

**KONSTRUKSI IDENTITAS *MINTOROGO GESING KAMPOENG*
COFFEE DALAM UPAYA *BRANDING* DESA WISATA RINTISAN
GESING KABUPATEN TEMANGGUNG**

Nama Mahasiswa : Gamaliel Gumilar Kusuma
NIM : 253190018
Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. Edwi Arief Sosiawan, SIP, M.Si,
CIIQA, CIAR
Co-Pembimbing : Dr. Basuki Agus Suparno, M.Si.

Abstrak :

Identitas seringkali dipahami sebagai pengenal yang membedakan suatu hal dari yang lainnya. Dalam konteks daerah, identitas lahir dari keunikan etnis, kebudayaan hingga komoditas unggul yang dimiliki. Melalui hasil perkebunan kopi, Desa Gesing membangun identitas desa dibalik potensi besar lainnya yang dimiliki Kabupaten Temanggung sebagai Kota Tembakau. Menggunakan metode pendekatan etnografi, penelitian ini berusaha menganalisis bagaimana proses konstruksi identitas "*Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee*" dalam upaya memperkenalkan serta *membranding* Desa Gesing sebagai sebuah desa wisata rintisan di Kabupaten Temanggung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kopi sebagai komoditas unggul yang telah dikenal masyarakat luas menjadi kompetensi inti Desa Gesing dalam membangun identitas sekaligus upaya *branding* sebagai sebuah destinasi desa wisata rintisan, dengan didukung oleh potensi alam, budaya, dan kesenian yang dimiliki. Terdapat 3 (tiga) momen dialektis dari teori realitas sosial Berger dan Luckmann, yaitu; eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi pada proses konstruksi identitas *Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee* dalam upaya *branding* desa wisata rintisan Gesing Kabupaten Temanggung. Proses komunikasi berlangsung didalam momen-momen dialektis ini mendukung teori konstruksi realitas sosial, bahwa manusialah yang bersama-sama membuat dan mempertahankan seluruh fenomena sosial melalui praktik-interaksi sosial mereka dan memaknai melalui bahasa sebagai alat komunikasi.

Kata Kunci : *Konstruksi Identitas, Branding, Gesing, Desa Wisata Rintisan*

**KONSTRUKSI IDENTITAS MINTOROGO GESING KAMPOENG
COFFEE DALAM UPAYA BRANDING DESA WISATA RINTISAN
GESING KABUPATEN TEMANGGUNG**

Student Name : Gamaliel Gumilar Kusuma
Student Number : 253190018
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Edwi Arief Sosiawan, SIP, M.Si,
CIIQA, CIAR
Co-Supervisor : Dr. Basuki Agus Suparno, M.Si.

Abstract:

Identity is often understood as an identifier that distinguishes one thing from another. In the regional context, identity is born from the uniqueness of ethnicity, culture to superior commodities owned. Through the results of coffee plantations, Gesing Village builds a village identity behind other great potentials owned by Temanggung Regency as the City of Tobacco. Using an ethnographic approach method, this study seeks to analyze how the identity construction process of "Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee" is carried out in an effort to introduce and compare Gesing Village as a pilot tourism village in Temanggung Regency. Data were obtained through in-depth interviews, field observations, and documentation studies. The results of this study show that coffee as a superior commodity that is well known to the wider community is the core competence of Gesing Village in branding efforts as a pilot tourism village destination, supported by its natural, cultural and artistic potential. There are 3 (three) dialectical moments from Berger and Luckmann's theory of social reality, namely; externalization, objectivation, and internalization in the identity construction process of Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee as well as in the branding of the Gesing tourism village, Temanggung Regency. The communication process takes place within these dialectical moments supporting the theory of social reality construction, that it is humans who together create and maintain all social phenomena through their social practices and interpret through language as a means of communication.

Keywords : *Identity Construction, Branding, Gesing, Pioneering Tourism Village*