



LAPORAN HASIL PENELITIAN

Fenomena Glokalisasi pada Kuliner di Sulawesi Selatan (Kota Makassar, Kota Parepare, Kabupaten Bulukumba)

OLEH:

**LILY DIANAFITRY HASAN
FAISAL AKBAR ZAENAL
MUHAMMAD ANAS**

DIBIYAI DENGAN DIPA POLTEKPAR MAKASSAR TAHUN ANGGARAN 2022
DENGAN SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN NOMOR:
PL.101/18/23/POLTEKPAR-2022

**JURUSAN: HOSPITALITI
PROGRAM STUDI: MANAJEMEN TATA BOGA
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR
2022**

**KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR**

LEMBAR PENGESAHAN

PENELITI:

**LILY DIANAFITRY HASAN, A. Md. S. Sos. MM. (Ketua)
FAISAL AKBAR ZAENAL, S. St Par, MM.
MUHAMMAD ANAS, SE, MM.**

Judul penelitian:

**Fenomena Glokalisasi pada Kuliner di Sulawesi Selatan
(Kota Makassar, Kota Parepare, Kabupaten Bulukumba)**

Makassar, Oktober 2022

Menyetujui Pembimbing

**Mengetahui,
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat**

**Drs. Darmayasa, M. Pd.
Nip. 19650829 199603 1 001**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Usaha-usaha untuk mengklaim dan mengkonstruksi identitas melalui makanan telah dilakukan sejak puluhan tahun silam. Fenomena ini terjadi dalam konteks kuliner di Sulawesi Selatan, yang lebih spesifik lagi berada di Kota Makassar, Parepare dan Kabupaten Bulukumba. Kota Makassar dan Kota Parepare merupakan dua daerah yang telah di justifikasi sebagai Kota besar di daratan Sulawesi Selatan Sementara Kabupaten Bulukumba dipilih dengan pertimbangan bahwa wilayah ini kaya akan potensi pariwisata

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji fenomena *glokalisasi* yang terjadi di Kota Makassar, Parepare dan Kabupaten Bulukumba sehingga dapat menjadi satu pertimbangan dalam pengembangan pariwisata di Kota Makassar khususnya minat wisatawan terhadap potensi wisata kuliner.

Laporan penelitian ini terselesaikan dengan baik berkat dukunagn dan kontribusi dari berbagai pihak. Untuk itu, ucapan terima kasih dan apresiasi disampaikan kepada:

1. Direktur Politeknik Pariwisata Makassar
2. Kepala dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan
3. Kepala Dinas Pariwisata Kota Makassar
4. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Pariwisata Makassar
5. Seluruh informan penelitian dan pihak yang turut membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu

Semoga bermanfaat dan Allah SWT menjadikan ibadah untuk kita semua Wassalamu Alaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, Oktober 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Pengesahan	ii
Biodata Peneliti	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Abstrak.....	viii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II Tinjauan Pustaka	
A. Dokumentasi Resep Kuliner Nusantara	17
B. Rekonstruksi Rasa Sebagai Identitas	20
C. Pengaruh Globalisasi terhadap Kuliner Lokal	22
BAB III Metodologi Penelitian	
A. Teknik Pengumpulan Data	32
B. Kriteria Informan dan Lokasi Penelitian	36
C. Tahapan dan Jadwal penelitian	38
BAB IV Hasil dan Pembahasan	
A. Gambaran Umum Citra Makanan Sulawesi Selatan	39
B. Dialektika Divergensi-Convergensi dalam wacana Kuliner Sulawesi Selatan.....	49
C. Hajatan: Miniatur Ruang Dialektika Konvergensi dan Difergensi Makanan	63
BAB IV Kesimpulan	
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.	Profil Informan	37
2.	Jadwal Penelitian	38

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Kerangka Konsep Fenomena Glokalisasi pada Kuliner di Sulawesi Selatan.....	31

ABSTRAK

Penelitian ini hendak mengobservasi dan menelusuri bagaimana fenomena glocalisasi terjadi dalam konteks kuliner di Sulawesi Selatan. Yang secara spesifik penelitian ini berlokasi di Kota Makassar, Kota Pare-Pare dan Kabupaten Bulukumba dengan pertimbangan memiliki kapasitas yang lebih besar dibanding daerah lain, termasuk mobilisasi baik dalam konteks urban maupun wisata; ketersediaan pelabuhan laut dan udara yang menunjukkan aksesibilitas yang memadai serta secara geografis kaya akan potensi pariwisata.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan ialah metode kualitatif dengan menerapkan strategi penelitian fenomenologi. Teknik penentuan informan yang digunakan ialah *purposive* (sengaja), Informan dipilih sesuai dengan kriteria terkait dengan fokus dan tema penelitian yakni para pelaku industri kuliner atau industri pariwisata secara umum. Pengumpulan data melalui studi dokumen, observasi, wawancara mendalam dan *Focus Group Discussion* (FGD).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa citra makanan dari Sulawesi Selatan meliputi pelbagai *sensory of pleasure* yakni visual, aroma, rasa dan suasana (pandangan dan peraba) telah berada di tengah-tengah pengaruh globalisasi dan lokalisasi. Sebab pada dasarnya makanan-makanan tersebut berada dalam konteks Bisnis, pembacaan terhadap pasar, peninjauan kembali terhadap nilai bahan baku merupakan faktor yang menjadi pertimbangan. Selain itu, degradasi *value* dari 'terminologi tradisional' juga menjadi sebab makanan-makanan umum dengan balutan modernism menjadi lebih dominan untuk eksis di tengah masyarakat. Konstruksi dari *ontological of security* masyarakat kemudian telah berubah dari yang men-tradisi secara turun temurun mengikuti arus kerentanan konstruksi makanan dari modernism dan globalisasi. Demikian pula Hajatan sebagai salah satu ruang eksistensi tradisi termasuk makanan didalamnya turut pula mengalami perubahan-perubahan oleh proses globalisasi seiring perkembangan teknologi dan transportasi. Namun karena konteks hajatan tidak dalam kaidah bisnis (berekspektasi keuntungan materil) sehingga dapat dikatakan hajatan menjadi satu-satunya ruang saat ini dalam ke-lestarian sajian makanan dengan konteks tradisional lebih memungkinkan bertahan dibanding ruang lainnya.

Kata Kunci: *Glocalisasi, Globalisasi, lokal*

ABSTRACT

This study aims to observe and explore how the phenomenon of glocalization occurs in the culinary context in South Sulawesi. Special, this research is in Makassar City, Pare-Pare City, and Bulukumba Regency with the consideration of having a larger capacity than other areas, including mobilization in both urban and tourism contexts; the availability of ports that show adequate accessibility and are geographically rich in tourism potential.

In this study, the method used is a qualitative method by applying a phenomenological research strategy. The informant determination technique used is purposive (deliberate); the informants are selected according to the criteria related to the focus and theme of the research, namely the culinary industry players or the tourism industry in general data collected through document study, observation, in-depth interviews, and Focus Group Discussion (FGD).

The results of the study show that the food image from South Sulawesi, which includes various sensory pleasures, namely visual, aroma, taste, and atmosphere (sight and touch), has been amid the influence of globalization and localization. Because these foods are in a business context, reading the market and reviewing the value of raw materials is a factor to be considered. In addition, the degradation of the value of 'traditional terminology' is also why common foods in modernism have become more dominant in society. The construction of the community's ontological security has then changed from a tradition passed down from generation to generation following the current vulnerability of food construction from modernism and globalization. Likewise, Celebrations as a space for the existence of traditions, including food, have also changed due to the globalization process and the development of technology and transportation; however, because the context of the celebration is not in business terms (expected material benefits) so that it can be said that celebration is the only space at this time in the preservation of food offerings with traditional contexts that are more likely to survive than other spaces.

Keywords: Glocalization, Globalization, local

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Telah diketahui bahwa kota menjadi sebuah destinasi pariwisata hari ini. Kota menjadi sebuah destinasi pariwisata yang memiliki elemen-elemen (atraksi, aktivitas, aksesibilitas, amenitas, dan akomodasi) yang menarik bagi wisatawan, diantaranya bangunan arsitektur, jalanan, monumen yang merupakan citra dan identitas dari setiap kota (Lynch, 1960). Beberapa ahli perencanaan kota telah bersepakat bahwa terdapat tiga faktor yang memotivasi wisatawan melakukan kunjungan wisata ke kota, yakni sejarah, kebudayaan, dan hiburan.

Kuliner dan makanan merupakan salah satu produk pariwisata. Makanan sebagai destinasi telah menjadi sebuah daya tarik wisata yang mengandung kompleksitas makna dan sensasi pengalaman bagi setiap peminatnya. Dalam pengalaman berwisata kuliner, atau pelakunya yang juga bisa disapa dengan istilah *Foodie*, memiliki bentuk-bentuk pengetahuan dan perilaku - mulai dari memilih makanan, cara memakannya dan juga penilaian atas pengalaman yang diperolehnya secara menyeluruh (rasa, suasana, harga, dan lain sebagainya) (Zaenal dkk., 2022). Selain itu, wacana yang eksis di dalam aktivitas dan atraksi wisata di kalangan mereka adalah makanan dan hubungannya dengan nilai identik atau identitas dari suatu tempat. Sehingga hal tersebut telah menjadi motivasi para

pengunjung, bahkan pula dapat menjadi '*legacy*' apakah seseorang pernah ke tempat tersebut atau tidak.

Salah satu hal yang mengemuka dalam fenomena gastronomi di dunia akademisi saat ini adalah klaim bahwa makanan memiliki akar sejarah lebih tua bila dibandingkan dengan bangsa itu sendiri. Kebersatuan bagaikan sebetuk glorifikasi yang selalu ingin ditampilkan dalam segenap jala kebangsaan. Hal tersebut terlihat bagaimana bangsa Perancis begitu memuja anggur (*Vin*) dan keju (*fromage*) sebagai bahan-bahan khas yang menjadi identitas gastronomi mereka dengan literasi sejarah yang amat panjang. Perancis telah memenuhi segala persyaratan yang diperlukan guna menempatkan diri sebagai bangsa dengan nilai gastronomi tinggi; sejarah gastronomi yang panjang, bahan-bahan pangan khas dan/atau endemik sebagai ikon nasional, dan pemuliaan bahan pangan khas yang membuat kualitasnya tetap terbaik di dunia (Rahman, 2016:17).

Hal lebih sederhana, kisah kemunculan Nasi Jinggo yang kemudian dengan eksistensinya menjadikannya salah satu menu khas hingga dinobatkan sebagai identitas kuliner Provinsi Bali. Nasi Jinggo merupakan nasi berbungkus daun pisang dalam ukuran ekonomis - kecil dengan berat di bawah 100 gr dengan lauk berupa serundeng kacang, ayam suwir, tempe goreng, dan sambal tomat pedas lalu di bungkus berbentuk prisma.

Awalnya Nasi Jinggo bukanlah merupakan panganan khas Bali, sebagaimana Bebek Betutu, Sate lilit ataupun Be Koka Mekuah; hal ini nampak terlihat dari minimnya rempah-rempah yang digunakan dan

pengolahannya tidak sekompleks panganan khas Bali pada umumnya. Berdasarkan informasi yang didapatkan, awal kemunculan Nasi Jinggo berawal dari kawasan suci Kota Denpasar Bali (kini menjadi sentra penjualan perhiasan dan parkir bawah tanah). Yang mana wilayah ini di akhir era tahun 70-an masih merupakan terminal angkut yang bernama Terminal Penambangan Suci. Di malam hari terminal tersebut digunakan masyarakat sebagai pasar 'senggol' dan di lokasi tersebut terdapat 2 wanita yang menjajakan nasi bungkus berukuran mini dan kala itu hanya warung tersebut menjadi satu-satunya tempat seantero Kota Denpasar yang menjajakan nasi bungkus tersebut. Di sekitar tahun yang sama, di salah satu bioskop ternama sedang diputar film cowboy yang dibintangi Franco Nero yang berjudul 'Jango' (baca Jenggo).

Kala itu film 'Jango' menjadi film wajib ditonton oleh kalangan muda. Tidak ada yang mengetahui secara pasti siapa yang memulai meymatkan nasi bungkus mini di Terminal Penambangan Suci dengan nama 'Nasi Jango (kini Jinggo), akan tetapi nasi bungkus tersebut dianggap mewakili gaya 'cowboy' mereka, yang kala itu istilah cowboy dimaknai sebagai 'keren merakyat'. Lalu di era tahun 80-an, Nasi Jinggo pun mulai rame dijajakan di gang-gang yang berada depan pasar kumbasari hingga kini di berbagai sudut kota di Propinsi Bali akan dengan mudah ditemukan penjaja Nasi Jinggo dan hampir seluruh warga Bali dan wisatawan menggemari Nasi Jinggo yang ekonomis dan enak (suara.bali.com, 2021).

Gambaran kisah di atas merujuk pada bagaimana perjalanan konstruksi awal makanan yang disajikan sebagai wujud inovasi dan improvisasi kuliner yang berangkat dari motivasi pemenuhan kebutuhan yang kemudian dihubungkan dengan trend perilaku masyarakat lokal dan secara perlahan bergerak dari objektifikasi ke internalisasi dalam arti hadirnya wujud kepemilikan secara umum tanpa merujuk lagi pada penemu awal. Oleh karena terbentuknya ontentik sebagai identitas ditengah gempuran produk-produk global.

Dalam sebuah cerita sejarah, pernah terjadi suatu ketegangan yang obyeknya adalah makanan dan hubungannya dengan identitas dan kesadaran berbangsa. Soekarno pernah dengan marah mengatakan. "Kita mempunjai panganan enak kepunjaan kita sendiri, mengapa tidak itu saja yang dihidangkan? Wanita-wanita di kabinetnya berkata 'Maaf, pak. Tentu bikin malu kita sadja. Kami rasa orang barat memandang rendah pada makanan kita yang melarat" (Ricklefs, 2008:339). Dalam kisah ini, klaim biner 'makanan sendiri' dan 'makanan orang lain' eksis di dalam percakapan yang sangat politis. Makanan sebagai jamuan juga memiliki unsur identitas dan maksud politis yang sangat kuat. Namun, permasalahannya kemudian adalah, di tengah besar pengaruh globalisasi saat ini, bagaimana Indonesia atau setiap daerahnya melakukan proses identifikasi identitas dari daerah atau kebudayaannya terhadap ragam jenis makanan yang tercipta di daerahnya.

Problematika tersebut jelas hanya bisa dipecahkan melalui usaha bongkar-pasang (*deconstructing*) tatanan lama (sistem budidaya pangan dan konstruksi makanan) lalu dikonstruksi (*reconstructing*) ke dalam tatanan baru. Usaha yang dilakukan Soekarno melalui tim penyusun buku masak nasional 'Mustika Ratu' merupakan sebatas usaha mendekonstruksi makanan pada aspek mental, tapi tidak menyentuh secara menyeluruh pada aspek strukturalnya (sistem budidaya pangan, kesehatan, nutrisi, hingga kesadaran bangsa Indonesia membayangkan konsep budaya nasionalnya). Aspek mental itu ditunjukkan dari usaha pemerintah yang hanya sebatas mendekonstruksi dominasi makanan Eropa/Belanda di atas makanan pribumi dan Tionghoa seperti ditekankan dalam *Indische keuken*¹.

Hal tersebut terlihat dari kebiasaan umum para penulis buku masak pada masa kolonial yang mengkategorikan makanan ke dalam dua atau tiga kelompok, yaitu Belanda, Eropa, Pribumi dan terkadang ditambah Tionghoa. Kebiasaan tersebut tampaknya mengendap dalam pikiran dan mental Indonesia untuk memproduksi biner serupa tetapi dengan membalikkan posisinya menjadi 'makanan kita (Indonesia)' dan 'makanan Asing'. Tampaknya biner tersebut mengembangkan pembentukan biner yang lainnya, 'makanan modern' dan 'makanan tradisional' yang diungkapkan dalam konteks makanan Indonesia (Rahman, 2016: 286).

¹ Nama sajian di nusantara pra kemerdekaan Indonesia yang dihidangkan untuk para pejabat Belanda dan pembesar lokal yang disiapkan oleh para juru masak pada abad ke-19 (Merawat Budaya Kuliner Nusantara | lifestyle - Bisnis.com. Diakses tanggal 22-02-2022).

Wacana rasa akhirnya membawa masuk makanan ke dalam ruang identitas. Salah satu hubungan yang memuat kelumit masalah adalah makanan dan identitas. Ketika makanan dipahami dalam sirkulasi kekuasaan; diperlukan analisis dengan kesadaran politis untuk melihat bagaimana misalnya identitas etnis hingga bangsa itu dikonstruksi atau dibayangkan. Hal ini merujuk pada ungkapan Cook dan Crang, bahwa makanan semestinya tidak didudukkan sebagai artefak kebudayaan, tapi sebagai material dan praktik yang dapat bergeser (*displacement*) dan berubah (*change*) melalui serangkaian proses, yaitu: (1) *invented-invention-innovation*; dan (2) *contstructed-deconstructed-reconstructed*. Selain itu, berbagai aspek seperti sistem budidaya, produksi serta distribusi buku sains, buku masak, dan panduan rumah tangga, bahkan kegiatan misionarisasi tanpa disadari turut andil menggeser dan mengubah berbagai kebiasaan makan di Indonesia (Rahman, 2016: 15).

Sebagaimana dapat tersirat dari pemikiran Feipe Fernandez-Armesto; bahwa makanan adalah sesuatu yang mudah ditiru dan berpindah. Maka bukanlah hal aneh bila kita menemukan jenis makanan dengan tipe dan nama yang sama di satu kawasan. Secara historis, proses meniru dan berpindah tentunya telah berlangsung lama, jauh sebelum konsep-konsep negara lahir. Lalu bagaimana dengan gastronomi Indonesia? Gastronomi Indonesia semestinya terbentuk seiring dengan perjalanan sejarah global yang menyentuhnya dan karakter geografis yang ada. Perjalanan

gastronomi Indonesia adalah sebuah perjalanan sejarah eksistensi yang selalu berkembang (Armesto, 2002:119).

Usaha-usaha mengkonstruksi ini sudah bermula sejak adanya usaha untuk menuliskan beberapa resep makanan dalam buku. Namun dalam perkembangannya, buku-buku tersebut mulai mengalami proses kritik dan pengembangan yang berangkat dari ketidakpuasan atau kesepakatan terhadap isi dari buku tersebut. Harsono (dalam Rahman, 2016: 272) tidak tertarik untuk melibatkan atau berkonsultasi dengan para gastronom. ia beralasan bahwa karya mereka kurang jelas, kurang lengkap, dan tidak mengetahui semua makanan di Indonesia. Maka demikian pula pandangan Harsono terhadap standar penyusunan buku masak Indonesia.

Buku-buku masak yang beredar sebelumnya dan semasa itu, dianggap tidak atau belum memenuhi 'standar indonesia'. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa standar masak dan menghidangkannya adalah suatu seni. Para pemasak mesti mengusung prinsip organolaptik - mutu rasa suatu hasil masakan yang ditentukan oleh ketajaman alat-alat panca inderanya. Seni memasak diibaratkan oleh Harsono; sama halnya dengan lagu dan lukisan.

Dalam konteks lebih luas, Konsumsi makanan diakui sebagai kumpulan praktik sosial secara kontekstual dan dinamis, di mana dalam konteks sosial, budaya, dan politik makanan tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan fisiologis manusia, namun juga dijadikan media untuk menjalin

hubungan dengan orang lain (Oosterveer, 2006). Dalam konteks pariwisata, konsumsi makanan menyuguhkan signifikansi 'simbolis' misalnya perbedaan sosial, cara untuk menemukan dan mengalami budaya makan lain (Chang et al., 2010; Kim et al., 2009; Molz, 2007).

Konsumsi makanan dalam pariwisata pada konteks yang lebih luas dinyatakan mendapatkan pengaruh baik secara makro oleh globalisasi yang berlangsung secara terus-menerus yang kemudian berimbas pada transformasi pola produksi dan konsumsi makanan (Mak et al., 2012). Globalisasi sendiri dinilai telah meng-homogen-kan dunia dan pada tingkat tertentu memunculkan heterogenitas (Appadurai, 1996). Kombinasi kompleks homogenitas dan heterogenitas merangkum esensi dari 'perbedaan-dalam-kesamaan' yang oleh Robertson, (1995) menyebutnya sebagai teori '*glocalisation*' sehingga globalisasi dipandang sebagai proses dialektika yang melahirkan '*the universalisation of the particular and the particularisation of the universal*'.

Pengaruh globalisasi terhadap makanan menimbulkan kekhawatiran homogenisasi kuliner lokal yang menghasilkan 'global palate' sebagai sebuah 'global cuisine' (Richards, 2020; Ritzer, 1983) juga mengancam hubungan antara makanan dan tempat atau yang disebut oleh (Trubek, 2008) sebagai 'taste of place' atau 'terroir', dan juga perampasan 'sense of place' bagi penduduk setempat dan wisatawan (Richards, 2020).

Dialektika globalisasi dan lokalisasi secara konseptual bersifat dialektis dan saling bergantung (Robertson, 1995, 1998), dalam hubungannya

dengan pariwisata dan kuliner, ketegangan tersebut dinilai telah mempengaruhi ragam jenis makanan di destinasi wisata (Hall & Sharples, 2003; Robertson, 1995).

Interaksi antara global dengan lokal dapat dipahami sebagai sebuah gagasan, teknologi, informasi, ataupun budaya yang bertujuan untuk melindungi dan membangun ekonomi dalam skala lokal (Wilhelmina et al., 2010) interaksi antara keduanya memunculkan beberapa frasa seperti 'globalisasi (Porto, 2007; Ritzer, 2003), 'global-local nexus' (Teo & Li, 2003), 'global meets the local' (Thorns, 1997), 'indigenization' (Appadurai, 1996), dan 'glocalization' (Bauman, 1998; Robertson, 1995, 1998) yang menjelaskan perihal dialektika antara global dan lokal.

Salah satu yang dikhawatirkan dalam hubungan antara global dan lokal ini ialah otentifikasi atau keaslian, dan/atau kekhasan. Keaslian itu sendiri merupakan suatu faktor penting dalam citra dari sebuah produk, baik dalam wujud cerita sejarah, rasa, visual dan/atau penampilan, dan sebagainya, yang turut pula menjadi batas dan/atau pembeda dari produk pariwisata lainnya. Bahkan sekaligus menjadi daya tarik utama di kalangan wisatawan untuk mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, dalam konteks yang lebih luas; otentifikasi muncul dari konstruksi identitas dari sebuah produk kebudayaan seperti halnya makanan dapat pula berfungsi untuk mengkonstruksi rasa persatuan dan keterikatannya terhadap identitas dengan kelompok mereka sendiri (daerah, kota, negara) (Holtzman, 2006).

Dalam bentuk paling ekstrem, otentisitas makanan yang dikonstruksi melalui berbagai upaya seperti yang dilakukan diatas oleh Medina & Tresserras, (2018) justru dinilai menjadikan realitasnya begitu terdistorsi yang menyebabkan otentisitas itu kehilangan semua makna melalui upaya representasi otentisitas itu sendiri (Medina & Tresserras, 2018)

Wisatawan umumnya memiliki eksposur yang lebih luas terhadap makanan dan masakan asing dan asing berdasarkan peluang perjalanan yang semakin besar, keragaman pasokan makanan, jumlah restoran etnik di lingkungan rumah mereka, dan ketersediaan sumber informasi dari berbagai bentuk media, termasuk Internet. Eksposur yang meningkat memungkinkan wisatawan untuk mengenal berbagai masakan asing meskipun mereka belum mengunjungi tempat-tempat asal masakan tersebut. Meskipun orang mungkin berpendapat bahwa masakan asing di tempat asal wisatawan bisa sangat berbeda dari yang ada di negara asal, mereka setidaknya akan memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan pengetahuan 'dangkal' dan paparan masakan 'Lainnya'.

Penelitian pilihan makanan menemukan bahwa paparan terhadap makanan tertentu cenderung meningkatkan preferensi untuk makanan tersebut, karena keakraban meningkat dengan paparan berulang (Birch, McPhee, Shoba, Pirok, & Steinberg, 1987; Plin, 1982). Dalam nada yang sama, paparan wisatawan terhadap masakan lokal dari budaya yang berbeda, baik yang diperoleh melalui kunjungan sebelumnya atau di lingkungan rumah mereka, dapat meningkatkan keakraban masakan itu dan

dengan demikian berpotensi mengurangi risiko yang dirasakan terkait dengannya. Misalnya, seorang turis Inggris yang sudah terbiasa mengunjungi **YO! Sushi**, rantai restoran Inggris yang menggunakan metode ban berjalan ala Jepang untuk mengantarkan sushi ke pelanggannya, akan memiliki peningkatan eksposur dan keakraban dengan beragam '**sashimi**' (irisan ikan mentah) hidangan yang tersedia di restoran, dan mungkin lebih bersedia untuk mengkonsumsi sashimi ketika dia bepergian ke Jepang.

Ini menguatkan gagasan bahwa globalisasi dapat menyebabkan peningkatan minat dalam mengkonsumsi makanan lokal atau etnis karena banyak orang di seluruh dunia sekarang memiliki peningkatan eksposur ke berbagai hidangan dan produk etnis yang lebih luas (Torres, 2002). Studi yang dilakukan oleh Tse dan Crotts (2005) mendukung hal ini, menunjukkan bahwa kunjungan ulang berkorelasi positif dengan jumlah dan jangkauan eksplorasi kuliner wisatawan, sedangkan kunjungan pertama berkorelasi negatif. Demikian pula, Ryu dan Jang (2006) menemukan bahwa pengalaman masa lalu merupakan salah satu prediktor signifikan dari niat wisatawan untuk mengkonsumsi masakan lokal di destinasi wisata.

Globalisasi diakui membawa peningkatan keragaman dan ketersediaan yang lebih besar dari pasokan makanan dan kuliner (Kennedy et al., 2004). Dengan demikian, wisatawan tidak hanya menjadi lebih *mobile*, tetapi juga makanan yang mereka makan (Richards, 2002). Seperti yang dikatakan Calhoun (2002, hlm. 889), 'samosa sekarang menjadi makanan

Inggris seperti pizza adalah Amerika dan kari Indonesia adalah Belanda. Bahkan di mana sentuhan eksotis (dan keseragaman lokal) lebih kuat, seseorang dapat makan internasional—makanan Meksiko di Norwegia, Ethiopia di Italia. Oleh karena itu, globalisasi kontemporer telah membawa lebih banyak variasi sajian kuliner bagi wisatawan, memuaskan keinginan mereka untuk mencari 'kebaruan' di bidang kuliner. Seperti yang dinyatakan sebelumnya, 'risiko' adalah bagian yang melekat dari konsumsi makanan dalam pariwisata dalam hal paparan bahan asing, kebersihan, risiko kesehatan, pengaturan kuliner dan rasa yang berbeda (Cohen & Avieli, 2004). Selain itu, Fischler (1988, p. 278) 'paradoks omnivora' menunjukkan bahwa kecenderungan neofobia dapat menjadi ciri kepribadian terkait makanan yang signifikan yang mengontekstualisasikan konsumsi makanan dalam pariwisata.

Meskipun demikian, globalisasi dan konvergensi dalam konsumsi makanan dapat menawarkan peluang untuk mengurangi kendala ini dengan menghadirkan wisatawan dengan tingkat 'keakraban' tertentu. Sementara beberapa wisatawan, terutama mereka yang bepergian ke negara berkembang, mungkin menghindari konsumsi makanan lokal tertentu karena bahan-bahan yang tidak dikenal (Cohen & Avieli, 2004) dan risiko kebersihan dan kesehatan yang dirasakan seperti diare pelancong (Torres & Skillicorn, 2004), menariknya, banyak wisatawan juga enggan untuk memilih makanan lokal yang tidak dikenal karena kekhawatiran tentang 'risiko tidak terbiasa' dengan rasa atau rasanya. Misalnya, Chang et al.

(2010) menemukan bahwa banyak turis Cina yang bepergian ke Australia cenderung menghindari risiko tidak terbiasa dengan rasa makanan asli setempat dan cenderung mencari 'rasa yang familiar' dari makanan yang dapat memberi mereka rasa 'jaminan selera'.

Namun, Australia diakui sebagai negara modern dan global dengan banyak penawaran gastronomi. Masakannya merupakan perpaduan kreatif gaya internasional yang sebagian besar dipengaruhi oleh migrasi dari Eropa dan baru-baru ini dari Asia (Hall & Mitchell, 2002a). Ang (2000) menunjukkan fakta bahwa masakan Australia umumnya dibangkitkan dalam hal 'perpaduannya' dengan bahan dan cita rasa Asia. Dalam hal ini, masakan Australia '*creolised*' memberikan wisatawan China tingkat 'keakraban' yang relatif lebih tinggi dalam hal rasa. Akibatnya, globalisasi dan konvergensi dalam konsumsi makanan dapat meningkatkan keterpaparan dan keakraban wisatawan dengan masakan asing di satu sisi, mereka juga berkontribusi pada pasokan kuliner yang lebih terdiversifikasi dan 'mengglobal' di destinasi di sisi lain. Sementara ada peningkatan keragaman dan 'kebaruan', ada juga peningkatan 'keakraban' yang ditawarkan destinasi. Ini akan memberikan wisatawan dengan 'kenyamanan ontologis rumah' (Quan & Wang, 2004), memberikan solusi untuk 'paradoks turis'.

Telaah sebelumnya sudah cukup membuktikan bahwa usaha-usaha untuk mengklaim dan mengkonstruksi identitas melalui makanan telah dilakukan sejak puluhan tahun silam dan memiliki kepentingan yang sama derajatnya secara politis. Sebagai bagian dari usaha untuk mengkonstruksi

secara akademisi tentang batas-batas makanan dari setiap daerah, di tengah massifnya proses perubahan kebudayaan (dalam hal ini juga berkaitan dengan kontak antar jenis menu atau bahan makanan).

Penelitian ini hendak mengobservasi dan menelusuri bagaimana fenomena glokalisasi tersebut terjadi dalam konteks kuliner di Sulawesi Selatan, yang lebih spesifik lagi berada di Kota Makassar, Pare-Pare dan Kabupaten Bulukumba. Kota Makassar dan Kota Pare-Pare merupakan dua daerah yang telah di justifikasi sebagai Kota besar di daratan Sulawesi Selatan. itu artinya, secara populasi, daerah ini memiliki kapasitas yang lebih besar dari daerah lainnya. Termasuk mobilisasi, baik itu dalam konteks urban ataupun wisata, termasuk kepadatan penduduk dibanding dengan daerah lainnya di Sulawesi Selatan. Ketersediaan fasilitas publik seperti pelabuhan, membuat kedua daerah ini kian tumbuh pesat. Sebagaimana Hasyim dan Unde (2011) menyarankan bahwa Makassar sebagai ibukota provinsi Sulawesi Selatan sangat potensial untuk melakukan pengembangan wisata kuliner berbasis seafood, oleh karena selain perairan Makassar masih tergolong bersih dari pencemaran sehingga biota laut dominan mampu berkembang biak, juga karena letaknya yang strategis dan menjadi pintu gerbang kawasan timur Indonesia.

Sementara Kabupaten Bulukumba dipilih dengan pertimbangan bahwa wilayah ini kaya akan potensi pariwisata, yang secara geografis dapat disematkan sebagai wilayah yang eksotis, oleh terpadunya pegunungan dan pantai menobatkan Kabupaten Bulukumba menjadi destinasi

pariwisata andalan Sulawesi Selatan (panel.sulselprov.go.id)². terlebih informasi dari kumanika.com³, bahwa dewasa ini kuliner mendominasi sub-sektor ekonomi kreatif di Bulukumba. Maka kemudian menggiring dugaan peneliti bahwa perkembangan kuliner di Kabupaten Bulukumba memiliki hubungan pengaruh dengan perkembangan preferensi organolaptik (globalisasi) di wilayah perkotaan dalam hal ini Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

Penelitian yang akan diselenggarakan berfokus rumusan masalah, yaitu;

Bagaimana fenomena glokalisasi pada sektor kuliner di Kota Makassar, Kota Pare-Pare dan Kabupaten Bulukumba?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana fenomena glokalisasi pada sektor kuliner di Kota Makassar, Kota Pare-Pare dan Kabupaten Bulukumba?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Civitas academia, khususnya yang bergelut dalam bidang kajian gastronomi, kebudayaan dan pariwisata yang mana hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dan/atau panduan dalam pengkajian dibawah tema dan/atau topik serupa;

² di akses 22-02-2022

³ di akses 22-02-2022

2. Pemerintah baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah/Kota dalam upaya perumusan kebijakan berkenaan dengan pemulihan ekonomi, pengembangan pariwisata, dan;
3. Pelaku usaha kuliner berkenaan dengan pengembangan usaha.
4. Pengembangan sektor wisata pada bidang kuliner dengan membangun pusat kuliner.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Dokumentasi Resep Kuliner Nusantara

Sejarah makanan di Indonesia terbentuk dari beberapa lapisan waktu. Jika dihubungkan dengan sumber-sumber sejarah, setidaknya telah terasa bahwa makanan dikonstruksi sebagai *cuisine* alias boga sejak abad ke-10 M seiring masuknya pengaruh citarasa Tionghoa, India dan Arab. Hal itu semakin kompleks Ketika Eropa mulai menanamkan pengaruhnya sejak abad ke-16 hingga abad ke-18 dengan ditandai masuknya secara gelombang berbagai jenis bahan makanan baru dari Benua Amerika dan Eropa ke Indonesia (dan juga sebaliknya), yang dalam sejarah global dikenal dengan *Columbian Exchange* (Rahman, 2016:5).

Pada masa 1960-1967, Pemerintah secara ambisius berusaha untuk memiliki buku masak nasional untuk pertama kalinya. Buku masak bertajuk *Mustika Rasa* hadir sebagai bentuk penegasan pemerintah terhadap perlunya konsep 'makanan indonesia', yang merupakan wujud simbolis bagaimana makanan dijadikan identitas bangsa (Rahman, 2016:7).

Sejarah makanan di Indonesia belum benar-benar teramati secara khusus. Hal ini bisa dilihat dari dua buku. Pertama *Food Culture in South-east Asia*. Hal menarik dalam studinya ini, Esterik menyebut Indonesia sebagai '*island of cuisines*', bukan lagi sekadar sebutan klise '*island of spices*'. Ia menyadari bukanlah hal mudah mengupas sejarah makanan di Asia

Tenggara karena beragam unsur seperti lingkungan, bahasa, etnisitas, dan system politik berkelindan di dalamnya (Penny van Esterik, 2008).

Telaah perkembangan makanan di Indonesia juga dilakukan melalui pengkajian hubungan makanan di Indonesia sebagai identitas bangsa. Dalam hal ini, ada pewacanaan sejarah kontemporer boga di Indonesia yang dilakukan Michiko Kubo dalam artikelnya *The Development of an Indonesian National Cuisine* (Kubo, 2010). Selain itu ada juga dua karya dari Sri Owen berjudul *Indonesian Regional Food and Cookery* (1999) dan *Indonesia Food* (2009).

Donath dalam Rahman mengatakan diantara sekian banyak resep dengan pengaruh Tionghoa dan Eropa, ada resep yang tidak dianggap 'membaju' dengan 'makanan kita' sehingga dalam buku masak ini sengaja dipisahkan dalam kategori sendiri. Alasannya adalah, "Sebenarnya pada resep-resep yang sudah diuraikan sebelumnya banyak juga masakan Eropa yang dimasukkan ke dalamnya karena dianggap sudah menjadi 'kesukaan' kita. Yang diuraikan berikut ini hanyalah tambahan saja yang belum menjadi makanan 'kesukaan sehari-hari' bagi kita. Resep-resep ini disediakan apabila mungkin ada yang ingin belajar membuat jamuan (*dine*) (Rahman, 2016:234).

Karena itulah resep-resep masakan Tionghoa seperti kimlo, pu yong hay, dan tjaptjay serta masakan eropa seperti sispot, pure kentang, dan salada hussar (huzarensla) dianggap sebagai bukan bagian dari 'makanan kita'. Pola Kategorisasi seperti ini sebenarnya mirip sekali dengan pola lama

dari buku-buku masak colonial. Bedanya, jika dalam beberapa *Indisch Kookboek* yang ditekankan adalah 'makanan belanda' baru setelah itu 'makanan pribumi, dalam buku masak kemerdekaan yang terjadi adalah sebaliknya. Beberapa makanan Eropa khususnya yang berunsur Belanda, nyatanya tidak dianggap 'membaju' dengan 'masakan kita'. Paradigma penyusun buku masak ini sungguh menarik karena menyiratkan pandangan bahwa masakan 'orisinal Belanda' adalah hal asing. Meski diantaranya sudah 'membaju' sebagai 'masakan kita', tampak bahwa pecampuran bangsa sejak lama bukan berarti sepenuhnya menghasilkan pembauran cita rasa (Rahman, 2016:234).

Kita bisa mengartikan bahwa pengaruh makanan global itu tanpa disadari merupakan hasil dari proses amalgamasi yang berlangsung secara harmonis dalam kurun waktu yang Panjang. Sayangnya, hal itu tidak benar-benar dipikirkan oleh perumus buku sehingga keharmonisan itu menjadi terputus pada masa kemerdekaan Indonesia dan tidak mudah diwujudkan jika pemerintah berusaha mengonstruksi makanan Indonesia. Buku masak nasional Indonesia sebagai salah satu identitas kebangsaan memang terlihat mendesak untuk diwujudkan dan perlu didukung secara sinergis oleh beberapa aspek (Nasionalisme, budaya, gastronomi, sains, ekonomi, politik). Namun pada kenyataannya, Nasionalisme itu tidak ditopang oleh aspek lainnya. *Pertama*, pembudidayaan pangan tidak merata dibangun di berbagai daerah. *Kedua*, kondisi perekonomian nasional yang tidak stabil mempengaruhi rendahnya daya beli masyarakat terhadap bahan-bahan

makanan beragam dan berkualitas. *Ketiga*, rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap ilmu makanan dan gastronomi menyebabkan tidak tumbuhnya bayangan terhadap boga nasional. *Keempat*, alih-alih angin membentuk boga nasional, bangunan politik, budaya, dan nasionalisme Indonesia justru malah mengarah dan diarahkan kearah etnonasionalisme sehingga yang dihasilkan cenderung bercitra *etnis (ethnic cuisine)* dan kedaerahan (*regional cuisine*) (Rahman 2016:287).

2. Rekonstruksi Rasa Sebagai Identitas

Hal ini setidaknya sejalan dengan pemikiran Montanari dalam menyajikan proses bagaimana boga ditemu-ciptakan dan dikonstruksi melalui skemanya yang menarik: *fire-cooking-kitchen-cuisine-civilization*. Untuk menuju fase *cuisine* dan *civilization* itu, Montanari lebih jauh memahaminya dari imbas Ketika makanan dituliskan dan resep-resep masak dilisankan (*Written cuisine dan oral cooking*). Montanari mengatakan bahwa dalam hubungan antara bahasa dan makanan terkandung kode-kode komunikasi yang mengekspresikan makna-makna simbolis terhadap berbagai macam aspek kehidupan masyarakat. (ekonomi, sosial, politik, agama, etnis, dan estetika). Perkembangan berupa perubahan dan kemunculan jenis-jenis makanan baru berikut kebiasaannya adalah ekspresi dari berbagai macam hal yang menghasilkan *rasa* sebagai suatu hal yang subtil di balik makna makan dan makanan. Rasa memang lebih sering ditempatkan dalam fungsi biologis; namun bagi Montanari,

sebenarnya ini juga adalah produk budaya yang terbentuk dari hubungan makanan dengan ruang-ruang geografis, bahasa dan identitas (Montanari, 2006).

Gastronom kenamaan Prancis, Jean Anthelme Brillat-Savarin, yang merumuskan konsep “fisiologi rasa” (*physiologie du gout*). Menurutnya, rasa adalah indra yang terhubung dengan sensasi kenikmatan di mana tubuh menyadari sensasi itu. Sebagai perangsang selera, lapar, dan haus, rasa adalah dasar yang menghasilkan bagaimana individu tumbuh, berkembang, merawat dan membenahi kehilangan-kehilangan (dari kebiasaan makan sebelum-sebelumnya) sebagai akibat dari perubahan vital. Mengatur tubuh agar tidak makan dengan cara sama-sebagai pembeda dengan tubuh-tubuh lainnya, menghasilkan kreasi, meragamkan metode, hingga pengaruhnya dalam menentukan aneka cara pengelolaannya, itu semua adalah serangkaian dari beroperasinya (fungsi) rasa (Savarin, 1948)

Dalam pengolahan makanan, ada aturan-aturan yang telah diturunkan sejak silam namun maknanya semakin lama semakin tidak terlalu disadari atau hanya bisa diketahui dan dipahami di permukaannya saja. Aturan-aturan mengenai pengolahan rasa dalam makanan sendiri mengandung intuisi dalam proses seleksi bahan-bahan makanan untuk mewujudkan citarasa tertentu. Secara Biologis/alamiah, manusia mempunyai bekal/bakat universal dalam mengecap rasa melalui lidah dengan air liurnya. Namun sifat universal itu tidak berlaku secara sosial dan budaya sebagai aspek yang lebih luas. Pengaruh sosial-budaya secara luas

menyentuh aturan moral, perintah, dan norma. Inilah yang membuat sifat rasa menjadi nisbi, bersinggungan dengan berbagai biner seperti: berselera-tidak berselera; enak-tidak enak; halal-haram; tradisional-modern; hingga ambigunya batas antara gastronomi nasional, gastronomi daerah, dan gastronomi etnis (Rahman, 2016:14).

3. Pengaruh Globalisasi terhadap Kuliner lokal.

Konsumsi makanan dalam konteks umum dipahami sebagai kumpulan praktik sosial yang kontekstual dan dinamis, dalam konteks sosial, budaya dan politik, makanan tidak dilihat sebatas aktivitas pemenuhan kebutuhan fisiologis, namun juga dijadikan media dalam menjalin hubungan dengan manusia lainnya (Oosterveer, 2006). Sedangkan, dalam konteks pariwisata konsumsi makanan dianggap sebagai hal yang 'simbolis' misalnya sebagai penanda perbedaan sosial, cara menemukan dan mengalami budaya makan lain diluar dari lingkungannya kesehariannya. Lebih dari pada itu makanan menjadi wujud unik dari aktivitas berwisata memberikan 'sensory pleasure' yang menyuguhkan 'experiential' melalui kepuasan kelima panca indera yaitu penglihatan, penciuman, pendengaran, perasa dan peraba (Mak et al., 2012)

Makanan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi minat dan preferensi wisatawan dalam memutuskan pilihan destinasi (Cohen & Avieli, 2004; Hall & Sharples, 2003; Jacinthe Bessière, 1998; Richards, 2020). Pilihan dan preferensi makanan bagi wisatawan juga diakui sebagai

kekuatan penting dalam mendorong permintaan pasar pariwisata kuliner pada penawaran bisnis perhotelan, dan suplai masakan lokal, misalnya suplai jenis makanan import, pertanian lokal, dan makanan khas lokal untuk menarik perhatian wisatawan (Morgan et al., 2006; Telfer & Wall, 2000; Torres, 2002, 2003).

Perbedaan dan keragaman atas pilihan, preferensi dan minat terhadap suatu kuliner dinilai tidak luput dari pengaruh globalisasi, seperti yang dijelaskan oleh banyak penelitian sebelumnya bahwa globalisasi mempengaruhi produksi dan pola konsumsi makanan (Lang, 1999; Wilhelmina et al., 2010) yang menjadikan konsumsi makanan disektor pariwisata larut dalam pengaruh makro globalisasi. Lebih lanjut, globalisasi secara signifikan dinilai telah mempengaruhi identitas dan gastronomi lokal (kesan holistik gastronomi sebagai lanskap dari suatu destinasi) (Fox, 2007).

Dalam konteks yang lebih luas, seperti pariwisata dikatakan oleh (Reiser, 2003) bahwa globalisasi menunjuk pada konsep pluralisme yang mana globalisasi berdampak pada pariwisata dan begitupun sebaliknya. Pengaruh tersebut terjadi karena globalisasi bukan hanya 'fenomena di luar sana' tetapi 'fenomena di sini' yang mempengaruhi aspek-aspek intim dan personal dalam kehidupan kita (Giddens, 1996). Sementara itu, globalisasi telah meng-homogen-kan dunia dan pada tingkat tertentu globalisasi juga memunculkan heterogenitas, dengan demikian, 'budaya global' dicirikan

sebagai politik dari upaya bersama dari kesamaan dan perbedaan untuk meng-kanibal-kan satu sama lain (Appadurai, 1996).

Dari konsep teori budaya dunia, globalisasi terdiri dari kombinasi kompleks homogenitas dan heterogenitas, dan untuk merangkum esensi dari 'perbedaan-dalam-kesamaan' tersebut Robertson, (1995) mengartikulasikannya sebagai teori 'glocalisation', Robertson juga menjelaskan bahwa berdasarkan postulasi teori, globalisasi dipandang sebagai proses dialektika yang melahirkan '*the universalisation of the particular and the particularisation of the universal*'.

Pengaruh globalisasi terhadap kuliner lokal ini pula yang telah dikawatirkan dapat menyebabkan homogenisasi yang menghasilkan 'global palate' sebagai sebuah 'global cuisine' (Richards, 2020; Ritzer, 1983) juga mengancam hubungan antara makanan dan tempat atau yang disebut oleh (Trubek, 2008) sebagai 'taste of place' atau 'terroir', dan juga perampasan 'sense of place' bagi penduduk setempat dan wisatawan (Richards, 2020).

Dialektika atau ketegangan antara globalisasi dan lokalisasi secara konseptual bersifat dialektis dan saling bergantung (Robertson, 1995, 1998), dalam hubungannya dengan pariwisata dan kuliner, ketegangan tersebut dinilai telah mempengaruhi ragam jenis makanan di destinasi wisata (Hall & Sharples, 2003; Robertson, 1995). Sehubungan dengan ragam jenis makanan atau suplai makanan dengan globalisasi, Mak et al., (2012) secara konseptual membagi pengaruh globalisasi dan lokalisasi kedalam tiga dimensi dikotomis yaitu 1) Homogenisasi versus Heterogenisasi, 2)

Kesadaran global versus Kesadaran lokal, 3) Budaya global versus Budaya lokal.

Perubahan pada sistem makanan dan pola konsumsi makanan diungkapkan oleh Kennedy et al., (2004) digerakkan diantaranya oleh liberalisasi pasar dan investasi asing, yang juga disadari secara krusial berkontribusi meng-homogen-kan konsumsi makanan. Liberalisasi pasar memungkinkan bahan makanan bersumber dari seluruh dunia, investasi asing seperti investasi oleh perusahaan pangan multinasional telah berkontribusi pada pasokan bahan makanan yang lebih beragam di seluruh dunia, sehingga mempercepat konvergensi konsumsi pangan. Symons, 1993., dalam Mak et al., (2012) menyatakan bahwa persebaran perusahaan makanan menjangkau seluruh dunia, yang mengakibatkan konsumsi akan pizza, hamburger dan minuman cola dari perusahaan makanan global semakin familiar dan menjadikannya '*global cuisine*'.

Kekuatan meng-homogenisasi tersebut kemudian dipersepsikan sebagai ancaman terhadap identitas citra gastronomi lokal atau otentisitas makanan (Leitch, 2009., Pilcher, 2006., dalam Counihan & Esterik, 2013), perdebatan tentang otentisitas atau keaslian makanan jika ditelusuri lebih jauh merupakan isu yang telah lama dan sangat kontroversial dalam kajian pariwisata (Medina & Tresserras, 2018), Mennel, 1985; Molz, 2004; dalam Mak et al., (2012) telah menyatakan bahwa secara umum budaya makanan terus berkembang dan mengalami perubahan dalam merespon rangsangan dari dalam dan luar yang berbeda-beda, sehingga sulit atau bahkan tidak

mungkin untuk mendefinisikan keaslian dalam budaya makanan (Mak et al., 2012).

(Wang, 2017) membedakan keaslian menjadi beberapa pengertian 'keaslian obyektif', 'keaslian konstruktif', dan 'keaslian eksistensial'. Dia menekankan bahwa 'pengalaman otentik dalam pariwisata dan keaslian objek wisata adalah konstruktif antara satu sama lain', sehingga keaslian objek wisata sebenarnya adalah 'keaslian simbolis'. Kesulitan untuk memahami keaslian ini oleh Cohen, (2002) dianjurkan agar penekanannya dialihkan dari perdebatan akademis ke bagaimana wisatawan itu sendiri memahami dan menafsirkan konsep tersebut.

Globalisasi sebagai suatu realitas dalam skala makro, bagaimanapun juga tidak menjadi suatu kepastian dalam hal meng-homogenisasi produksi ataupun konsumsi, sehingga pola makan lokal dan regional akan tetap ada bahkan tetap terjaga dalam kondisi-kondisi tertentu. Hal tersebut dinilai oleh Mak et al., (2012) karena seiring dengan peningkatan kesadaran akan preferensi budaya dan perbedaan oleh para perusahaan multinasional dengan memperkenalkan produk lokalnya sesuai konteks budaya usaha tersebut, seperti Teriyaki Burger di Jepang dan Burger Rendang di Indonesia, McKroket di Belanda, McRice Burger di Hong Kong dan lainnya oleh McDonalds menjadi bukti akan 'kesadaran' antara global dan lokal, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan ragam produk makanan dan tidak serta-merta menekan budaya lokal.

Porter, (1998) menjelaskan bahwa proses yang sangat terlokalisasi dan berkelanjutan menciptakan 'keunggulan kompetitif', sehingga perbedaan dalam hal struktur, nilai, budaya, Lembaga dan sejarah ekonomi nasional mampu memberikan kontribusi yang begitu besar terhadap keberhasilan kompetitif. Gagasan tersebut sesuai dengan teori 'glokalisasi' (Robertson, 1995), dimana budaya lokal tidak selalu terhomogenisasi oleh globalisasi budaya, sebaliknya glokalisasi mengakui bahwa rekonstruksi kritis dan penciptaan kembali budaya lokal sebagai salah satu konsekuensi utama dari globalisasi. Dengan demikian, Mak et al., (2012) memandang bahwa perbedaan kesadaran antara global dan lokal serta proses glokalisasi menjadi keunggulan kompetitif dalam kompetisi *oligopolistik* antara perusahaan makanan multinasional. Hal itu seperti yang terjadi di Hong Kong sebagai bekas koloni Inggris menjadikannya berkembang menjadi kota yang sangat Barat dan bersanding dengan budaya dan tradisi lokal yang sangat berbeda (Fung, 2008., dalam Wu, 2008). Selain, peningkatan kesadaran global dan kesadaran lokal, pengaruh globalisasi juga meningkatkan interaksi antara budaya global dengan budaya lokal. Globalisasi oleh Llosa, (2001) dipandang tidak akan menghilangkan budaya lokal justru sebaliknya, interaksi tersebut menungkinakan budaya global dan budaya lokal untuk hidup berdampingan.

Pengaruh globalisasi tidak sebatas pada suplai ragam kuliner pada destinasi wisata, tetapi juga disadari telah mempengaruhi konsumsi makanan di sektor pariwisata (Mak et al., 2012), Dialektika antara kekuatan

globalisasi yang meng-homogenisasi perilaku konsumen (Richards, 2020) dan kekuatan lokalisasi juga meng-heterogenisasi preferensi konsumen.(Appadurai, 1996), yang mengakibatkan perbedaan konsumsi dalam sektor pariwisata. Mak et al., (2012) menjelaskan bahwa konsumsi makanan dalam pariwisata dipengaruhi oleh dialektika antara konvergensi dan divergensi yang secara konseptual dapat dipahami melalui 3 dimensi dikotomis yaitu 1) Simbolis versus wajib, 2) kebaruan versus keakraban, dan 3) kontras versus perluasan.

Aspek simbolis dalam konsumsi makanan secara signifikan oleh konvergensi dan divergensi dalam konsumsi makanan, (Molz, 2007) melalui konsep 'mobilitas kosmopolitan' memandang bahwa 'simbolis' merujuk pada konsumsi makanan yang berbeda diantara berbagai 'lainnya' yang menunjukkan rasa petualangan, kemampuan adaptasi, dan keterbukaan terhadap budaya lainnya, sehingga hal itu memberikan nilai simbolis dari pengalaman makanan diantara para wisatawan lainnya. Pendidikan menjadi salah satu aspek simbolis yang berpengaruh besar dalam konsumsi makanan pariwisata (Mak et al., 2012). Konsumsi makanan lokal dengan hidangan ikonik, metode, penyajian dan tata krama pelayanan mejadi modal budaya untuk status dan perbedaan sosial diantara para wisatawan, hal itu juga menjadikan keterlibatan wisatawan dipandang sebagai hal penting dalam memperoleh tentang makanan dan budaya lokal (Chang et al., 2010; Kim et al., 2009).

Aspek simbolis itu juga disandingkan dengan aspek 'wajib' atau *obligatory* yang juga dipengaruhi oleh konvergensi dan divergensi konsumsi makanan dalam pariwisata, aspek wajib ini oleh Quan & Wang, (2004) dikarenakan konsumsi makanan dalam pariwisata dilihat sebagai pengalaman pendukung bagi wisatawan dalam melengkapi tujuan utama perjalanan mereka. Penyandingan kedua aspek ini juga didasari oleh perilaku wisatawan yang tidak hanya mengejar aspek simbolis dari divergensi makanan tetapi juga mencari aspek wajib yang disebut 'kenyamanan ontologis rumah' (Quan & Wang, 2004), dari konvergensi makanan untuk mengatasi berbagai 'resiko' yang dipersepsikan dari keterbukaan dari persebaran makanan akibat globalisasi.

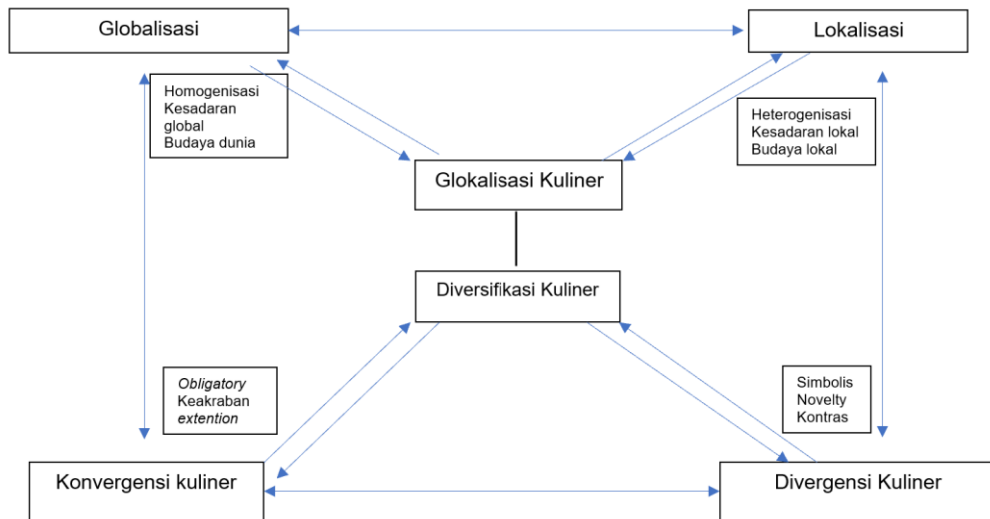
Lebih lanjut, untuk menjelaskan ketegangan yang menjembatani antara pemenuhan aspek simbolis dan aspek wajib konsumsi makanan oleh wisatawan, Mak et al., (2012) menggunakan istilah 'tourist paradox' yang mengutip istilah dari Fischler, (1988) '*omnivore's paradox*' yang merupakan ciri-ciri kepribadian manusia yang hidup dalam osilasi antara dua kutub yaitu neophobia (kehati-hatian, ketakutan intrinsik akan hal yang tidak diketahui) dan neophilia (ekplorasi, kebaruan, variasi dan perubahan), yang memberikan pengaruh terhadap konsumsi makanan dalam pariwisata secara signifikan (Chang et al., 2010, 2011; Cohen & Avieli, 2004; Kim et al., 2009).

Pengaruh globalisasi yang meningkatkan keragaman dan ketersediaan pasokan makanan dan kuliner (Kennedy et al., 2004), juga

memberikan penawaran lebih bagi wisatawan dari divergensi makanan ketika mereka ingin mencari 'kebaruan' atau *novelty* kuliner di suatu destinasi. Namun demikian, juga ada aspek 'keakraban' atau *familiarity* dari konvergensi makanan yang dimana wisatawan mencari 'cita rasa yang familiar' atau bahkan 'aman, menjamin selera'. Seperti pada penjelasan sebelumnya bahwa 'keakraban' itu didorong oleh pengetahuan akan berbagai 'resiko' yang mungkin terjadi ketika wisatawan mencoba makanan baru seperti penggunaan bahan-bahan asing yang tidak dikenal (Cohen & Avieli, 2004), persepsi kebersihan dan kesehatan (Torres & Skillicorn, 2004) ataupun kekhawatiran tidak terbiasa dengan cita rasa (Mak et al., 2012).

Konvergensi dan divergensi dalam konsumsi makanan pada suatu destinasi pariwisata pada akhirnya mempengaruhi pengalaman konsumsi wisatawan. Quan & Wang, (2004) membedakan pengalaman konsumsi makanan itu secara konseptual menjadi dua yaitu 'pengalaman wisata puncak' dan 'pengalaman konsumen pendukung'. Dimana 'pengalaman wisata puncak' sangatlah 'kontras' atau berbeda dengan pengalaman keseharian wisatawan. Sedangkan, 'pengalaman konsumen pendukung' merupakan 'perpanjangan' atau ekstensi dari keseharian wisatawan (Mak et al., 2012).

Kerangka Konsep



Gambar 1

Kerangka Konsep Fenomena Glocalisasi pada Kuliner di Sulawesi Selatan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pandangan dunia terhadap penelitian ini adalah padangan dunia konstrutivisme. Konstrutivisme sosial meneguhkan asumsi bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia di mana mereka hidup dan bekerja. Mereka mengembangkan makna-makna subyektif atas pengalaman-pengalaman mereka, makna-makna, yang diarahkan pada obyek-obyek atau benda-benda tertentu, yang dalam penelitian ini dimaksudkan pada fenomena glokalisasi kuliner yang subyek alami.

Strategi penelitian yang digunakan selanjutnya adalah fenomenologi dengan metode kualitatif. Fenomenologi merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu. Dalam proses ini, peneliti mengesampingkan terlebih dahulu pengalaman-pengalaman partisipan yang ia teliti (Nieswiadomy, 1993).

A. Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah upaya untuk menelusuri dan melihat kembali beberapa dokumen, artikel, atau tulisan hasil penelitian sebelumnya untuk dijadikan acuan dalam proses membangun pertanyaan penelitian, mempelajari konsep-konsep terkait, menganalisis, dan lain sebagainya.

Beberapa dokumen tersebut terdiri dari artikel di dalam jurnal internasional maupun nasional dan buku-buku.

2. Observasi

Fenomena glokalisasi makanan juga tidak terlepas dengan dasar *sensory of pleasure* terhadap makanan, yang tidak hanya dapat di eksplor melalui pertanyaan-pertanyaan terbuka untuk menelusuri makna dibalik pengalaman subyek, namun juga meliputi observasi-observasi langsung maupun secara tidak langsung terkait aroma, visual, *manner*, *kitchen management*, cara membuatnya, dsb.

Pada proses wawancara, beberapa dilakukan dengan *setting* lokasi wawancara di toko atau tempat dari informan bekerja atau berusaha kuliner. Pada saat yang sama, biasanya subyek atau informan melakukan demo masak dan menghadirkan makanan-makanan yang telah dibicarakan pada proses wawancara. Selain itu, hal-hal yang dimaksud dengan suasana, *setting* dapur juga dilakukan di sela-sela wawancara berlangsung. Termasuk pasar, atau dalam hal ini pelanggan atau consumer yang menjadi determinan dalam fenomena glokalisasi pada makanan di usaha/dapur mereka.

3. Wawancara Mendalam

Selain observasi, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu proses interaksi yang dilakukan berupa percakapan yang

dilakukan peneliti dengan informan agar dapat memperoleh data yang lebih mendalam terkait fokus penelitian.

Adapun wawancara mendalam yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, dimana peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data berupa pedoman wawancara atau instrumen yang berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada informan. Topik-topik yang dibicarakan tersusun dalam sebuah pedoman wawancara meliputi latar belakang, pengetahuan, respon terhadap wacana permintaan pasar, adaptasi atau penyesuaian sajian makanan (divergensi dan konvergensi).

4. Focus Group Discussion

Selain metode wawancara-mendalam, teknik Focus Group Discussion (FGD) juga akan diterapkan dalam penelitian yang akan diselenggarakan. FGD bukanlah wawancara berkelompok (*group interview*) meski merupakan varian dari teknik tersebut (Morgan dan Morgan, 1997:05), yang dua dari beberapa tujuan diterapkannya – khususnya dalam kaitannya dengan penerapan desain penelitian– ialah untuk; “*provide acceptable economical alternative to ethnography in generating data on group meanings, group processes of meaning generation, and (most importantly) group norms, dan; be a vehicle for extending public participation in the research process*” (Bloor, 2001:17). Pelaksanaan FGD memerlukan tema dan/atau topik yang telah ditetapkan sebelumnya – yang dengan demikian, terlebih dahulu teknik dalam metode wawancara diterapkan, yang jika pada itu terdapat tema dan/atau topik yang tepat

menjadi fokus dalam wawancara berkelompok, maka FGD akan diselenggarakan – dan para partisipan yang terpilih agar diskusi dapat berlangsung – yang dengan demikian, tidak seluruh informan akan diikutsertakan dalam FGD dan diskusi berkenaan dengan tema dan/atau topik yang menjadi fokus menjadi penekanan (Hennink, 2013).

Pada penelitian ini, FGD telah dilakukan sebanyak satu kali dengan mengikutsertakan pelbagai subyek atau informan dengan ragam entitas, seperti *guide travelling*, pengusaha kuliner local dan khusus oleh-oleh, pemerhati makanan, dan juga akademisi dari jurusan tata boga dari Poltekpar Makassar. Para pemandu perjalanan diharapkan dapat menceritakan respon atau feedback secara lisan dan ekspresi dari pandangan orang luar terhadap citra kuliner yang ada di Sulawesi-Selatan. Pengusaha kuliner dan oleh-oleh diharapkan memberikan banyak pengalaman penyesuaian terhadap respon pasar permintaan yang berada dalam wacana konvergensi dan divergensi. Dan tak lupa pula pemerhati makanan atau biasa juga disebut dengan *foodie* untuk menceritakan pengalaman dan cerita dibalik perubahan-perubahan sajian makanan akibat dari determinasi kenektifitas dan mobilisasi khas globalisasi.

5. Metode Analisa

Dalam penelitian yang akan diselenggarakan, secara bertahap akan diterapkan, yakni; dengan menggunakan lima langkah, yakni:

- a Mengelolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis, langkah ini melibatkan transkrip wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data

lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis jenis data yang berbeda-beda sesuai dengan sumber informasi yang diperoleh;

- b Membaca keseluruhan data, langkah ini yaitu untuk membangun *general sense* atau informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan;
- c Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data, *coding* merupakan proses mengolah materi dan informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya;
- d Terapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori-kategori dan tema-tema, pada tahap ini seorang peneliti membuat deskripsi dari proses coding. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai topik dan fokus penelitian dalam setting tertentu
- e Mendeskripsikan tema-tema yang akan disajikan ke dalam bentuk narasi/laporan kualitatif, pada tahap ini, hasil analisis di sajikan dalam bentuk narasi dengan menghubungkan tema-tema yang ada sebelumnya dari hasil *coding* yang telah dilakukan. Kemudian dari hasil tersebut dideskripsikan dalam bentuk narasi.

B. Kriteria Informan Dan Lokasi Penelitian

Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sengaja atau *purposive* yaitu informan dipilih sesuai dengan kriteria

terkait dengan fokus penelitian yaitu para pelaku industri kuliner atau industri pariwisata secara umum. Pada dasarnya mereka yang memiliki pengetahuan dan pengalaman berhadapan dengan determinasi globalisasi/pemintaan pasar dalam membuat makanan adalah inti dari kriteria informan. Oleh karena itu, beberapa profesi yang terkait langsung dengan kuliner seperti *jennang botting* juga masuk sebagai informan dalam penelitian ini. Untuk mengimbangi informasi dan data, kriteria intensitas konsumsi juga penting dalam penelitian ini untuk menginput perspektif konsumen dalam berhadapan dengan makanan yang disajikan saat ini.

Tabel 1. Profil Informan

PROFIL INFORMAN			
NAMA	Lokus	USIA	STATUS
Rismawati	Pare-pare	41	Jennang Botting
Ramlahwati	Pare-pare	52	Jennang Botting
Moh. Rhory hamzah	Makassar	29	Pemiliki ayam geprek juara
Cindy lois	Makassar	25	Pemilik cia-cia food
Haspita nanda	Makassar	27	Pemilik bisnis kue tradisional
Irvan	Pare-Pare	23	Chef Lagota Cafe
Salam	Makassar	44	Chef Gammara Hotel
Arwana bara	Bulukumba	27	Chef paduppa resort
Axel	Makassar	27	Konsultan Makanan
Fina	Bulukumba	35	Foodie

Secara akademik, diasumsikan bahwa pemilik usaha kuliner adalah aktor dalam industri pariwisata kuliner yang juga berperan dalam merumuskan dan menentukan sajian makanan pada konteks-konteksnya masing-masing. Sehingga pembacaannya terhadap kondisi eksternal berkontribusi

terhadap penelitian ini. Begitu juga dengan *Jennang botting*, selain karena rerata umurnya yang sudah tua, entitas tradisional yang melekat pada produk makanan yang dia produksi hingga kini sering berhadapan dengan modernisasi dan globalisasi makanan sesuai dengan permintaan konsumen atau klien, sehingga pengalaman konvergensi dan divergensi yang alami berkontribusi banyak dalam penelitian ini.

C. Tahapan dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan melalui beberapa tahapan yang akan menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Jadwal Penelitian

Tahapan Penelitian	Kegiatan Penelitian	Bulan dalam Tahun 2022											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pra Penelitian	Pengusulan proposal penelitian												
	Pengurusan administrasi penelitian dan pengadaan peralatan bantu penelitian												
Penelitian Lapangan	Pengumpulan dan analisa data												
	Perampungan hasil penelitian dan Seminar Hasil												
Pasca Penelitian	Penulisan dan publikasi target luaran penelitian												
	Penulisan dan pelaporan hasil serta administrasi penelitian												

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Citra Makanan Sulawesi Selatan

Makanan tetaplah makanan. Makanan tetaplah memiliki entitas yang sangat dibutuhkan oleh manusia, yakni nutrisi dan atau energi. Sehingga apapun konteks kehidupannya, makanan akan selalu hadir diantaranya, seleyaknya udara bagi kebutuhan bernapas manusia. Oleh karena itu, dalam konteks pariwisata, selain sifatnya yang dibutuhkan, makanan telah dan dapat menjadi sebuah atraksi tertentu terkait tujuan-tujuan seseorang untuk menentukan dan melakukan sebuah perjalanan wisata.

Wisata Kuliner telah menjadi terminology yang familiar terkait tujuan-tujuan perjalanan yang berniat untuk mengeksplorasi makanan di sebuah tempat. Bahkan jika tidak berniat pun, keinginan untuk mengeskplorasi budaya makan sebuah tempat terjadi secara otomatis. Karena ada sebuah pengetahuan dasar bahwa disetiap daerah memiliki tingkat ketergantungan pengaruh budayanya terhadap lingkungan disekitarnya, termasuk budaya makan. Oleh karena itu, karena faktanya setiap daerah memiliki karakteristik geografisnya sendiri, maka dapat dikatakan budaya disetiap daerah cenderung berbeda-beda, termasuk budaya makannya.

Axel (konsultan bisnis makanan dan chef, 27 tahun) mengatakan bahwa Sulawesi-Selatan, termasuk dalam satu dari lima provinsi/daerah yang menurutnya memiliki kekayaan budaya kuliner diantara daerah-

daerah dan kebudayaan yang ada di Indonesia. Axel merupakan seorang pemuda yang sejak kecil memiliki latar belakang keluarga yang menjadi pemicu ia berniat dan bergelut dalam praktisi kuliner ini. Orang tua yang berasal dari poso dan manado, dan dirinya yang dibesarkan di Makassar merupakan sebuah privilege tersendiri dalam konteks pengalaman merasakan budaya makan dari berbagai daerah, setidaknya sejak dalam lingkup keluarga. Setelah mengalami pelbagai pengalaman praktik dan kerja, dan petualangan sensory pleasure di beberapa tempat, ia kemudian berani membuat sebuah list yang berisi lima daerah teratas yang memiliki kekayaan budaya kuliner di Indonesia, dan yang ditaruh pada posisi teratas adalah Sulawesi-Selatan.

Axel mengatakan bahwa kekayaan ataupun kuatnya karakter makanan/masakan yang ada di Sulawesi-Selatan secara umum adalah karena setiap daerah (kabupaten) setidaknya menyumbang satu 'main course' yang khas. Sehingga kekayaan atau 'rich' dalam konteks rasa maksudnya adalah memiliki struktur dan rasa yang 'kuat' karena identic dengan *spicy*/rerempahan dalam olahan masakannya, dan juga kaya dalam arti memiliki variasi olahan yang sangat banyak. Rasa disini adalah rasa yang dimaksud secara organoleptic. Axel melanjutkan, bahwa hal ini juga tidak terlepas dari corak geografis dan demografis masyarakat di Sulawesi-Selatan, yang dimaana secara geografis daerah ini terdiri dari ragam karakter daerah tempat tinggal, mulai dari pegunungan sampai dengan daerah pesisir dan kepulauan. Atau secara demografis, terdiri dari masyarakat

perkebunan dataran tinggi, pertanian dataran rendah, dan juga perikanan pada dataran pesisir dan pulau-pulau, bahkan juga kota yang secara demografis dibentuk oleh masyarakat industri. Kelengkapan jenis karakteristik ini tergambarkan dengan sangat jelas dari pelbagai kontribusi makanan khas dari pelbagai daerah, yang kadang sangat terikat dengan ketersediaan bahan makanan pada daerah tersebut.

Sebagai contoh, Axel mengatakan, coto merupakan makanan yang dikenal berasal dari Sulawesi-Selatan, yang asal muasalnya sebenarnya berawal dari perjuangan kelas menengah kebawah kota makassar. Beberapa komponen utama dari Coto terdiri dari kuah yang berasal dari bekas cucian beras, dan juga 'jeroan' yang sebenarnya pada saat itu adalah bagian daging sapi yang dibuang karena dianggap tidak layak makan. Begitu pula makanan – makanan praktis dan tahan lama yang terbentuk dari kondisi sosial-demografi masyarakat di daerah kepulauan dan pesisir. 'Lawa' dan 'Gara'gasa' adalah sedikit dari beberapa makanan yang tampil dengan entitas tunggal dari Bulukumba-Sulawesi-Selatan.

Lebih spesifik lagi Axel menjelaskan dan mengambil contoh dengan coto. Selain karena terdiri dari hampir semua jenis rempahan makanan yang tersedia di Indonesia, coto sendiri sebenarnya dapat dikategorikan lebih umum sebagai sup daging. Nah, ketika kita berbicara sup daging, Sulawesi-Selatan memiliki banyak sekali sajian sup daging seperti Coto, Konro, Sop Saudara, Pallubasa, Gantala' Jarang, dan seterusnya. Dan setiap sajian sup daging ini, mewakili suatu entitas rasa yang menonjol di

lidah. Itu baru dari sup daging, belum dengan jenis makanan lainnya. Statement ini dia buat dengan dasar pengetahuan bahwa di daerah lain, daerah dimana seperti Padang dan Bali, Axel mampu menarik kesimpulan dari seluruh makanan yang ada di dua daerah tersebut, bahwa berbicara kuliner Padang berarti tentang santan dan rasa pedis. Begitu juga dengan Bali, yang hampir semua makanannya, meskipun bentuk sajiannya berbeda, mereka semua dimasak dengan menggunakan bumbu '*genep*', sebuah bumbu kunci yang dijadikan dasar untuk membuat pelbagai jenis sajian makanan di sana. Sehingga meskipun sajian makanannya berbeda, namun boleh dikata memiliki rasa yang mirip.

Bara (Chef Paduppa, 26 tahun) juga menambahkan, kalau berbicara kuliner Sulawesi-Selatan, dia akan mengatakan bahwa kuliner di daerah ini memiliki karakteristik yang kuat pada ciri makanan bertekstur dan terdiri dari pelbagai rasa yang lengkap (asin, manis, pedas, asam, kecut) dalam sekali sajian makanan. Jika makanan tersebut tidak mengandung rasa kecut misalnya, entah paling tidak dengan acar, tapi jika tidak ada sama skali maka akan dilengkapi dengan kondimen jeruk nipis yang pasti ada di setiap tempat makanan di Sulawesi-Selatan. Sajian makanan apapun, bahkan hingga saat ini meski produk makanan yang dijual aslinya berasal dari Jawa ataupun Padang, pasti tempat itu menyediakan jeruk nipis sebagai kondimen

Namun ada fakta pembandingan yang keluar pada saat pelaksanaan FGD dari beberapa entitas peserta seperti agen travel dan pemerhati

makanan di Sulawesi-Selatan. Mereka mengatakan bahwa, meskipun kita mengenal pasti ada makanan yang identic dari setiap daerah di Indonesia, namun perkembangan teknologi transportasi dan seterusnya telah memungkinkan terjadinya proses persebaran pengetahuan dan material kebudayaan, yakni makanan dari suatu daerah ke daerah tertentu. Artinya jika yang ingin dikatakan bahwa coto adalah makanan khas Makassar (Sulawesi-Selatan), maka statement tersebut dapat terbantahkan dengan bagaimana kehadiran coto di pelbagai daerah lainnya, atau misalnya masakan-masakan padang yang ada di Makassar. Oleh karena itu, peserta FGD menyimpulkan, dalam level daerah makanan sudah tidak dapat lagi diidentikkan pada suatu daerah tertentu. Jika ingin melakukan kategorisasi makanan identic, selayaknya hanya dapat dilakukan pada level negara atau bahkan antar benua. Itupun hanya merepresentasikan dominan makanan dan rasa yang akan dijumpai di suatu benua atau negara tertentu, karena diatas dasar bahwa persebaran kebudayaan makanan ini tidak hanya dalam lintas regional daerah seperti kabupaten dan provinsi, namun telah terjadi secara umum di seluruh dunia.

Sebagai contoh, bagaimna orang-orang non-asia mempersepsi makanan Asia dengan kata rempah dan pedis. Hal ini akan pasti terafirmasi oleh fakta lapangan, karena diketahui bahwa memang kecendrungan makanan di Asia menjadi sangat rempah dan pedis disebabkan oleh dominasi ketersediaan bahan rempah yang melimpah. Nah, Batasan yang bersifat geografis ini, yang mana bersifat pasti dan statis membuat makanan masih

dapat dijelaskan diferensiasinya dari setiap daerah, meskipun menjadi lebih rumit ketika penjelasannya mengerucut pada daerah yang sempit.

Terkait dengan kondisi geografis yang bersifat pasti dan tidak terpengaruh oleh arus persebaran budaya, Axel (konsultan makanan, 27 tahun) berpendapat bahwa orisinalitas dan ke-khasan makanan juga niscaya akan bertahan layaknya kondisi geografis yang sulit merubah. Pasalnya, Axel meyakini bahwa makanan membawa sifat dasar bahannya yang tidak lepas dari karakteristik tanah semisal bahan-bahan yang berasal dari budi daya pertanian. Axel menjelaskan kopi sebagai contoh yang tepat, dimana semua jenis kopi pasti terikat dengan rasa pada 'tanah' masing-masing daerah, meskipun terdiri dari bibit kopi yang sama. Semisal, daerah-daerah yang mayoritas produksi tanahnya adalah cabai, maka kecenderungan kopi yang diproduksi akan mengandung rasa pedas.

Axel juga pernah mencoba untuk membuat masakan-masakan khas Sulsel ketika sedang merantau di daerah lain. Saat itu ia mencoba untuk membuat coto makassar, namun secara jujur ia tetap merasa hasil buaatannya di daerah rantauannya itu memiliki rasa yang berbeda dibanding coto makassar yang dibuat di Makassar. Sekilas, ia kemudian merasa hal itu tidak hanya terjadi sekali, sehingga ia berpendapat meskipun kita menghafal betul resep dan cara mengolahnya, rasanya akan tetap berbeda karena asal bahan yang digunakan berasal dari 'tanah' yang berbeda. Sebagai tambahan, ia juga merasa sensibilitas perbedaan itu hanya bisa dirasakan bagi orang-orang yang setidaknya se-profesi dengan dia,.

Namun ia juga sedikit berpikir tentang adanya relativisme rasa, yang membuat sensory pleasure nya saat itu menjadi bias, dalam arti bahwa bisa jadi terjadi bias dalam aroma dan perasa yang di distraksi oleh kerinduan suasana (mata-pendengaran, teman makan, keluarga, rumah).

Bergeser ke tingkat regional kabupaten, daerah Bulukumba secara regional, yang juga merupakan bagian dari provinsi Sulawesi-Selatan memiliki karakteristik geografisnya tersendiri. Umumnya masyarakat mengimajinasikan garis pantai pasir putih yang panjang dan air yang jernih. Sehingga lanskap tersebut menjadi daya tarik utama wisatawan yang datang ke Bulukumba. Kuliner yang identic khas olahan hasil laut pun ditempatkan pada posisi pendukung perjalanan atau sebagai pendukung kenikmatan berwisata suasana pesisir. Oleh karena itu pula, sector kuliner tidak mendapatkan perhatian yang sama intensnya untuk di eksplorasi identitas dan orisinalitas.

Padahal Bara (Chef, asli Bulukumba) punya beberapa pengetahuan tentang citra makanan yang identic di Bulukumba, dan konstruksi khas secara historis dan geografis. Bara mengatakan, kondisi geografis Bulukumba yang lebih ke pesisir, membuat mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai nelayan, mengikut juga dominasi kebudayaannya yang bercorak pesisir dan berkehidupan nelayan. Secara sederhana, lidah masyarakat di Bulukumba pada dasarnya akrab dengan rasa kecut pada makanan. Menurut Bara, itu karena ada beberapa olahan makanan di masyarakat nelayan bulukumba, yang umumnya memiliki rasa kecut.

Meskipun tidak semua, tapi intensitasnya cukup dominan. Rasa kecut ini berasal dari jeruk atau cuka yang biasanya dijadikan sebagai dasar untuk membuat olahan makanan menjadi 'matang'. Dalam konteks melaut misalnya, dimana akses terhadap pengapian terbatas, metode-metode untuk membuat bahan makanan menjadi layak makanan adalah dengan 'pengecut' seperti menggunakan jeruk dan cuka. Sehingga, karena basis kegiatan adalah melaut, bahkan bisa hingga berhari-hari, dan berbulan-bulan, masyarakat menjadi terbiasa dengan rasa itu. Selain itu, meskipun Bara tidak mampu mengingat dengan jelas nama dari buah ini (diperkirakan Bernama Jambu-jambu), namun ia mengatakan bahwa, pada saat jauh sebelum hari ini, masyarakat di Bulukumba sering mengunyah sebuah buah yang sangat kecut. Sepanjang pengetahuannya, buah ini cukup diidentikkan dengan geografis Bulukumba.

Keakraban rasa kecut yang sering dijumpai, mengalami perpajangan pengalaman bahkan pada saat berada di rumah, atau saat tidak melaut. Bara mengatakan, semisal masyarakat sedang memakan sesuatu sajian makanan, meskipun dasarnya makanan itu tidak dibuat dengan 'pengecut', diusahakan ada condiment ataupun pendamping makanan yang bisa membawa rasa kecut, seperti acar. Bahkan Bara menegaskan, acar masyarakat di Bulukumba cenderung lebih kecut dibanding acar pada umumnya. Tidak hanya tentang makanan, tapi juga menyoal tentang minuman. Masyarakat di Bulukumba lebih menyukai ballo inru' dari pada ballo jenis lainnya, karena memang tipikal inru' lebih kecut dibanding yang lainnya. Pada tingkatan

yang lebih ekstrim, masyarakat bahkan kadang mencampurkan ballo inru' ke dalam sambal misalnya, karena entitas kecut yang diharapkan dapat bercampur dengan makanan.

Selain dari segi rasa (kecut), beberapa makanan yang dianggap *origin* dari Bulukumba juga membawa identitas masyarakat pesisirnya secara fungsional. Maksudnya, makanan-makanan tersebut dapat dikenali sebagai makanan yang diciptakan oleh kebutuhan fungsional masyarakat yang berkebudayaan maritim. Bara menyebutkan *Kanre Nene'* sebagai salah satu sajian makanan yang berasal dari masyarakat Bulukumba. *Kanre Nene'* secara Bahasa, artinya adalah makanan nenek, yang kemudian menegaskan bahwa sajian makanan ini memang sudah ada sejak lama.

Bara melanjutkan, *Kanre Nene'* adalah bubur orang dulu yang bahan dasarnya terdiri dari beras dan jagung. Makanan ini secara praktis mudah dibuat, dan secara nutrisi mengandung banyak karbohidrat. Oleh karena itu, makanan ini jika dilengkapi oleh latar belakang kehidupan masyarakat pesisir, dapat menjadi identic karena tipikal keseharian yang membutuhkan aktifitas fisik berat dan sederhana dalam pembuatannya. Selain sederhana dibuat, bahan-bahannya juga mudah dikemas dan tahan lama untuk keperluan seperti pergi melaut dalam berbulan-bulan.

Selain *Kanre Nene'*, masih ada beberapa makanan lain yang entitas khasnya berdasar pada keakraban makanan itu dengan aktifitas keseharian masyarakat Bulukumba sebagai masyarakat pesisir, seperti Ikan Tapa

(asap) dan *Gara'gasa*. Menurut Fina (32 tahun, masyarakat asli Bulukumba), latar belakang ide ikan asap adalah lebih kepada daya tahan sajian makanan tersebut yang bisa lebih lama dibanding dengan metode yang lain. Begitu juga dengan *Gara'gasa*, yang berbahan dasar telur yang digoreng ke dalam minyak panas dan membentuk bulat seperti sarang semut. Kesamaan yang terdapat pada kedua makanan ini, sehingga dapat diidentikkan dengan masyarakat Bulukumba dan masyarakat pesisirnya adalah daya tahannya yang lebih lama. *Gara'gasa* bisa bertahan lama karena bersifat kering. Makanan ini bisa bertahan hingga 30 hari, sehingga makanan ini cocok untuk dibawa saat masyarakat keluar melaut. *Gara'gasa* masih sangat eksis sampai saat ini, karena juga menjadi makanan andalan yang akan dikemas untuk perjalanan umroh/haji. Selain karena tahan lama, *gara'gasa* juga dapat mewakili entitas keakraban makanan masyarakat di Bulukumba. Secara umum memang rasa 'aman' secara fungsional menjadi sangat fundamental ketika seseorang melakukan perjalanan yang 'jauh' ataupun 'baru' disebuah tempat.

Yang terakhir adalah *Pallu Kadieng*. Menurut Fina, makanan ini sudah tidak eksis di periode sekarang. Salah satu bahan utama dari masakan ini adalah rumput laut alami yang tumbuh di sepanjang pesisir panatai Bulukumba, dan biasa juga disebut dengan *Tambogga*. Kelangkaan dari sajian ini, salah satunya disebabkan oleh perkembangan budi daya rumput laut yang secara tidak langsung membuat rumput laut alami tersebut menjadi semakin jarang ditemukan.

Fina dan Bara menambahkan, bahwa beberapa sajian makanan di atas (Ikan Tapa', *Gara'gasa*, *Pallu kadieng*, *Kanre nene'*) sebenarnya tidak mendapatkan perhatian khusus. Sehingga, citra makanan yang ditangkap oleh awam hanyalah *seafood*, sesederhana kesan geografis yang ditampilkan kabupaten Bulukumba. Padahal, secara historis dan kebudayaan, makanan-makanan tersebut dapat dibangun citranya untuk menambah atraksi pendatang untuk mengunjungi Bulukumba secara khusus, ataupun Sulawesi-Selatan yang juga dikenal dunia sebagai daerah yang dimana pelaut-pelaut ulung berasal. Selain itu, Bulukumba yang juga dikenal sebagai tempatnya para pembuat kapal khas *Phinisi*, dapat mengukuhkan betapa besarnya citra kehidupan kemaritiman dari Bulukumba (Geografis, kuliner, teknologi).

B. Dialektika divergensi-convergensi dalam wacana Kuliner di Sulawesi-Selatan

Bulukumba

Divergensi adalah salah satu entitas yang menjadi atraksi seseorang untuk mengunjungi sebuah tempat. Namun, problematika paradoks turisme kemudian memunculkan dialektika divergensi dan konvergensi pada ruang dan waktu yang sama, bab ini akan mengurai sedikit-banyaknya bagaimana dialektika dari kedua wacana tersebut. Meskipun di atas kesadaran bahwa segala kebudayaan telah tercampur dan tersebar ke banyak tempat, sehingga memunculkan yang namanya 'budaya global', atraksi dari keunikan

atau kebaruan tetaplah eksis dalam industry pariwisata. Salah satu segmennya adalah tentang makanan.

Bara (chef paduppa, 27 tahun) mengatakan bahwa Paduppa Resort, sebagai salah satu resort yang paling populer saat ini di kalangan masyarakat Sulawesi-Selatan, resort ini tidak mendudukkan sajian makanannya sebagai bagian dari atraksi divergensi untuk para pengunjungnya. Divergensi yang dibangun lewat aktifitas branding adalah lebih kepada menonjolkan lanskap (pesisir, pantai, *sunset*), dan juga khas pelayanan resort, seperti bangunan yang lebih bercorak pesisir dan juga *uniform* dari karyawan yang dibuat seidentik mungkin dengan pakaian khas Bulukumba.

Paduppa tidak menaruh entitas kebaruan pada makanannya karena membaca pasar pengunjungnya, dan pertimbangan untuk menyediakan 'keamanan' bagi pengunjung dari segi konsumsi. Bara mengatakan, manajemen dari Paduppa Resort memaksudkan kata 'aman' sebagai kata ganti dari keakraban atau perpanjangan kebiasaan makan para pengunjungnya. Harga resort yang tergolong tinggi, mampu menyaring segmentasi pengunjung yang kecenderungannya memiliki kelas ekonomi menengah ke atas. Oleh karena itu, menimbang nilai penyewaan resort yang cukup tinggi, orang-orang yang dasarnya hidup di perkotaan adalah mereka yang mendominasi buku tamu dari Paduppa Resort. Alhasil makanan yang dianggap 'aman' adalah makanan yang biasanya tersedia di daerah perkotaan, yang cenderung modern dan familiar secara umum, seperti nasi goreng, mie

goreng, ayam goreng, spaghetti, jus buah, dan bahkan minuman beralkohol.

Tidak hanya bagi Paduppa secara lebih khusus, ketiadaan perhatian terhadap pengembangan atraksi divergensi dari kuliner di Bulukumba memang terjadi secara keseluruhan. Fina (asli Bulukumba, 32 tahun) mengatakan, baik di daerah kota maupun lebih ke pesisir, tidak ada satupun jenis makanan yang bisa dikatakan menarik perhatian pengunjung yang datang ke Bulukumba. Satu-satunya yang cukup identic adalah jejeran beberapa restoran seafood sepanjang perjalanan menuju wisata pantai Bira. Itupun menurut Fina, dia beranggapan bahwa seafood layaknya dapat kita akses dimanapun saat ini akibat perkembangan teknologi transportasi dan sebagainya. Benar bahwa ada kesegaran dan keragaman yang mungkin bisa lebih dibanding tempat/resto yang basisnya tidak berada tepat di daerah pesisir, namun hal ini cukup lumrah dan hanya bersifat pendukung dalam perjalanan wisata di Bulukumba. Yang lebih krisisnya kemudian, resto yang telah hadir seperti 'Kampung Nelayan', malah semakin berjalannya waktu, menaruh obyekitif keberhasilan pengembangan tempatnya dengan menjadi restoran seafood yang semirip mungkin dengan yang hadir di ibukota (Makassar), seperti ketersediaan pelbagai jenis olahan seafood (goreng tepung, fillet, dll).

Selain Kampung Nelayan, Fina mengatakan bahwa beberapa tempat makan favorit yang lain selebihnya berada tepat di daerah perkotaan Bulukumba. Meskipun jaraknya dengan pesisir tidak begitu jauh, *expertise*

Bulukumba sebagai daerah pesisir juga tidak eksis dalam konteks kuliner. Resto Agri, Dapur Palopo, Bakso Lapda adalah tiga tempat yang bisa dianggap paling favorit untuk orang datang dan singgah untuk makan. Resto Agri yang lebih kuat ke menu masakan Chinese (kwetiaw, mi ayam), Dapur Palopo yang terkenal dengan makanan khas Luwu (Kapurung), dan Bakso Lapda (lapangan Pemuda) yang tidak lain merupakan ekspansi masyarakat Jawa yang melakukan praktik bisnis di Bulukumba.

Tren makan yang terjadi di Kota ini sekiranya dapat menjadi simpulan bahwa secara umum, diatas penjelasan dari Bara tentang identitas rasa khas yang dominan di Bulukumba, juga terjadi proses globalisasi (ekspansi perdagangan yang berpusat dari kota) dimana makanan yang kemudian eksis dan menjadi tren cukup beragam dan telah terdikte oleh pasar yang diciptakan oleh pedagang makanan (resto). Masakan Chinese, Kapurung, dan juga Bakso Jawa merupakan makanan yang cukup populer saat ini, dan yang pasti adalah tidak sama skali terhubung dengan image pariwisata Bulukumba yang lebih kepada lanskap dan kebudayaan pesisirnya. Jadi dominasi globalisasi untuk menghadirkan citra kuliner yang merupakan perpanjangan dari kebiasaan masyarakat kota telah berhasil menekan laju pengembangan atraksi pariwisata kuliner di Bulukumba secara khusus.

Pare-Pare

Jika kita berpindah focus pada Kota Pare-Pare, fenomenanya cukup jelas berbeda dengan Bulukumba. Sebenarnya kedua daerah ini sama-sama memiliki daerah pinggiran pesisir, namun Bulukumba memang pada dasarnya merupakan daerah pemukiman yang ada sudah lama dan memiliki karakteristik garis pantai (pasir putih) yang telah menjadi atraksi wisatawan di Sul-Sel untuk datang kesana. Pesisir pantai dari Kota Pare-Pare lebih bercorak pada kebudayaan kota perdagangan yakni adanya Pelabuhan sebagai pusat dari aktifitas masyarakat. Pada dasarnya Pare-Pare merupakan daerah pengembangan pemukiman warga asal Kab. Barru dan Kab. Pinrang yang berkelembangan secara geografis akibat perkembangan pertumbuhan penduduk dan kebutuhan akan lahan hidup (pemukiman dan pertanian). Sehingga, karena pada dasarnya tidak memiliki masyarakat yang origin dan kebudayaan tertentu, corak demografis kota pare-pare kemudian lebih heterogen dibanding daerah yang lainnya.

Kehadiran Pelabuhan, yang tidak hanya sekedar, bahkan menjadi salah satu pusat dari perkembangan kota, juga ikut memediasi terjadinya persebaran kebudayaan (ide, perilaku, material) lebih cepat dibanding daerah kabupaten yang lainnya, termasuk dalam hal makanan. Bukan hanya karena pelabuhan mendorong terjadinya persebaran barang, namun juga secara tidak langsung, para pedagang besar yang umumnya tidak berasal dari daerah sekitar Pare-Pare juga sering melakukan perjalanan ke kota ini dengan tujuan bisnis yang terkait dengan pelabuhan itu. Tidak

hanya itu, posisi geografisnya yang cukup menjadi central dari lalu-lintas antar kabupaten di Sul-Sel menjadikan Pare-Pare sebagai daerah 'tengah' bagi para pejalan yang hendak melintas antar Kabupaten, sehingga pula Pare-Pare kerap dijadikan 'checkpoint' ataupun tempat singgah dari para pejalan. Jadi ketiga hal ini, kemudian menjadi komposisi dasar yang membuat corak demografis dan kebudayaan kota Pare-Pare menjadi lebih heterogeny dibanding daerah lain. Bahkan pertumbuhan penduduk yang cukup pesat disana menjadikannya sebagai salah satu kabupaten yang beralih status menjadi Kotamadya bersama Palopo dan Kota Makassar.

Dengan citra 'kota singgah' , para pelaku bisnis kuliner , Ramlah (50 tahun, penjual nasi kanse) sebagai contoh, dapat ditelusuri jejaknya secara ideologis lewat proses ide dan ke-karyaannya pada produk yang dijualnya. Ramlah telah menjual Nasi Kanse sudah sejak lama. Secara nama, ia mengklaim bahwa Nasi Kanse ini hanya eksis di daratan Para-Pare. Kanse' sebenarnya adalah bagaimana caranya produk itu diucapkan secara lisan, karena awalnya makanan ini dibuat dengan nama Nasi Kansa, cuman karena pengaruh dialek khas di kebudayaan Bugis, makanya bunyinya berubah menajd *Kanse'*. Kansa adalah kepanjangan dari kelapa-santan. Nama yang diambil dari jenis bahan yang menjadi utama dalam makanan ini.

Ramlah sebenarnya berusaha melakukan kontruksi divergensi dari beberapa jenis sajian makanan yang lain untuk menjadi khas di Kota Pare-Pare. Namun jika dari perspektif yang berbeda, Nasi *Kanse'* ini hanyalah sebuah makanan yang namanya direkonstruksi berbeda dengan jenis

makanan yang mirip bahkan sama dengan Nasi *Kanse'*, yakni Nasi kuning, yang kita tahu sendiri bahwa makanan ini sudah bisa dengan mudah kita jumpai di pelbagai daerah ataupun provinsi di Indonesia. Secara kedalaman, jelas bahwa proses itu cukup dangkal. Sebuah upaya untuk menarik atraksi yang dari perspektif inovasi sangat mudah ditiru dan kehilangan kebaruannya (atraksi). Namun memang, bila ditinjau secara historis, Ramlah tidak menargetkan hal ini terlalu serius.

Namun yang unik adalah, eksistensi Nasi *Kanse'* ini adalah sebuah contoh keberadaan *paradoks turisme* yang secara tidak langsung tertangkap dalam praktek bisnisnya. Dalam konteks bisnis, jelaslah bahwa produk adalah hasil dialektis kebutuhan antara konsumen dan produsen. Sebagai kota singgah, pasar kemudian tercipta kedalam satu jenis pasar yang cenderung mencari keakraban atau familiritas pada umumnya, termasuk dalam hal makanan. Seperti yang sudah disebutkan di awal, bahwa secara substansi Nasi *kanse'* ini adalah sama dengan Nasi Kuning, yang merupakan makanan yang cukup umum secara selera dan tepat untuk demografis yang heterogen layaknya Pare-pare. Ciri penduduknya pun cukup akrab dengan kebutuhan pasar umumnya, yakni porsi karbohidrat yang banyak dengan sedikit lauk, dan juga pastinya dengan harga yang terjangkau. Namun, diantara motif bisnis yang lumrah (menjual produk yang akrab kepada orang pada umumnya), Ramlah tetap mengusahakan divergensi dalam 'tubuh' Nasi *Kanse'* yang sebenarnya konvergensi dari selera makan pada umumnya. Istilah lain yang dapat mewakili fenomena ini juga

dapat dikatakan sebagai Glokalisasi. Dimana seseorang memberikan makna tunggal atas kesadaran kebudayaan yang telah tercampur (hibrida).

Dialektika konvergensi dan difergensi ini tidak hanya dialami oleh Ramlah. Irfan (Chef, asal Pare-Pare, 35 tahun) juga memiliki pengetahuan yang sama dengan Ramlah. Ia meyakini bahwa kota ini, dalam konteks perjalanan sering dijadikan tempat orang untuk singgah beristirahat sebelum melanjutkan perjalanan. Bukan hanya karena letaknya yang strategis (di tengah), tapi juga karena memang kota Pare-Pare sejak awal dibangun dengan dasar demografis kependudukan heterogen, masyarakat yang melakukan perjalanan dan menetapkan Pare-Pare sebagai tempat singgah karena tahu bahwa ketersediaan barang atau makanan memungkinkan telah akrab dengan apa yang tersedia. Secara, dalam konteks istirahat, yang paling dibutuhkan adalah makanan. Salah satu yang paling monumental adalah kehadiran KFC dan Mie Titi, yang mana kedua makanan ini sebenarnya hanya berpusat di Kota Makassar selain di Pare-Pare. Tidak ada daerah lain selain Pare-Pare, KFC dan Mie Titi membuka cabangnya, yang dengan kata lain fakta ini menandai kemiripan heterogenitas masyarakat kota Pare-Pare dengan Kota Makassar.

Fakta bahwa Pare-Pare dicitrakan sebagai daerah untuk singgah yang ideal, juga dapat kita amati eksistensinya pada sajian menu Palekko disana. Palekko, kata Irfan, merupakan makanan yang sebenarnya lebih dicitrakan pada daerah Pinrang, kabupaten yang berbatasan langsung dengan Pare-Pare. Namun kehadirannya di Pare-Pare juga telah

mengalami penyesuaian untuk mendekati keakraban lidah masyarakat, baik yang menetap maupun hanya singgah di Pare-Pare. Salah satu yang ditandai dari Palekko adalah rasanya yang khas, yakni pedis. Namun, karena konteksnya yang berada di Pare-Pare, makanan ini mengalami penyesuaian untuk mengikuti keakraban lidah masyarakat, atau dengan kata lain dengan rasa pedis yang lebih netral dan 'ramah' untuk orang yang tidak terbiasa memakan Palekko, atau orang pada umumnya. Palekko yang berada di Pare-Pare ini juga merupakan eksistensi dari proses konstruksi keakraban rasa yang diciptakan atas pengetahuan tentang kecenderungan masyarakat yang berada di Pare-Pare.

Sebagai tambahan, Irfan juga menambahkan, bahwa sebagai salah satu chef yang berkeja di Kota Pare-Pare, dituntut untuk dapat memiliki dan menguasai banyak pengetahuan dan praktik memasak untuk memenuhi keragaman cita rasa dari masyarakat yang heterogen tersebut. Salah satu yang uni disini adalah, bahwa kemampuan dan pengetahuan tentang makanan dan memasak tidak di arahkan pada penciptaan makanan yang 'baru', namun lebih kepada penyediaan pelbagai jenis makanan untuk memenuhi 'keakraban' rasa dari masyarakat yang juga memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Secara lebih luas, apa yang terjadi pada Irfan dan Kota Pare-Pare merupakan kebalikan dari usaha untuk menyediakan keunikan-keunikan daerah sebagai atraksi orang untuk datang, melainkan berusaha untuk menyediakan sebanyak mungkin hal-hal yang akrab bagi masyarakat yang heterogen tersebut, dan memang faktanya orang-orang yang

melakukan perjalanan misalnya, menargetkan pare-pare untuk disinggahi beristirahat, dalam arti istirahat yang aman dan nyaman (terseediannya hal-hal yang wajib dan akrab).

Kota Makassar

Sebagai salah satu kota yang besar, bahkan yang terbesar di Indonesia Timur, makanan di Kota Makassar telah menjadi dan memiliki atraksi tersendiri bagi orang yang ingin berkunjung kesana. Tidak hanya karena menjadi pintu besar untuk masuknya makanan-makanan 'asing' dari luar Sul-Sel, namun juga makanan-makanan yang bersifat tradisional dari pelbagai kabupaten yang di Sulawesi Selatan. Selain itu, sejarah historis-demografis kependudukan di Kota Makassar yang lebih beragam secara kebudayaan (chinesse) dan agama (tionghoa, Kristen, islam) menjadi pemicu terbentuknya sebuah kota yang sangat beragam, termasuk tentang makanan. Kemunculan keragaman kuliner yang ada di Kota Makassar tentu tidak dapat dilepaskan dari dinamika bisnis kuliner yang semakin hari semakin bertumbuh di kalangan pebisnis mulai dari level UMKM hingga pada tingkatan yang lebih jauh lagi.

Haspita (Pengusaha Kue Tradisional, 25 tahun) adalah seorang pemuda yang bisa juga disebut merepresentasikan generasi milenial, yang mengambil keputusan untuk berbisnis kue tradisional. Ia mengakui bahwa keputusannya untuk berbisnis kue tradisional adalah karena berusaha untuk mengambil *competitive advantage* dikalangan pebisnis kuliner melalui

value identitas daerah dan originalitas produk dari kue-kue tradisional tersebut. Secara personal, usahanya ini tidak terlepas dengan pengaruh lingkungan rumahnya, terkhusus nenek dan orang tuanya, yang kebetulan memiliki kekayaan pengetahuan dan pengalaman untuk membuat kue-kue tradisional khas Sul-Sel. Dari sana lah Haspita belajar banyak sejak ia kecil hingga dewasa kini, ia malah menjadikannya sebagai salah satu mata pencaharaannya.

Dalam wacana kuliner, Haspita mengatakan bahwa tantangan dari usaha yang dia jalani ini adalah bagaimana mempertahankan citra kuliner tradisional ini (rasa, bentuk, bahan, dll) sebagaimana *brand image* yang ia bangun pada bisnisnya. Oleh karena itu, ia harus mempertahankan citra makanan (metode, rasa, warna, bahan, dsb) tradisional khas yang dia buat. Sepanjang ia menjalani bisnis kulinernya ini, terdapat dinamika tersendiri yang berkuat persoalan orisinalitas yang mengalami penyesuaian terhadap pasar.

Sebagai contoh, komitmennya terhadap citra makanan tradisional Makassar, tidak menghalanginya untuk menjual 'bakpao cina'. Meskipun tidak dominan secara etnis, namun makanan Chinese tidaklah berlaku demikian, termasuk dalam kategori kue tradisional. Singkat cerita, Haspita menjelaskan proses penyesuaian yang dilakukan selama ini selama ia membangun bisnisnya, atas pertimbangan eksternal seperti permintaan pasar dan pembacaan situasi eksternal lain yang terus berkembang (teknologi, informasi, issue, inflasi).

Ada beberapa tantangan haspita terkait dengan bisnisnya ini, salah satunya adalah faktor kenaikan beberapa bahan pokok dalam komposisi dari produk makanan yang ia jual. Implikasinya, setelah menimbang daya beli masyarakat, Haspita terpaksa merubah kualitas bahan yang digunakan agar harga dan keuntungan yang didapatkan dapat terus bertahan dengan nilai yang sama. Hal ini juga yang membuat Haspita tidak bisa mempertahankan orisinalitas bahan yang telah diajarkan olehnya secara turun temurun di keluarganya. Selain karena kenaikan harga bahan, arus mobilitasi manusia yang tinggi juga memicu permintaan pasar akan produk 'oleh-oleh'. Merespon permintaan itu, Haspita mengakui ada beberapa produk dari bisninsnya yang dicampurkan dengan bahan pengawet makanan agar memungkinkan untuk dibawa dalam waktu yang lama dan jarak yang jauh. Kedua faktor ini sudah diakui oleh Haspitas sendiri bahwa telah terjadi sedikit banyak perubahan pada cita rasa dari produk-produknya. Tidak hanya itu, metode pembuatannya pun sudah tidak terpelihara persis seperti apa yang telah ia ketahui dari orang-orang tua di keluarganya. Hal ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang membuat proses masak menjadi lebih praktis dan efisien. Dan menjadi sangat masuk akal untuk mengganti prosesnya menimbang permintaan yang semakin hari semakin padat. Keputusan untuk mementingkan permintaan pasar, yang berujung pada terpengaruhinya bahan dan metode yang semestinya dipertahankan, merupakan keputusan yang dipilih Haspita karena menimbang sensitifitas pasar terhadap cita rasa original makanan khas di Sul-Sel juga semakin

berkurang. Sehingga secara bisnis, ia mengukur bahwa pasar konsumennya selama ini dominan tidak menyadari perubahan yang telah dilakukan oleh Haspita.

Di tengah arus modernisasi, kebanyakan konsumen hanya meromantisasi terminology makanan tradisional yang ia ketahui. Sehingga, dengan kata lain, pengalaman untuk mengonsumsi cita rasa kuliner tradisional hanya bersifat simbolis. Selama hal itu dianggap cukup memiliki latar belakang yang bersifat nostalgia, terlepas dari kualitas rasa yang ada, mereka (para konsumen) sudah merasa puas dengan yang dia konsumsi. Salah satu sebabnya adalah pengaruh dari aktifitas media sosial yang kemudian memproduksi ruang tersendiri dalam bereksistensi, termasuk hubungannya dengan makanan. Tidak jarang kemudian, masyarakat hanya membutuhkan foto atau dokumentasi semata, untuk kepentingan keberadaan individu di tengah masyarakat secara sosial. Berbicara tentang media sosial dan internet, Haspita mengatakan bahwa hal ini juga secara tidak langsung mempengaruhi cara pandang masyarakat dalam melihat makanan. Atraksi makanan yang esensinya lebih kepada rasa dan aroma, di *reduce* karena harus terbagi focus kedalam substansi yang lainnya seperti kaitanya dengan sosial media (visual-dokumentasi). Jadi secara tidak langsung, karena atraksi identitas tradisional dalam produk makanan Haspita sedikit bergeser kearah yang lebih bersifat visual-dokumentasi untuk mendukung eksistensi seseorang dalam jagad sosial media, membuat

Haspita tidak berpikir panjang untuk melakukan penyesuaian demi mempertahankan nilai ekonomi dari bisnisnya.

Selain Haspita, ada juga Cindy (Resto Chinese, 25 tahun) yang membuka usaha restoran chinese di Kota Makassar. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, jika dikaji secara socio-historis, Chinese adalah salah satu etnis yang diakui ikut serta dalam pertumbuhan sejarah kependudukan di Makassar, beserta seperangkat kebudayaannya, termasuk makanan. Pengalaman Cindy dengan restoran Chinese-nya dapat menunjukkan fenomena dialektis dari konvergensi dan difergensi citra makanan yang ada di kota makassar.

Meski diakui sebagai salah satu etnis yang telah ada sejak dulu, penerimaan sosial masyarakat yang beretnis Chinese tidak sepenuhnya 'baik' jika dihubungkan dengan makanan. Benar bahwa, di dalam masyarakat kota Makassar, mereka menangkap citra makanan Chinese yang identic dengan sajian makan berbahan baku yang bertentangan dengan ajaran Islam, sebagai agama yang dominan di tengah masyarakat. Sehingga, secara awam, masyarakat selalu membayangkan, meskipun hanya terjawabahkan dalma bentuk *jokes*, apakah resto Chinese dimana dia sedang mengonsumsi makanan sudah melakukan prosesi mengolah makanan secara halal.

Berdasarkan pada pengetahuan itu, Cindy kemudian berusaha untuk melakukan Tindakan konvergensi nilai-nilai kehidupan masyarakat Kota

Makassar secara umum, yakni agama islam, kedalam restoran Chinese-nya. Iya kemudian memunculkan ATT (Ayam tanpa tulang) untuk menegaskan menu-menu yang tidak bertentangan dengan agama islam. Selain itu, secara teknis ia juga menaruh dapur restorannya di bagian depan untuk melakukan transparansi terhadap pelanggan mengenai proses pembuatan makanannya, agar tidak memunculkan persepsi yang dapat merugikan restorannya. Yang menarik adalah, jika inovasi untuk menghadirkan ATT (ayam tanpa tulang) ini, dalam konteks Resto-nya Cindy, bahwa proses-proses 'tourist paradoks' tidak hanya muncul dalam konteks perjalanan jauh ke daerah-daerah 'baru'. Namun dapat juga hadir dalam skala kecil, khususnya kota yang memang corak demografinya sangat heterogeny dan contrast secara nilai-nilai kebudayaan.

C. Hajatan: Miniatur Ruang Dialektika Konvergensi dan Diferensi Makanan

Indonesia dikenal dengan negara yang paling banyak memiliki ragam suku bangsa dan kebudayaan. Namun seiring dengan proses globalisasi dan modernisasi, batas-batas tradisi semakin hari semakin sempit batasannya, termasuk persoalan makanan-makanan yang kita anggap 'tradisional' bagi masyarakat kebudayaan tertentu. Kelangkaan-kelangkaan makanan tradisional ini menjadi sebuah 'kerinduan' tersendiri bagi kelompok masyarakatnya karena disaat yang sama juga mengalami proses modernisasi, atau juga biasa disebut sedang melalui leminalisasi.

Salah satu moment yang disepakati, setidaknya dapat 'mengumpulkan' pelbagai hal-hal yang sifatnya tradisional adalah saat diselenggarakannya hajatan. Hajatan, layaknya menjadi selebrasi yang umum dilakukan oleh pelbagai kebudayaan untuk merayakan fase hidup tertentu (Kelahiran, pernikahan, dsb), biasanya menjadi moment kita bisa berjumpa dengan upacara-upacara tradisional, begitu juga dengan makanan yang menyertainya. Tidak jarang juga, hajatan di sebuah kelompok kebudayaan menjadi catatan khusus dalam *itinerary* seseorang, karena momen ini serupa paket lengkap jika ingin merasakan atraksi dari kebaruan atau keunikan khas kebudayaan tertentu, termasuk makanan khas daerah tertentu (*food image*).

Hajatan yang biasanya bersifat megah, juga berarti membutuhkan 'tim' besar dalam penyelenggaraannya. Oleh karena itu, biasanya saat hajatan, keluarga dari pelbagai daerah domisili datang untuk membantu keluarga yang sedang melaksanakan hajatan. Selain kebutuhan akan kuantitas, kualitas dari pengetahuan dan pengalaman *Jenang* yang spesifik dalam pelaksanaan hajatan sangatlah dibutuhkan, terkhusus pada masakan-masakan atau kue tradisional yang notabenehnya semakin sedikit orang-orang yang dapat membuatnya (bahan dan metode memasaknya yang susah). Terkait dengan hal ini, Risma dan Ramlah (50 tahun, *Jenang*), bahkan kadang harus melayani orderan lintas provinsi untuk pelayanan jasanya sebagai 'kepala dapur hajatan'. Biasanya yang membutuhkan jasa mereka adalah orang Sul-Sel sendiri. Tujuannya sesederhana ekspektasi untuk menghadirkan menu sajian makanan yang akrab bagi

tamunya nanti (keluarga inti), yakni sajian makanan khas bugis-makassar, dan disaat yang sama dia harapkan juga dapat menjadi atraksi bagi tamu undangannya (sekitar pemukiman) untuk hadir mencoba hal baru (makanan) yang disediakan pada hajatannya. Dari motif ini dapat kita lihat juga bahwa adanya proses konvergensi dan difergensi di dalam konteks, waktu dan ruang yang sama menyoal tentang sajian makanan.

Dari sudut pandang masyarakat, khususnya di Sul-Sel, juga memandang hajatan adalah momen syukuran sekaligus indicator kelas sosial mereka. Semakin megah hajatan itu, makan semakin memungkinkan hajatan tersebut mengangkat kelas sosial bagi ia yang memiliki hajatan. Uniknya, megah tidak diartikan hanya sekedar mewah, tapi juga dapat diukur dari sajian makanan yang ada, salah satunya adalah ketika penyelenggara mampu menghadirkan pelbagai makanan yang sudah sangat jarang ditemukan di tempat lain, tapi dihadirkan pada hajatan tersebut. Selain itu, salah satu dinamika yang terjadi adalah, karena diketahui juga bahwa secara umum kita telah berada pada fase kehidupan yang lemlinal, focus pelayanan terhadap tamu hadirin juga mengalami kategorisasinya tersendiri.

Ramlah (50 tahun, Jennang), sepanjang pengalamannya sebagai *Jennang*, benar bahwa setidaknya ia memetakan dua kategori tamu yang akan hadir pada saat hajatan, secara istilah ia menggunakan istilah tamu biasa dan tamu VIP. Tamu VIP adalah tamu yang dianggap lebih special dan utama bagi si pemilik hajatan. Sebagai contoh, jika hajatan tersebut

diselenggarakan di daerah kabupaten, tamu VIP biasanya adalah mereka yang terdiri dari orang-orang tua, keluarga yang sangat dekat, orang yang punya kehormatan khusus karena kelas ekonomi ataupun kehormatan jabatan atau Pendidikan, dan terakhir adalah keluarga dekat yang kebetulan telah berdomisili di daerah pusat kota (Makassar). Kategori terakhir yang berdomisili di pusat kota merupakan hal unik dari kategorisasi tamu ini. Mereka dianggap sebagai orang yang 'VIP' karena sesederhana minoritas kebudayaan daerah ketika berhadapan-hadapan dengan kebudayaan modern yang lebih identic di daerah perkotaan. Oleh karena itu, mereka yang berdomisili di pusat kota itu akan mendapatkan privilege diantara tamu yang lain.

Secara teknis penyajian makanan, lokasi duduk mereka yang dikategorikan VIP diletakkan di bagian depan dan sedekat mungkin dengan 'panggung utama', yang dimana menjadi pusat perhatian dari keseluruhan acara. Secara teknis, hal ini memberikan hak istimewa dalam mengikuti keseluruhan hajatan secara visual, dan juga memberikan kemudahan bagi *Jennang* dan timnya, untuk memastikan sajian makanan tamu VIP selalu dalam kondisi yang optimal (ragam lengkap, tidak kekurangan). Biasanya, letaknya berada di depan atau di dalam rumah hajatan, sementara tamu umum yang lainnya di belakang atau di luar rumah hajatan. Ketika dilakukan observasi, ketersediaan kue tradisional misalnya, hanya bisa diakses oleh mereka yang berada di bagian depan atau di dalam rumah (tamu VIP). Sementara diluar hanya disuguhkan *main course* yang lebih bersifat umum

(semua dapat meng-akses). Namun yang unik kemudian, ditengah pengaruh persebaran kebudayaan modern, karena prinsipnya tamu VIP sangat di spesialkan, sajian makanan yang tradisional dan sudah susah dibuat menjadi 'hadiah' khusus bagi tamu VIP. Tapi tidak hanya itu, disaat yang sama, sajian makanan yang modern atau yang akrab bagi kehidupan khas perkotaan juga adalah hadiah bagi tamu VIP. Misalnya, pelbagai pudding, *dishes*, dan menu-menu 'kekinian' lainnya. Sehingga dari apa yang telah diobservasi, ruang 'VIP' ini adalah sebuah miniatur dialektika dari konvergensi dan difergensi kebudayaan makan pada masyarakat di Sul-Sel.

Namun yang lebih unik kemudian, bahwa konvergensi bukan hanya perpanjangan dari kebudayaan global/modern atau yang wajib bagi tamu dari kota, tapi telah diabstraksi juga kedalam symbol-simbol kelas dalam konteks penyelenggaraan hajatan. Oleh karena itu, secara sistemik hajatan juga merupakan sebuah miniatur dinamika kepariwisataan dalam konteks berada dalam relasi globalisasi dan lokalisasi. Jika ke-pariwisata-an kita definisikan sebagai upaya-upaya pelayanan yang berkaitan dengan konvergensi dan difergensi kebudayaan.

Disisi lain, fenomena dialektika konvergensi dan difergensi sebenarnya juga dipicu oleh pandangan dasar masyarakat terhadap *value* yang identic dengan tradisional yang mengalami penurunan. Sehingga memberi ruang dimana bentuk-bentuk kebudayaan global dijadikan sebagai nilai 'pelayanan' yang lebih tinggi. Namun paradoks nya, di ruang-ruang tertentu, dan sangat khusus, hal-hal yang sifatnya orisinal, origin,

tradisional terkomoditisasi sebagai 'produk' yang memiliki *value* lebih tinggi. Jadi, ditengah dikte kebudayaan global dan modernism terhadap apa yang bernilai tinggi dan bernilai rendah, oposisi dari kebudayaan modern tersebut, yakni kebudayaan tradisional terkomoditisasi dan dikonstruksi nilainya menjadi tinggi dengan hukum-hukum yang pada dasarnya sama di era modern, yakni praktik sederhana ekonomi tentang kelangkaan, yang kemudian juga masih eksis hari ini dalam konteks pemajuan industry pariwisata. Semacam komditisasi eksklusivisme. Misalnya dalam konteks makanan, ialah kelangkaan sajian dikarenakan bahannya yang susah didapatkan, metodenya yang sangat lama dan sisa sedikit orang yang mengetahuinya, dan juga mungkin sajian makanan yang sangat terikat oleh *ceremony* kebudayaan tertentu sehingga susah sekali kita bisa menemukannya.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Citra makanan atau *food image* dari Sulawesi Selatan, yang meliputi pelbagai *sensory of pleasure* yakni visual, aroma, rasa, dan suasana (pendengaran dan peraba) telah berada di tengah-tengah pengaruh globalisasi dan lokalisasi. Namun diatas wacana glokalisasi itu, kondisi geografis, sebagai kondisi alamiah yang bersifat statis dan hanya berubah dalam jangka waktu yang lama, membuat kemungkinan untuk makanan-makanan tradisional dapat terus bertahan, meskipun tidak beredar dalam konteks pariwisata ataupun bisnis kuliner. Makanan sebagai bagian dari hasil dari kebudayaan, dan kebudayaan yang juga hasil dari dialektis manusia dengan alam (lingkungan geografis) adalah hal yang menjadi dasar bahwa potensi makanan-makanan tradisional ini dapat terus bertahan, meski tetap mengalami kerentanan di tengah pengaruh globalisasi dan modernism (teknologi, perkembangan media informasi, dsb). Karena sejatinya, kehidupan manusia akan terus berjalan melalui proses-proses kebudayaan (belajar) itu.

Dalam proses dialektika difergensi dan konvergensi yang terjadi pada dunia kuliner di Sulawesi Selatan, modernisasi dalam arti ekspansi permintaan pasar adalah yang paling mempengaruhi proses dialektis ini. Pertimbangan untuk melakukan difegensi ataupun konvergensi, atau juga melakukan keduanya disaat yang sama, karena pada dasarnya makanan-

makanan ini berada dalam konteks bisnis, pembacaan terhadap pasar, pen-
ijauan kembali terhadap nilai bahan, adalah yang penting untuk dipertim-
bangkan. Selain itu, degradasi nilai atau *value* bisnis dari terminology 'tradi-
sional' juga menjadi sebab mengapa makanan-makanan yang umum
dengan kerangka modernism menjadi lebih dominan untuk eksis di tengah
masyarakat. Konstruksi dari *ontological of security* masyarakat kemudian
telah berubah dari yang sifatnya mendtradisi secara turun-temurun, mengi-
kut arus kerentanan konstruksi makanan dari modernism dan globalisasi.

Hajatan sebagai salah satu ruang eksistensi tradisis, termasuk da-
lamnya makanan, juga ikut mengalami perubahan-perubahan yang
disebabkan oleh proses globalisasi. PERkembangan teknologi transportasi,
yang memungkinkan seseorang datang menghadiri acara hajatan meski
sudah berpisah secara domsili, membuat sajian makanan ikut terpengaruh
untuk mengikuti perkembangan diluar dari yang mentradisi dalam acara itu.
Core value dari hajatan untuk memberikan *best serve* kepada tamu, men-
jadi pendorong utama untuk secepatnya melakukan respon cepat dari per-
mintaan-permintaan tamu khusus dalam hajatan, khususnya tentang ma-
kanan. Namun karena konteksnya yang tidak dalam bisnis (berekspektasi
keuntungan materil), hajatan menjadi satu-satunya ruang saat ini, dimana
ke-lestarian sajian makanan tradisional lebih memungkinkan bertahan
dibanding ruang lainnya.

B. Saran

Penelitian ini terkait dengan Glokalisasi dan kuliner di Sulawesi Selatan masih sangat bersifat mendasar oleh karena pelbagai keterbatasan peneliti. Maka dari itu sangat diharapkan adanya penelitian lebih lanjut dalam konteks dan/atau ruang yang lebih spesifik, seperti pambauran dua atau tiga jenis hidangan yang berasal dari wilayah yang berbeda atau lebih dikenal dengan istilah *fusion food*. Peneliti berasumsi bahwa dibutuhkan studi komparasi terkait kondisi kuliner di wilayah-wilayah luar Provinsi Sulawesi Selatan khususnya wilayah-wilayah yang sarat akan kunjungan wisatawan, sehingga akan menguatkan pandangan-pandangan secara akademisi terkait praktik-praktik glokalisasi dalam konteks kuliner di Indonesia, dan pada akhirnya dapat menjadi pijakan strategi dalam pengembangan dan pelestarian citra kuliner Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. In *Public Worlds, Volume 1*. University of Minnesota Press.
- Armesto, Fernandez. 2002. *Near a Thousand Tables; a History of Food*. New York: The Free Press
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The Human Consequences*. Polity Press.
- Bloor, Michael. 2001. *Focus Groups in Social Research*. SAGE Publications
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989–1011.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307–316.
- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267–276.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism - Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.
- Counihan, C., & Esterik, penny van. (2013). *Food and Culture a Reader*. In C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food, Science and Society* (Third Edit). Routledge.
- Esterik, Penny van. 2008. *Food Culture in Southeast Asia*. London: Greenwood
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3),
- Giddens, A. (1996). Affluence, poverty and the idea of a post-scarcity society. *Development and Change*, 27(2), 365–377.
- Hall, c. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In *Food Tourism Around The World*. Academic Press Inc.

- Hasyim, Cawalinya L; Unde, A. Alimuddin. 2011. Promosi wisata kuliner seafood di Kota Makassar. Makassar: Jurnal Komunikasi Kareba.
- Hennink, Monique M. 2013. *Focus Group Discussion*. Oxford University Press
- Jacinthe Bessière. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34.
- Kubo, Michiko. 2010. *The Development of an Indonesian National Cuisine: A Study of New*
- Kennedy, G., Nantel, G., & Shetty, P. (2004). Globalization of food systems in developing countries: impact on food security and nutrition. In *FAO food and nutrition paper* (Vol. 83).
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423–431.
- Lang, T. (1999). The complexities of globalization: The UK as a case study of tensions within the food system and the challenge to food policy. *Agriculture and Human Values*, 16(2), 169–185.
- Llosa, M. V. (2001). The Culture of Liberty. *Foreign Policy*, 2(122), 66.
- Lynch, K. 1960. *The image of the city*. Mass: MIT Press.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196.
- Medina, F. X., & Tresserras, J. (2018). *Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives* (Colección). Universidad de Guadalajara.
- Molz, J. G. (2007). Eating difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism. *Space and Culture*, 10(1), 77–93.
- Morgan, K., Marsden, T., & Murdoch, J. (2006). World of Food: Place, Power, and Provenance in the Food Chain. In G. Clark, A. Goudie, & C. Peach (Eds.), *Oxford Geographical and Environmental Studies*. Oxford University Press.
- Movement of Instant Foods and Local Cuisine*. Tokyo: Sophia University Institute of Comparative Culture.

- Montanari, Massimo. 2006. *Food is Culture*. Columbia: Columbia University Press.
- Morgan, David L., dan Morgan, David. 1997. *Focus Groups as Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Nieswiadomy, R.M. (1993). *Foundations of Nursing Research*. Norwalk. CT: Appleton & Lange.
- Oosterveer, P. (2006). Globalization and sustainable consumption of shrimp: Consumers and governance in the global space of flows. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 465–476.
- Owen, Sri. 1999. *Indonesian Regional Food & Cookery*. London: Frances Lincoln
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations With a new Introduction*. The Free Press.
- Porto, G. G. (2007). Globalisation and poverty in Latin America: Some channels and some evidence. *World Economy*, 30(9), 1430–1456.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
- Ricklefs, M.C. 2008. *Sejarah Indonesia Modern, 1200-2008*. Jakarta: Serambi.
- Rahman, Fadly. 2016. *Jejak Rasa Nusantara: Sejarah Makanan Nusantara*.
- Reiser, D. (2003). Globalisation: An Old Phenomenon That Needs to Be Rediscovered for Tourism? *Tourism and Hospitality Research*, 4(4),
- Richards, G. (2020). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? *Tourism and Gastronomy, January 2002*, 17–34.
- Ritzer, G. (1983). The “McDonaldization” of Society. *The Journal of American Culture*, 6(1), 100–107.
- Ritzer, G. (2003). Rethinking Globalization: Glocalization/Globalization and Something/Nothing. *Sociological Theory*, 21(3), 193–209.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity - Heterogeneity. *Sage Publications*, 25–44.

- Robertson, R. (1998). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage Publication.
- Savarin, Brillat. 1948. *Physiologie du gout ou meditations gastronomie transcendante ouvrage theorique, historique, et a l'orde du jour*. Paris: Librairie Garnier Freres.
- Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421–447.
- Teo, P., & Li, L. H. (2003). Global and local interactions in tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 287–306.
- Thorns, D. C. (1997). The Global Meets The Local: Tourism and the Representation of the New Zealand City. *Urban Affairs Review* 1, 33(2), 189–208.
- Torres, R. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: Tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282–306.
- Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 546–566.
- Torres, R., & Skillicorn, P. (2004). Montezuma's revenge: How sanitation concerns may injure Mexico's Tourist Industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(2), 132–144.
- Trubek, A. B. (2008). *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir (California Studies in Food and Culture)*. 318.
- Wang, N. (2017). Rethinking authenticity in tourism experience. *The Political Nature of Cultural Heritage and Tourism: Critical Essays, Volume Three*, 26(2), 469–490.
- Wilhelmina, Q., Joost, J., George, E., & Guido, R. (2010). Globalization vs. Localization: Global food challenges and local solutions. *International Journal of Consumer Studies*, 34(3), 357–366.
- Wu, D. D. (2008). Discourses of cultural china in the globalizing age. In *Discourses of Cultural China in the Globalizing Age*.