

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254

Potensi Daya Tarik Gastronomi Wisata Kuliner sebagai Faktor Kunci dalam Mengembangkan Pariwisata Kuliner Pempek 26 Ilir Palembang

Muhammad Sauky, Desy Misnawati

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma
sauki368@gmail.com, desy_misnawati@binadarma.ac.id

ABSTRACT

Gastronomy tourism is an important aspect of the tourism industry which is able to attract the attention of visitors from various corners of the world. One of the special foods that stands out in Palembang is pempek, especially Pempek 26 Ilir. This research aims to reveal the potential gastronomic of Pempek 26 Ilir Palembang as the main attraction for tourists. The theories used are Symbolic Communication Theory and Tourist Experience Theory. The research method used involved surveys, interviews, and direct observation of visitors and owners of pempek culinary businesses in the Pempek 26 Ilir area. The research results show that Pempek 26 Ilir has a strong appeal in various gastronomic aspects. The unique taste and texture of pempek, as well as the variety of cuko (gravy) and accompaniments, make visitors come back again to enjoy this dish. Apart from that, the local culinary potential and the pempek raw materials quality are also added value to the culinary experience. The comfortable atmosphere of the stall, the closeness between the owner and visitors, as well as various special promotional programs also enrich the gastronomic experience of tourists. The potential gastronomic attraction of Pempek 26 Ilir Palembang can be a basis for related parties to develop and promote culinary tourism in Palembang. Thus, it can increase tourist visits and contribute to the local economy.

Keywords: *Gastronomy, Culinary Tourism, Potency, Attraction, Tourism, Culinary Experience.*

ABSTRAK

Gastronomi wisata kuliner menjadi aspek penting dalam industri pariwisata, mampu mengundang perhatian pengunjung dari berbagai penjuru dunia. Salah satu makanan khas yang menonjol di Palembang adalah pempek, khususnya Pempek 26 Ilir. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap potensi daya tarik gastronomi yang dimiliki oleh Pempek 26 Ilir Palembang sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Simbolik" dan "Teori Pengalaman Wisatawan. Metode penelitian yang digunakan melibatkan survei, wawancara, dan observasi langsung terhadap pengunjung dan pemilik usaha kuliner pempek di kawasan Pempek 26 Ilir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pempek 26 Ilir memiliki daya tarik yang kuat dalam berbagai aspek gastronomi. Keunikan rasa dan tekstur pempek, serta variasi cuko (kuah) dan pelengkapannya, membuat pengunjung kembali lagi untuk menikmati hidangan ini. Selain itu, potensi kuliner lokal dan kualitas bahan baku pempek yang digunakan juga menjadi nilai tambah dalam pengalaman kuliner. Suasana warung yang nyaman, keakraban antara pemilik dan pengunjung, serta berbagai program promosi khusus turut memperkaya pengalaman gastronomi wisatawan.

Potensi daya tarik gastronomi Pempek 26 Ilir Palembang ini dapat menjadi landasan bagi pihak terkait untuk mengembangkan dan mempromosikan pariwisata kuliner di Palembang, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta kontribusi ekonomi lokal.

Kata Kunci: Gastronomi, wisata kuliner, potensi, daya tarik, pariwisata, pengalaman kuliner.

PENDAHULUAN

Dalam kerangka ilmiah, komunikasi merupakan produk serta ekspresi dari unsur budaya yang signifikan dalam kehidupan manusia. Budaya memainkan peran yang sangat mempengaruhi cara individu berinteraksi dan berkomunikasi, dan komunikasi sendiri memiliki peran yang tak terbantahkan dalam mempertahankan, mengirimkan, serta membentuk unsur-unsur budaya tersebut. Seperti halnya aspek kuliner yang merupakan komponen integral dari kehidupan sehari-hari, makanan mencerminkan konsep serta elemen budaya yang merentang meliputi dimensi historis, kolonialisme, mitos, agama, dan nilai-nilai yang ada dalam suatu masyarakat.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Misnawati (2017), kuliner atau makanan bukanlah sekadar unsur pangan, melainkan merupakan potensi besar dalam kerangka sosial budaya yang memiliki implikasi informatif yang kuat mengenai budaya suatu masyarakat. Makanan bukan hanya mencerminkan budaya, tetapi juga memungkinkan pemahaman mendalam tentang identitas, pola perilaku komunikasi, serta konsep diri individu. Secara esensial, makanan tidak hanya dipandang sebagai produk fisik, melainkan diinterpretasikan sebagai komunikasi simbolik yang menggambarkan makna yang lebih dalam.

Selain itu, makanan dan minuman sering kali terjalin erat dengan tradisi dan ritual budaya yang berkembang dalam kehidupan sehari-hari. Tradisi kuliner membentuk sebagian besar praktik sehari-hari dan memberikan kontribusi besar terhadap pembentukan identitas budaya yang memadukan unsur-unsur historis, sosial, dan budaya (Mursese dan Misnawati, 2022).

Palembang, sebagai salah satu kota terbesar di Pulau Sumatra, Indonesia, telah lama dikenal dengan kekayaan budaya dan kulinernya yang khas. Salah satu hidangan khas yang mendapat pengakuan internasional dan menjadi ikon kuliner Palembang adalah pempek. Pempek, yang berbahan dasar ikan dan tepung sagu, diolah menjadi hidangan lezat yang khas dengan beragam saus, dan dikenal sebagai hidangan wajib bagi pengunjung yang datang ke Palembang.

Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata kuliner telah menjadi tren global yang signifikan. Wisatawan kini lebih cenderung menjadikan kuliner sebagai salah satu faktor penentu dalam memilih destinasi wisata. Pempek, terutama yang disajikan di kawasan Pempek 26 Ilir, telah menjadi daya tarik utama dalam menarik pengunjung ke kota Palembang. Dalam konteks ini, penting untuk memahami

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254

potensi daya tarik gastronomi yang dimiliki oleh Pempek 26 Ilir Palembang dalam mempromosikan pariwisata kuliner di daerah ini.

Pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi daya tarik gastronomi Pempek 26 Ilir akan membantu pihak terkait, seperti pemerintah daerah dan pelaku industri kuliner, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap potensi daya tarik gastronomi Pempek 26 Ilir Palembang sebagai faktor kunci dalam mengembangkan pariwisata kuliner kota ini.

TINJAUAN LITERATUR

Dalam konteks komunikasi gastronomi dalam wisata kuliner, ada beberapa teori dan konsep yang dapat menjadi dasar untuk memahami bagaimana interaksi dan komunikasi berperan dalam menghantarkan pengalaman kuliner kepada wisatawan. Salah satu teori yang relevan adalah "Teori Komunikasi Simbolik" dan "Teori Pengalaman Wisatawan. Teori ini mengemukakan bahwa makanan bukan hanya merupakan bahan konsumsi fisik, melainkan juga memiliki makna simbolik yang mendalam dalam budaya dan masyarakat. Komunikasi gastronomi melibatkan proses pengiriman pesan simbolik melalui makanan dan hidangan kepada wisatawan. Rini (2019) menyatakan Identitas budaya yang terbentuk dalam kehidupan suatu masyarakat akan mempengaruhi persepsi diri setiap anggota dalam masyarakat. Makanan menjadi bahasa yang mengungkapkan aspek-aspek budaya seperti sejarah, nilai-nilai, dan identitas suatu tempat. Wisata kuliner mengandalkan komunikasi simbolik ini untuk menyampaikan pesan tentang budaya lokal kepada pengunjung.

Teori Komunikasi Simbolik adalah pendekatan dalam komunikasi yang menganggap bahwa simbol-simbol, termasuk bahasa, tanda, dan simbol visual, memiliki peran kunci dalam menyampaikan makna dalam budaya. Penelitian Wuriyanto (2008). Misnawati (2017), Dewantara (2018), menyatakan makanan bersinonim dengan kuliner yang berhubungan dengan budaya material yang dimiliki setiap daerah. Sebagai kuliner daerah dan menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan secara turun temurun. Maka dalam konteks komunikasi gastronomi, makanan dilihat sebagai salah satu bentuk simbolik yang kuat yang dapat mengungkapkan aspek-aspek budaya yang mendalam, seperti sejarah, nilai-nilai, dan identitas suatu tempat atau komunitas.

Deskripsi Teori Komunikasi Simbolik dalam Konteks Makanan dianggap sebagai bentuk bahasa yang memiliki kosakata dan tata bahasa sendiri. Setiap hidangan, bahan, dan resep memiliki makna dan pesan tertentu yang dapat diartikan oleh individu dan masyarakat. Misalnya, jenis makanan tertentu dapat

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254

mengungkapkan aspek-aspek sejarah kuliner suatu wilayah, seperti pengaruh budaya asing atau tradisi kuliner yang khas.

Makanan juga dapat mencerminkan nilai-nilai yang dipegang oleh suatu komunitas. Misalnya, pemilihan bahan-bahan organik atau metode masak yang ramah lingkungan dapat mencerminkan kesadaran akan nilai-nilai keberlanjutan dan kesehatan. Makanan dapat menjadi ekspresi dari identitas budaya suatu tempat atau komunitas. Hidangan khas suatu daerah tidak hanya menyediakan makanan, tetapi juga menyampaikan pesan tentang siapa mereka, sejarah mereka, dan nilai-nilai budaya yang mereka anut.

Teori ini berfokus pada bagaimana wisatawan menciptakan pengalaman unik saat mereka bepergian. Dalam konteks kuliner, pengalaman wisatawan tidak hanya terkait dengan rasa makanan, tetapi juga dengan aspek-aspek seperti suasana restoran, interaksi dengan penduduk setempat, proses persiapan makanan, dan sebagainya. Komunikasi gastronomi dalam wisata kuliner harus mampu menciptakan pengalaman yang memikat, mengundang, dan mengedukasi wisatawan.

Pengalaman Wisatawan menekankan bahwa komunikasi gastronomi dalam wisata kuliner harus dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan pengalaman yang tidak hanya memuaskan indra pengecap, tetapi juga merangsang indra lainnya dan memenuhi keinginan wisatawan untuk menjelajahi, belajar, dan merasakan budaya setempat. Ini dapat menciptakan pengalaman yang mengesankan dan dapat menginspirasi wisatawan untuk kembali atau berbagi pengalaman mereka dengan orang lain.

Pengalaman multisensori mengacu pada pengalaman yang melibatkan lebih dari satu indra manusia. Ini berarti bahwa dalam pengalaman ini, beberapa indra, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan rasa, terlibat secara bersamaan atau saling berinteraksi untuk menciptakan keseluruhan pengalaman yang kaya dan mendalam. Pengalaman multisensori dapat ditemukan dalam berbagai konteks, termasuk seni, hiburan, dan terutama dalam pengalaman kuliner dan wisata, di mana berbagai aspek sensorik digunakan untuk menciptakan pengalaman yang lebih memikat dan berkesan bagi individu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan berbagai metode, termasuk survei, wawancara, dan observasi langsung terhadap pengunjung dan pemilik usaha kuliner pempek di kawasan Pempek 26 Ilir. Melalui penelitian ini, kita akan mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat Pempek 26 Ilir begitu menarik bagi pengunjung, baik dari segi cita rasa, suasana, maupun pengalaman kuliner secara keseluruhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254

Kota Palembang yang dikenal dengan kulinernya *pempek*, terlihat potensi yang luar biasa dalam sektor pariwisata. Penelitian ini akan fokus pada pengembangan potensi wisata kuliner pempek di kawasan Pempek 26 Iilir, khususnya dalam konteks gastronomi. Hasil dari kajian yang dilakukan oleh Nurwitasari (2015) mengungkapkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap wisata kuliner saat ini terbatas pada kunjungan ke pusat kuliner lokal. Padahal, wisata kuliner memiliki potensi lebih besar, yaitu dapat diubah dan dikemas agar dapat lebih menarik minat wisatawan. Ini dapat dicapai melalui upaya untuk menggabungkan kekayaan lokal dan aspek budaya dengan kekayaan kuliner, sehingga pada akhirnya daerah ini dapat dikenal sebagai destinasi wisata gastronomi yang menarik.

Wisata gastronomi, berdasarkan jenisnya, adalah sejenis wisata dengan minat khusus yang memiliki fokus kegiatan yang lebih spesifik dibandingkan dengan jenis wisata lainnya. Tujuan utama dari wisata gastronomi adalah untuk menawarkan pengalaman yang lebih unik kepada wisatawan dan memberikan mereka kesempatan untuk merasakan suatu pengalaman baru dalam berwisata. Seperti yang disebutkan oleh Darsiharjo et al. (2016), wisata gastronomi mencoba memberikan sesuatu yang berbeda dalam perjalanan wisata.

Pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan dalam wisata gastronomi adalah perjalanan yang dilakukan dengan tujuan untuk menikmati makanan dan minuman sambil memahami seluruh proses mulai dari pengolahan bahan mentah hingga pemahaman nilai-nilai budaya yang terkait dengan makanan dan minuman tersebut. Dalam hal ini, wisatawan tidak hanya merasakan cita rasa makanan, tetapi juga terlibat dalam proses belajar dan eksplorasi yang lebih mendalam terkait dengan kuliner dan budaya lokal. Hal ini sesuai dengan pandangan Turgarini, yang menganggap bahwa wisata gastronomi masuk dalam kajian tentang aspek gastronomi praktis (T. Kartika et al., 2019).

Wisata gastronomi adalah upaya untuk menyatukan makanan dengan budaya lokal. Banyak daerah dan negara sedang aktif mengembangkan wisata gastronomi untuk menarik perhatian wisatawan global. Wisata gastronomi menggarisbawahi kekayaan kuliner masyarakat setempat yang sering terkait dengan unsur budaya lain seperti pakaian tradisional, musik, tarian, dan aktivitas lainnya. Budaya memainkan peran penting dalam pengalaman wisata gastronomi. Wisatawan gastronomi, pada umumnya, ingin memahami dan merasakan budaya yang berbeda, sehingga mereka juga berperan sebagai wisatawan budaya. Wisata gastronomi memegang peran kunci dalam membuat perjalanan mereka unik, mengembangkan destinasi, dan menciptakan reputasi yang positif. Makanan dan minuman, selain memenuhi kebutuhan fisiologis, juga membawa makna simbolis yang dalam. Oleh karena itu, wisata gastronomi menjadi indikator vital untuk pariwisata berkelanjutan, mencakup apa, di mana, kapan, dan dengan siapa makanan di konsumsi.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254

Transfer nilai-nilai historis dan kearifan lokal melalui makanan adalah upaya strategis untuk mempromosikan budaya Indonesia di tingkat internasional. Indonesia memiliki kekayaan makanan yang sangat besar yang berasal dari pengaruh berbagai budaya yang berbeda. Selain itu, negara ini kaya akan sumber daya alam dan memiliki beragam suku bangsa dan budaya, termasuk beraneka ragam budaya dan kuliner yang dapat dimanfaatkan sebagai aset nasional. Namun, kesadaran akan kekayaan ini belum tersebar luas di masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan gastronomi sebagai segmen penting dari wisata adalah langkah strategis untuk meningkatkan ekonomi Indonesia.

Gastronomi merupakan elemen konstruktif yang sangat penting dalam membentuk citra sebuah destinasi wisata. Hal ini merupakan elemen keenam yang memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan wisata kuliner menjadi wisata gastronomi wisata kuliner pempek di kawasan Pempek 26 Ilir. Keberhasilan elemen ini memiliki dampak signifikan terutama bagi kawasan wisata kuliner pempek di kawasan Pempek 26 Ilir, yang selama ini dikenal hanya sebagai tujuan wisata sejarah dan kuliner.

KESIMPULAN

Kesimpulan, dalam penelitian ini adalah gastronomi memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata. Ini adalah elemen keenam yang berkontribusi besar dalam membentuk citra dan daya tarik sebuah destinasi. Dalam konteks kawasan petak Sembilan, kota tua Jakarta, gastronomi memiliki potensi besar untuk mengubah destinasi ini dari tujuan wisata sejarah dan kuliner menjadi tujuan utama wisata gastronomi.

Pengembangan destinasi wisata gastronomi membutuhkan perhatian pada beberapa indikator kunci, seperti aspek budaya, nilai warisan, pengalaman multisensori, dan pemahaman yang mendalam tentang makanan dan minuman lokal. Dalam penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis menunjukkan bahwa tiga jenis kuliner yang telah diteliti memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata gastronomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Antón C, S & Knafou, R. (2012). *Gastronomy Tourism and globalization*. Paris: Universitat Rovira i Virgili Tarra gona, Université Paris
- Brillat-Savarin, J.-A. (1994). *The Physiology of Taste*. (Penerjemah: A. Drayton, Harmondsworth: Penguin.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

**Volume 4 Nomor 2 (2024) 888-892 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i2.5254**

- Misnawati, D. (2019). Kajian Simbolisme Kuliner Mpek Mpek Dalam Interaksi Sosial Masyarakat Palembang. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 7(1), 72-77. <https://doi.org/10.7454/jvi.v7i1.138>
- Steinmetz, R (2010). Food, Tourism and Destination Differentiation. The case of Roturua, New Zealand. New Zealand: Auckland University of Technology
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Jakarta
- Weichart G. 2004. "Minahasa Identity: A Culinary Practice". di dalam *Jurnal Antropologi Indonesia*. Special Volume. Jakarta: Departemen Antropologi UI.
- World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO
- Yasir, Y. (2021). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 108-120.