.

