

## Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta

### (The Role of Traditional Culinary in Supporting the Advancement of Culture in Yogyakarta Tourism Priority Destination)

Imam Nur Hakim  
Siti Hamidah

Direktorat Kajian Strategis, Deputi Bidang Kebijakan Strategis,  
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Jalan Medan Merdeka Selatan No. 13, Jakarta 10110  
Tel.: +62(21)29935678  
Surel: imamnurhakim@live.com

Diterima: 26 Agustus 2021

Direvisi: 14 Desember 2021

Disetujui: 22 Desember 2021

#### Abstrak

Ragam kuliner tradisional di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta sangat lekat dengan unsur budaya. Keragaman dan kekayaan budaya tersebut perlu diiringi dengan upaya pemajuan agar tetap terjaga dan lestari. Salah satu wujud pemajuan kebudayaan tersebut adalah melalui upaya pemanfaatan Objek Pemajuan Kebudayaan sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 2017. Beberapa unsur kebudayaan yang tertera di dalam undang-undang tersebut melekat pada sektor kuliner tradisional Yogyakarta. Melalui pendekatan kualitatif secara deskriptif, kuliner tradisional Yogyakarta berperan dalam membangun karakter budaya, meningkatkan ketahanan bangsa dan kesejahteraan masyarakat, hingga meningkatkan peran aktif dan pengaruh Indonesia dalam hubungan internasional. Melalui dimensi (1) internalisasi nilai budaya, (2) kemampuan inovasi, (3) adaptasi menghadapi perubahan, (4) komunikasi lintas budaya, (5) kolaborasi antarbudaya, (6) keterkaitan dengan kebudayaan dan (7) pariwisata, (8) pengaruhnya terhadap Diplomasi Budaya, dan (9) kemampuannya dalam meningkatkan kerja sama internasional, kuliner tradisional Yogyakarta mampu memajukan objek kebudayaan secara praktis. Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya potensi ketidakseimbangan dalam memosisikan kepentingan pelestarian budaya, nilai tambah pariwisata serta tujuan ekonomi sebagai motivasi utama.

**Kata kunci:** kuliner, pariwisata, pemajuan kebudayaan, Yogyakarta

#### Abstract

The variety of traditional culinary at the Priority Tourism Destinations of Yogyakarta is closely related to cultural elements. To maintain and sustain this cultural diversity and richness, there has to be an effort of advancement and expansion. One form of cultural advancement is



utilizing Cultural Enhancement Objects as mandated in Law Number 5 of 2017 concerning the Advancement of Culture. Some of the cultural elements listed in the law are attached to the traditional culinary sector of Yogyakarta. Through a qualitative approach, Yogyakarta's traditional culinary arts have a role in building cultural character, increasing national resilience and community welfare, and increasing Indonesia's active role and influence in international relations. All these are achieved through the dimensions of (1) internalization of cultural values, (2) innovation capabilities, (3) adaptation to change, (4) cross-cultural communication, (5) intercultural collaboration, (6) linkages with culture and (7) tourism, (8) its influence on cultural diplomacy, and (9) its ability to increase international cooperation, Yogyakarta's traditional culinary arts can practically advance cultural objects. However, this study also found a potential imbalance in positioning the interests of cultural preservation, tourism added value, and economic goals as the primary motivation.

**Keywords:** culinary, tourism, culture advancement, Yogyakarta.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan beragam kebudayaan. Lebih dari 300 suku bangsa, 742 bahasa dan dialek serta ragam ekspresi budaya dan adat tradisi lainnya, telah diakui sebagai laboratorium budaya terbesar di dunia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020). Selain kuantitas, pengakuan atas kualitas kebudayaan Indonesia juga datang dari dunia dimana UNESCO telah menetapkan 11 Warisan Budaya Takbenda Indonesia masuk dalam kategori *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*, dan *List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding* (UNESCO 2021). Besarnya potensi tersebut harus diimbangi dengan upaya serius untuk tetap menjaga dan melestarikan kebudayaan Indonesia sehingga kebudayaan Indonesia dapat terjaga dan lestari.

Pada 2017, melalui terbitnya payung hukum Undang-Undang Nomor 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan (selanjutnya disebut sebagai UUPK), pemerintah Indonesia berkomitmen untuk lebih menyeluruh dan terpadu dalam memajukan kebudayaan Indonesia. Dalam UU tersebut, Pemajuan Kebudayaan didefinisikan sebagai upaya untuk meningkatkan ketahanan serta kontribusi budaya Indonesia di tengah peradaban dunia melalui Pelindungan, Pengembangan, Pemanfaatan, dan Pembinaan Kebudayaan. Terdapat sepuluh Objek Pemajuan Kebudayaan (selanjutnya disebut sebagai OPK), yaitu (1) Tradisi Lisan, (2) Adat istiadat, (3) Manuskrip, (4) Ritus, (5) Pengetahuan Tradisional, (6) Teknologi Tradisional, (7) Seni, (8) Bahasa, (9) Permainan Rakyat, dan (10) Olah Raga Tradisional yang menjadi sasaran Pemajuan Kebudayaan (Lembaran Negara Republik Indonesia 2017).

Istilah Pemajuan Kebudayaan sendiri telah disebutkan dalam Pasal 32 (1) UUD 1945 yang berbunyi "Negara memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya" (Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945). Turunan tafsir tersebut menjadikan UUPK sebagai panduan untuk menjalankan amanat UUD 1945 melalui peran konkret dan strategis bagi pembangunan kebudayaan nasional.

Sebagai bagian dari kehidupan bermasyarakat, unsur budaya juga beririsan dengan sektor potensial, salah satunya pariwisata dan ekonomi kreatif. Irisan keduanya tampak pada definisi ekonomi kreatif dalam Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 yang menjadikan warisan budaya sebagai salah satu sumber perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual (Penjelasan Atas UU Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif 2019). Khususnya pada produk kreatif

berbasis kebudayaan lokal, dimana wujud kebudayaan merupakan benda-benda hasil karya kreatif manusia (Koentjaraningrat 2009), yang modal utamanya adalah ide, gagasan, dan kreativitas yang merupakan sumber daya tidak terbatas (Ramdhani 2020). Selain itu, hubungan mutualisme tersebut juga tampak dalam peran Warisan Budaya Benda (WBB) dan Takbenda (WBTB) sebagai nilai jual destinasi dan produk wisata yang dapat menambah pengalaman dan kepuasan wisatawan (OECD 2014). Dengan demikian, menghubungkan budaya, ekonomi kreatif dan pariwisata, dapat meningkatkan nilai tambah pengalaman wisata melalui kreativitas pelaku di suatu destinasi pariwisata. Hubungan tersebut juga dapat meningkatkan inklusifitas dan ketertarikan destinasi wisata (OECD 2014), terutama untuk merespons perubahan pasar dari sekedar pengalaman pada budaya berwujud, menjadi ketertarikan pada WBTB dalam balutan kreativitas kontemporer (OECD 2009).

Sebagai salah satu sektor yang beririsan dengan ketiga komponen tersebut (budaya, pariwisata, dan ekonomi kreatif), kuliner tradisional memiliki banyak peran dalam memajukan kebudayaan. Dalam hal ini, peran tersebut dapat dilihat dari sejauh mana keterlibatannya dalam situasi dan aktivitas sosial hingga mampu memberikan pengaruh tertentu pada lingkungan sosial. Kuliner tradisional bukan hanya didefinisikan sebagai pilihan makanan saja, namun diiringi dengan keragaman ide dan nilai yang diturunkan antar generasi dalam suatu populasi atau kelompok sosial (Hartog 1986). Bahkan, kuliner tradisional juga berkaitan erat dengan dimensi “kebiasaan-alami”, “pengolahan-elaborasi”, “sifat indera” dan “asal-lokalitas” sebagai bagian dari keseharian masyarakat sosial (Guiné *et al.* 2021). Artinya, kuliner tradisional seharusnya memiliki keterlibatan dalam situasi dan aktivitas sosial yang memiliki pengaruh terhadap kebudayaan tradisional. Terlebih lagi, kuliner tradisional secara simultan juga mampu memajukan kebudayaan melalui pendekatan pariwisata kreatif. Sebagai contoh, kuliner dapat menjadi elemen unik dari *brand image* dalam menciptakan kekhasan suatu destinasi (OECD 2012). Bahkan, kuliner lokal menjadi sepertiga dari porsi pengeluaran wisatawan dunia (OECD 2012). Di Indonesia sendiri, kuliner mampu memberikan nilai autentisitas, lokalitas, dan pengalaman menyenangkan pada daerah yang dikunjungi. Nilai tersebut muncul karena kuliner Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor alam, sejarah dan budaya (Wijaya 2019). Kuliner merupakan komoditas yang menarik untuk dikembangkan dan sangat erat kaitannya dengan upaya peningkatan kualitas pariwisata, juga budaya. Kuliner, terutama yang memiliki unsur budaya dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dalam konteks ekonomi kreatif, kuliner mencakup unsur kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2014). Dengan menggabungkan kuliner tradisional dengan kebudayaan dan pariwisata, maka fenomena sosial terkait pemajuan nilai-nilai budaya, melalui pemanfaatan objek budaya tradisional Yogyakarta dapat secara ilmiah dipelajari.

Salah satu daerah dengan potensi pariwisata, kuliner, dan kebudayaan adalah Yogyakarta. Sejak ditetapkan sebagai salah satu dari 10 Destinasi Pariwisata Prioritas oleh Presiden Joko Widodo pada 2015 (Kementerian Sekretariat Negara 2015 dalam Setiawan 2016), kuliner menjadi salah satu sektor andalan Yogyakarta. Kuliner tradisional Yogyakarta berkontribusi dalam mempromosikan budaya dan pariwisata yang tampak dari meningkatnya citra pariwisata (kuliner) dan bertahannya budaya lokal (Zahrulianingdyah 2018). Selain itu, Yogyakarta juga menjadikan kuliner tradisional sebagai satu dari enam fokus pengembangan pariwisata (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2015-2025 2015).

Terlepas dari beragam permasalahan kompleks yang terjadi (Wijayanti 2020), penting untuk mengetahui sejauh mana, sektor kuliner sebagai salah satu sektor kreatif Indonesia (Lembaran

Negara Republik Indonesia 2019), mampu mengoptimalkan upaya Pemajuan Kebudayaan di Yogyakarta, terutama pada sepuluh OPK yang tertera dalam UUPK. Hingga saat ini, penelitian terkait kuliner, kebudayaan dan pariwisata Yogyakarta hanya terjadi pada tataran aspek perkembangan wisata kuliner kedepan (Wijayanti 2020), kuliner sebagai aspek komoditas kekinian (Prabangkara 2018), kuliner sebagai ikon pariwisata potensial (Kurniawan 2010), serta dominasi makanan lokal dalam wisata kuliner Yogyakarta (Harsana *et al.* 2019). Oleh karena itu, untuk mengisi celah literatur tersebut, penelitian ini berfokus pada upaya pemanfaatan OPK pada sektor kuliner di Yogyakarta. Penelitian ini akan menganalisis kemampuan sektor kuliner Yogyakarta dalam memajukan kebudayaan, sehingga dapat menjadi *lesson learned* dan panduan bagi provinsi maupun destinasi pariwisata lainnya.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui analisis deskriptif untuk melihat realitas sosial sektor kuliner tradisional dalam memanfaatkan OPK untuk mendukung kepariwisataan Yogyakarta. Metode tersebut dipilih untuk menggambarkan secara holistik permasalahan multidimensi seperti sosial, budaya, humaniora dan implementasi kebijakan publik ke masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan eksplanatori untuk mendukung analisis deskriptif. Sebagaimana disampaikan oleh Neuman (2013), pendekatan eksplanatori dinilai tepat untuk menjelaskan fenomena sosial sehingga dapat terlihat beragam pola berbeda yang saling terkait dalam sebuah hubungan sebab-akibat. Dengan menggunakan kerangka analisis Neuman tersebut, dalam penelitian ini, fenomena sosial yang akan diteliti adalah kemampuan makanan tradisional Yogyakarta memajukan objek budaya dan memanfaatkannya, serta bagaimana fenomena tersebut dapat terjadi dan dipelajari.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis melakukan tiga langkah sistematis untuk menjelaskan fenomena pemanfaatan budaya tersebut. Pertama, penulis menentukan kerangka acuan utama dalam menyusun konsep penelitian, yaitu dengan menggunakan UUPK sebagai acuan konsep. Secara umum, Undang-Undang ini didesain untuk mengakomodir seluruh tujuan Pemajuan Kebudayaan pada setiap unsur sosial di masyarakat. Penelitian ini, membatasi sektor kuliner tradisional Yogyakarta sebagai subjek penelitian, dan mengerucutkan objek penelitian pada upaya Pemanfaatan OPK sebagai salah satu unsur Pemajuan Kebudayaan.

Kedua, upaya pemanfaatan dalam UUPK tersebut dikelompokkan dan diidentifikasi kedalam tiga aspek, diantaranya sejauh mana kuliner tradisional Yogyakarta mampu (1) membangun karakter bangsa, (2) meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hingga (3) peran aktifnya dalam meningkatkan pengaruh internasional melalui pemanfaatan OPK. Setelah mengidentifikasi aspek tersebut pada setiap kelompok kuliner tradisional, selanjutnya penulis akan mempelajari setiap dimensi dalam ketiga aspek tersebut. Peran kuliner tradisional Yogyakarta untuk membangun karakter bangsa, dilihat melalui dimensi (1) internalisasi nilai budaya, (2) kemampuan inovasi, (3) kemampuan adaptasi menghadapi perubahan, (4) komunikasi lintas budaya, hingga (5) kolaborasi antarbudaya. Pada aspek peran kuliner tradisional Yogyakarta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, penelitian ini akan berfokus pada keterkaitan kuliner tradisional Yogyakarta dalam kegiatan di bidang kebudayaan dan pariwisata. Sementara itu, peran kuliner tradisional Yogyakarta dalam meningkatkan pengaruh Indonesia dalam hubungan internasional, dilihat melalui dimensi diplomasi budaya dan peningkatan kerja sama internasional di bidang kebudayaan.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara semi-terstruktur dan observasi lapangan. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*,

melalui rekomendasi pengambil kebijakan daerah (sektor pariwisata, kebudayaan dan pembangunan daerah), serta pakar kebudayaan dan pariwisata di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, terdapat tiga kelompok kuliner tradisional Yogyakarta sebagai subyek, diantaranya kelompok minuman, makanan, dan rumah makan. Kelompok minuman tradisional terdiri atas Jamu Kiringan dan Wedang Uwuh. Kelompok makanan tradisional terdiri atas Roti Kembang Waru, Gudeg Yu Jum, dan Inkung Kualo. Sementara itu, kelompok rumah makan tradisional meliputi rumah makan Bale Raos dan Nanduto Homecooking.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil temuan lapangan, sektor kuliner tradisional Yogyakarta, baik dalam kelompok makanan, minuman, maupun rumah makan, memiliki peran konkret dalam membangun karakter budaya dan meningkatkan ketahanan bangsa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hingga perannya dalam meningkatkan peran aktif dan pengaruh Indonesia dalam hubungan internasional. Ketiga peran tersebut dijelaskan melalui beberapa dimensi sebagai berikut.

### Peran Kuliner dalam Membangun Karakter Budaya dan Meningkatkan Ketahanan Bangsa

#### 1. Internalisasi Nilai Budaya

Internalisasi nilai budaya adalah penanaman nilai-nilai dan norma-norma budaya dalam suatu masyarakat (Howard 2017 dalam Lynch 2020). Dalam kasus kuliner, penanaman nilai tersebut bahkan dapat mencakupi status sosial dan hubungan antar personal sebagai indikasi pemajuan budaya (Ma 2015). Kedekatan kuliner dengan budaya tradisional Yogyakarta membuat sektor ini memiliki banyak nilai yang diinternalisasi dalam ragam sajian makanan, minuman serta bentuk rumah makan. Salah satu internalisasi nilai yang terjadi di antaranya adalah nilai ikhtiar. Masyarakat tradisional Yogyakarta meyakini bahwa nilai ikhtiar diterapkan dalam wujud menjaga kesehatan melalui pengobatan tradisional secara sabar dan konsisten. Penerapan nilai ini terjadi pada jenis kuliner Jamu Kiringan dan Wedang Uwuh. Khasiat dari ragam resep alami, diceritakan melalui pendekatan *storytelling* kepada keturunannya dari waktu ke waktu. Pendekatan tersebut lalu dikemas dengan menggabungkan nilai kebersamaan dalam keseharian masyarakat adat ketika mengonsumsinya, baik dalam acara ritual tertentu maupun motivasi kebersamaan lainnya. Nilai tersebut diinternalisasi melalui cara penyajian kuliner, bentuk kuliner (porsi makan bersama) maupun tempat konsumsi yang dibuat mirip dengan suasana aslinya (makan bersama di tempat). Selain itu, nilai kebersamaan juga diinternalisasi melalui upaya komunikasi yang dibangun saat mengonsumsi produk kuliner. Seperti pada rumah makan Nanduto Homecooking, di mana pencerita terlibat dalam kegiatan makan bersama sambil membangun upaya komunikasi budaya kuliner melalui interaksi langsung.

Nilai keaslian, autentisitas, dan orisinalitas dari kuliner juga menjadi nilai budaya yang diinternalisasi dalam sajian. Seluruh informan dalam penelitian ini sepakat untuk tetap melestarikan resep asli kuliner meskipun sebagiannya telah melakukan adaptasi dan inovasi. Perubahan ini disampaikan kepada konsumen secara langsung maupun tidak. Pada penyampaian secara langsung, muncul nilai *intangible* yang ditampilkan oleh informan melalui nilai tata krama, ramah-tamah yang dikiaskan dalam cara penyampaian. Melalui upaya komunikasi yang dibangun, pelaku kuliner menginternalisasi nilai tersebut dalam proses komunikasi serta transaksi jual-beli yang dilakukan. Bentuk internalisasi nilai budaya tersebut tampak dalam wujud verbal (melalui komunikasi bahasa Jawa halus atau *kromo inggil*) seperti sapaan “*monggo pinarak*” untuk mempersilahkan pengunjung duduk, maupun secara visual (tampilan baju pelayan, hingga dialog dan dialek yang dituturkan) melalui pakaian adat tradisional. Upaya ini bertujuan untuk menanamkan citra ramah-tamah yang dianut oleh masyarakat tradisional Yogyakarta.

Selain itu, melalui sajian kuliner tradisional, nilai persahabatan juga tampak dalam komunikasi verbal mengenai cerita sejarah awal mula abdi dalem keraton membagikan resep asli kuliner tradisional Yogyakarta ke masyarakat luas. Melalui cara komunikasi tersebut, hubungan persahabatan antara Keraton dan masyarakat dicitrakan sangat erat, dekat dan saling mengayomi. Upaya untuk mencerminkan kedekatan dan persahabatan tersebut, diceritakan melalui pendekatan pelestarian budaya, dan peningkatan dampak ekonomi serta kesejahteraan rakyat sebagai akibat dari proses *transfer of knowledge* resep tradisional kuliner tradisional tersebut. Nilai tersebut diterapkan oleh setiap informan kuliner tradisional yang ditemui penulis, dimana nilai persahabatan ditunjukkan selama interaksi pembelian.

## 2. Peningkatan Adaptasi Menghadapi Perubahan

Adaptasi merupakan kolaborasi dari usaha pendatang dan penerimaan lingkungan setempat agar mencapai penerimaan budaya satu sama lain (Lusia 2015). Proses adaptasi penting dilakukan oleh kuliner tradisional, selain untuk memajukan kebudayaan, juga untuk mempertahankan nilai otentik sajian tersebut. Penulis menemukan dua alasan dasar mengapa proses adaptasi menjadi penting bagi pelaku kuliner tradisional dalam merespons dua perubahan, yaitu untuk menyesuaikan perubahan pasar dan melestarikan budaya melalui upaya pemanfaatan. Perubahan pasar menjadi faktor dominan yang melatarbelakangi proses adaptasi pelaku kuliner tradisional. Perubahan pola konsumen dengan beragam segmentasinya membuat pelaku kuliner tradisional perlu mengantisipasinya melalui perubahan nilai tambah. Para pelaku kuliner tradisional menyadari, menyajikan autentisitas kuliner tradisional saja tidak cukup menjadi nilai jual di tengah persaingan usaha saat ini. Oleh karena itu, mereka melakukan beragam inovasi. Munculnya bentuk inovasi tersebut disebabkan adanya perubahan ketertarikan konsumen terhadap sajian kuliner tradisional, dimana konsumen lebih memilih variasi sajian kuliner tradisional dengan beragam rasa, *photogenic* dari segi tampilan, instan dari sisi kemasan, menarik dari sisi penyajian dan ekonomis dari sisi harga. Sehingga, perubahan yang dilakukan pelaku kuliner tradisional bukan hanya dilakukan untuk menyesuaikan dan mempertahankan konsumen lama, namun juga membuka segmentasi pasar baru.

Selain perubahan terhadap pasar, mayoritas pelaku kuliner tradisional juga merasakan adanya pergeseran budaya kuliner tradisional khususnya di Yogyakarta. Pergeseran tersebut tampak pada beberapa sajian yang sebelumnya hanya dikhususkan untuk momen tertentu, namun saat ini telah dapat dinikmati oleh kalangan yang lebih luas. Seperti makanan yang hanya disajikan pada saat upacara adat, kini dapat dikonsumsi di luar acara tersebut. Pola adaptasi ini ditemui pada pelaku kuliner tradisional Roti Kembang Waru dan beberapa menu yang disajikan rumah makan Bale Raos. Guna mengakomodir perubahan tersebut, para pelaku kuliner tradisional melakukan inovasi waktu penyajian sebagai upaya adaptasi yang dilakukan.

## 3. Inovasi

Kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat dipicu oleh persaingan yang ketat, dan keutuhan untuk berinovasi. Bentuk inovasi yang dilakukan pun beragam, meskipun tujuan akhir dari upaya tersebut adalah kemampuan untuk bersaing hingga meningkatkan loyalitas dari produk kuliner itu sendiri (Hartelina 2018). Pada kuliner tradisional Yogyakarta, sebagai dampak dari adanya proses adaptasi terhadap pasar dan budaya tersebut, proses inovasi juga dilakukan melalui pemanfaatan OPK. Terdapat enam jenis inovasi yang ditemui pada sektor kuliner tradisional selama proses penelitian, yaitu (1) inovasi resep, komposisi dan bahan pauk; (2) inovasi konsumen; (3) inovasi waktu sajian; (4) inovasi tampilan sajian; (5) inovasi kemasan; dan (6) inovasi harga.

Salah satu inovasi yang paling sensitif dilakukan oleh pelaku kuliner tradisional adalah inovasi resep, komposisi, dan bahan baku. Pelaku kuliner tradisional harus menemukan titik temu dari dua kepentingan utama, yaitu autentisitas dan kebutuhan pasar. Inovasi ini dilakukan oleh hampir seluruh pelaku kuliner tradisional, meskipun proses perubahannya tidak selalu signifikan. Pada dasarnya, rasa dan kecocokan selera dalam kuliner tradisional bersifat relatif. Namun demikian, inovasi resep, komposisi dan bahan baku cenderung mengerucut pada dua karakteristik, yaitu inovasi yang sifatnya signifikan dan tidak signifikan. Inovasi resep, komposisi dan bahan baku yang tidak signifikan adalah bentuk inovasi yang hanya mengubah bahan baku, komposisi bumbu dan cara memasak, namun tidak mengubah rasa aslinya. Sebaliknya, perubahan yang signifikan terjadi jika inovasi yang dilakukan mengubah dan menciptakan rasa baru. Proses inovasi ini bersifat dinamis, dan mungkin saja dilakukan oleh pelaku kuliner tradisional di masa mendatang. Bentuk inovasi resep tersebut dilakukan pada informan Wedang Uwuh, Inkung dan Nandito Homecooking, yang selalu melakukan inovasi baik perubahan varian rasa, komposisi hingga bahan baku untuk mengikuti selera pasar

Dari sudut pandang konsumen, Sejarah budaya dan kedekatan filosofis adat-istiadat yang ada di Yogyakarta, menjadikan kuliner tradisional sebagai salah satu kekayaan budaya yang dimiliki. Beberapa jenis kuliner tradisional, awalnya hanya dapat dikonsumsi oleh beberapa kelompok saja. Namun, sebagai wujud proses adaptasi, saat ini penikmat dari sajian kuliner tradisional tersebut tidak hanya terbatas pada kelompok konsumen tertentu. Pada titik ini pelaku kuliner tradisional juga melakukan inovasi konsumen. Sebagai contoh, Jamu Kiringan dan Wedang Uwuh, awalnya hanya merupakan minuman yang khusus disajikan untuk tamu raja Mataram. Begitu juga dengan beberapa jenis makanan yang disajikan di rumah makan Bale Raos, yang hanya bisa dinikmati oleh keluarga Keraton. Saat ini, sajian tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Proses perluasan konsumen tersebut (khususnya pada jenis masakan asli keraton) sering kali diturunkan secara tidak langsung oleh abdi dalem Keraton kepada anak cucunya. Upaya tersebut selain dimaksudkan untuk memperluas penikmat kuliner tradisional, juga dimaksudkan untuk meningkatkan status ekonomi pelaku kuliner tradisional tersebut.

Menariknya, penulis mendapati sebuah konsep yang dilakukan oleh rumah makan Bale Raos, dimana beberapa sajian harus melalui persetujuan pihak Keraton sebelum dapat dijual dan disajikan. Terdapat beberapa menu sajian yang hingga saat ini hanya boleh disajikan dan dinikmati oleh anggota Keraton saja, baik diperuntukkan untuk penjamuan tamu, upacara, maupun kelompok kecil terbatas lainnya. Konsep ini diyakini bertujuan untuk menjaga kesakralan dari beberapa warisan budaya kuliner tradisional agar tetap autentik.

Sebaliknya, inovasi justru terjadi pada beberapa hal yang sakral terkait waktu penyajian kuliner tradisional. Yogyakarta terkenal dengan kekayaan tradisi musimannya, seperti upacara, *Slametan*, dan kegiatan tradisi yang hanya diselenggarakan pada kurun waktu tertentu. Kegiatan tersebut biasanya disertai dengan sajian kuliner tradisional yang berbeda pada setiap acara. Sebagai contoh, pada acara *Slametan* (kegiatan yang dilakukan untuk mensyukuri momen tertentu) biasanya terdapat sajian nasi Inkung. Tradisi tersebut juga terkait dengan budaya kuliner tradisional yang menyertainya. Saat ini makanan *seasonal* seperti Inkung dan beberapa lainnya, memanfaatkan bentuk inovasi tersebut, dimana waktu konsumsinya tidak lagi dibatasi oleh waktu dan acara tertentu.

Penulis juga menemui adanya upaya inovasi tampilan sajian kuliner tradisional sebagai salah satu wujud adaptasi terhadap pasar. Sebagai contoh, jika sajian asli Jamu menggunakan batok kelapa, saat ini jamu disuguhkan dalam wadah gelas kaca. Hal yang sama juga terjadi pada makanan

Ingkung Quali. Tampilan penyajiannya telah berubah dari bentuk aslinya. Dahulu Ingkung Quali disajikan dengan tampah beserta ragam pernak pernik lauknya, namun saat ini Ingkung Quali hanya disajikan dalam ukuran piring. Bentuk inovasi tampilan sajian ini dilakukan untuk lebih mempermudah dan mempercepat proses sajian. Selain tampilan, inovasi juga terjadi pada kemasan sajian. Inovasi kemasan dilakukan sebagai respons atas tingginya permintaan dan kebutuhan jangkauan pasar. Inovasi pengemasan dilakukan pelaku kuliner tradisional agar sajian kulinernya dapat dinikmati lebih lama, dan dijangkau oleh lebih banyak konsumen di berbagai tempat. Inovasi pengemasan bukan hanya dilakukan dengan mempertimbangkan fungsinya dalam melindungi sajian, namun juga ditujukan untuk pendekatan pemasaran. Selain itu, inovasi kemasan bukan hanya dilakukan pada kemasan luar sajian kuliner tradisional, namun dilakukan hingga mengubah wujud asli kulinernya. Sebagai contoh, Jamu yang penyajian aslinya berwujud cair, saat ini telah dimodifikasi kemasannya dalam bentuk kemasan kotak siap saji, baik cair, sirup maupun bubuk. Hal yang sama juga terjadi pada Gudeg, yang tidak lagi dikemas dalam kemasan konvensional seperti *besek* dan kertas kardus namun telah beralih pada kemasan kaleng.

Beragam inovasi yang telah dijelaskan sebelumnya, memiliki dampak pada perubahan harga sajian. Pada titik inilah pelaku kuliner tradisional melakukan inovasi harga. Perubahan harga tersebut dipengaruhi oleh semakin sederhana dan terjangkaunya kuliner tradisional bagi seluruh elemen masyarakat. Inovasi harga terjadi pada dua sisi. Pertama, menjadi semakin murah maupun mahal, dan kedua, dilakukan dengan sengaja maupun tidak. Faktor yang memengaruhi inovasi harga yang dilakukan tanpa sengaja biasanya disebabkan oleh keberadaan dan harga bahan baku sajian kuliner tradisional tersebut. Contohnya, perbedaan harga bahan baku tepung, mempengaruhi fluktuasi harga Roti Kembang Waru dahulu dan sekarang. Hal yang sama juga terjadi pada perbedaan harga bahan baku jahe (Wedang Uwuh), perbedaan harga ayam (Ingkung) dan lain sebagainya.

Selain pertimbangan naiknya harga bahan baku, harga ditentukan untuk membentuk segmentasi dan *positioning* produk kuliner tradisional dari sudut pandang bisnis. Semakin autentik dan dekat sebuah kuliner tradisional dengan unsur kebudayaan, semakin dinamis pelaku kuliner tradisional memosisikan dirinya lebih tinggi dan menetapkan harga jualnya diatas rata-rata. Hal ini dilakukan oleh pelaku kuliner tradisional dengan konsep rumah makan, yang telah menentukan sasaran pasar menengah atas. Hal tersebut tampak pada sajian menu autentik tradisional melalui dominasi pendekatan budaya disertai lingkungan rumah makan yang mendukung (ornamen, pakaian tradisional yang dikenakan pelaku, suasana keraton), yang pada akhirnya memengaruhi harga sajian.

#### 4. Komunikasi Lintas Budaya

Komunikasi lintas budaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda ras, etnik, atau sosio-ekonomi, atau gabungan dari semua perbedaan ini yang berkembang dan dianut oleh sekelompok orang dan berlangsung dari generasi ke generasi (Tubbs 1996 dalam Natsir dan Wati 2019). Dalam kasus kuliner tradisional, komunikasi lintas budaya merupakan bentuk penyampaian pesan yang dapat memperkuat karakter, identitas dan keragaman kulinernya (Utami 2018). Pada kasus kuliner tradisional Yogyakarta, terdapat beragam upaya komunikasi lintas budaya yang dilakukan pelaku kuliner tradisional Yogyakarta salah satunya adalah cara “menceritakan” (*storytelling*). Upaya ini mayoritas telah dilakukan oleh informan pelaku usaha kuliner tradisional. Setidaknya pelaku usaha akan menceritakan sejarah asli dari kuliner tradisional kepada konsumen. Beberapa pelaku usaha bahkan melakukan upaya komunikasi *storytelling* dengan lebih detail, seperti yang terjadi pada Nanduto *Homecooking* dan Jamu Karingan dimana terdapat *storytelling* tentang resep kuliner

tradisional dan cara pembuatannya. Proses *storytelling* juga disajikan dalam beragam cara, baik secara konvensional (pelaku menceritakan secara verbal kepada konsumen) maupun non-konvensional (melalui kegiatan tur wisata dan praktik pembuatan). Permasalahan muncul ketika beberapa hanya menceritakan sejarah kuliner tradisional jika diminta (jika konsumen bertanya) dan tidak dilakukan secara otomatis sebagai bagian dari pelayanan konsumen.

Upaya komunikasi lintas budaya lain yang dilakukan sektor kuliner adalah pencatatan dan pembukuan untuk tetap melestarikan resep tradisional asli kuliner tradisional. Upaya ini diinisiasi oleh berbagai pihak seperti keraton, budayawan, akademisi serta pemerintah. Upaya ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengetahuan, pelestarian dan pemanfaatan budaya kuliner tradisional Yogyakarta, sehingga nilai budaya dan makna yang ditanamkan dalam kuliner tradisional dapat memperkuat jati diri bangsa, dan mampu mempertahankan identitas budaya. Namun yang menarik, tidak semua resep asli masakan yang disajikan oleh keraton dibukukan dan dipublikasi secara umum (sepaimana yang disampaikan oleh informan rumah makan Bale Raos). Terdapat beberapa sajian kuliner tradisional yang masih dijaga autentisitasnya agar hanya tetap lestari di kalangan keraton. Hal ini didasari atas beragam pertimbangan tertentu, seperti kesakralannya, momentum sajiannya hingga alasan personal lainnya.

Selain kedua upaya di atas, dukungan pemerintah untuk memperluas jangkauan kuliner tradisional Yogyakarta dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan pembuatan sajian kuliner tradisional. Mayoritas pelaku kuliner tradisional telah mengikuti kegiatan pendidikan dan pelatihan sebagai narasumber pembuatan sajian kuliner tradisional. Kegiatan yang diinisiasi oleh pemerintah daerah Yogyakarta tersebut diharapkan dapat memunculkan penerus pelaku usaha kuliner tradisional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya tersebut perlu didukung dengan melibatkan pendidikan formal sehingga pengetahuan mengenai kuliner tradisional Yogyakarta dapat masuk dalam kurikulum pendidikan formal. Hal ini dimaksudkan agar kuliner tradisional Yogyakarta dapat dipelajari oleh generasi penerus bangsa, sebagai upaya untuk mempertahankan identitas budaya.

Pendekatan komunikasi lain yang dilakukan adalah melalui upaya komunikasi media sesuai dengan segmentasi dan perkembangan pasar. Mayoritas informan telah memanfaatkan bentuk media baru sebagai sarana berkomunikasi sebagai konsekuensi dari pola adaptasi terhadap pasar. Selain pertimbangan pasar, pemanfaatan media sosial juga menjadi sarana edukasi budaya melalui keragaman kuliner tradisional yang dimiliki oleh Yogyakarta. Namun yang menarik, pada kasus Wedang Uwuh dan Roti Kembang Waru, upaya komunikasi dan pemasaran yang dilakukan sangat minim, bahkan dapat dikatakan terjadi secara tidak sengaja (hanya mengandalkan pemasaran mulut ke mulut). Meskipun dilakukan secara minimalis, keduanya tetap menjadi ikon kuliner tradisional di Yogyakarta hingga saat ini. Perlu adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui sebab anomali dari situasi tersebut.

Pendekatan lain yang berhubungan erat dengan kegiatan wisata, adalah adanya paket wisata kuliner tradisional. Melalui paket wisata kuliner tradisional, pelaku mendapatkan beragam manfaat, termasuk komunikasi yang terjalin secara lintas budaya. Paket wisata menjadi nilai tambah yang dilekatkan pelaku kuliner tradisional Yogyakarta sebagai tujuan wisata yang sifatnya ikonis. Melalui pendekatan paket wisata tersebut proses komunikasi budaya dua arah antara konsumen (wisatawan) dengan pelaku usaha dapat terjadi baik secara langsung (verbal) maupun tidak langsung (visual).

## 5. Kolaborasi antarbudaya

Kolaborasi juga terjadi pada sektor kuliner tradisional. Kolaborasi tersebut bertujuan untuk memperkuat budaya, serta menjadi perantara *image* destinasi tempat kuliner tradisional tersebut berada (Mohamed *et al.* 2020). Dalam penelitian ini, tujuan tersebut juga tampak pada kuliner tradisional Yogyakarta. Proses kolaborasi terjadi melalui akulturasi jenis, ragam, dan cita rasa kuliner tradisional juga terjadi akibat adanya proses adaptasi pelaku usaha terhadap konsumen dari beragam daerah dan selera. Proses ini terjadi dengan mendekatkan rasa asli sajian kuliner tradisional dengan selera yang disukai oleh pasar melalui munculnya varian rasa baru. Proses akulturasi tersebut diharapkan dapat membuat pelaku kuliner tradisional bersaing dengan banyaknya sajian kuliner kontemporer maupun modern saat ini.

Selain rasa, untuk menarik minat konsumen, beberapa pelaku kuliner tradisional melakukan kolaborasi antar budaya melalui penyajian kuliner tradisional yang secara langsung menandakan terjadinya proses akulturasi budaya. Dalam kasus rumah makan Bale Raos, tampilan kuliner tradisional lempeng disajikan mirip dengan Sushi (Jepang). Selain proses kreatif yang terjadi untuk menarik minat pasar, pelaku usaha juga melakukan upaya komunikasi edukatif untuk tetap menjelaskan bentuk asli lempeng tradisional Yogyakarta saat penyajian. Menariknya pada Gudeg Yu Jum, terdapat kebijakan untuk menghindari terjadinya proses akulturasi sajian kuliner tradisional. Pelaku ingin menjaga keaslian kemasan dengan tetap menggunakan *besek* dan sengaja menghindari penggunaan kemasan modern untuk tetap menjaga autentisitas sajian kuliner tradisional. Penulis juga menemukan proses akulturasi pilihan alat makan dan minum di lingkungan keraton sudah terjadi sejak dahulu dimana peralatan tersebut banyak dipengaruhi oleh peralatan makan Belanda seperti jenis gelas, beragam pilihan sendok dan mangkuk, dan sebagainya.

### Peran Kuliner tradisional dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Mayoritas pelaku kuliner tradisional memiliki pemahaman yang baik tentang sejarah dan asal usul kuliner tradisional yang dilakoninya. Namun demikian, tidak semuanya menceritakan alur sejarah kuliner tradisional secara diakronis (sesuai alur historisnya). Beberapa menceritakannya secara sinkronis (diceritakan dalam periode waktu yang terbatas dan tidak utuh). Pemahaman ini terjadi meskipun informan tidak memiliki pengetahuan konseptual tentang adanya UUPK. Seluruh Informan juga telah memiliki pemahaman yang baik mengenai hubungan antara sektor kuliner tradisional dengan sektor pariwisata di Yogyakarta. Mereka sadar bahwa pelaku kuliner tradisional membutuhkan wisatawan sebagai konsumen, sebagaimana sektor kuliner tradisional membutuhkan citra destinasi yang baik agar wisatawan datang.

### 1. Pemanfaatan OPK dalam Kegiatan di Bidang Kebudayaan

Berdasarkan pengamatan selama penelitian, keterkaitan kuliner tradisional dengan pemajuan kebudayaan terdapat pada aspek pemanfaatan OPK Manuskrip, adat-istiadat, pengetahuan tradisional, teknologi tradisional dan bahasa. Terdapat ragam pemanfaatan OPK pada produk kuliner tradisional Yogyakarta salah satunya manuskrip. OPK ini disajikan dalam setiap sajian menu beraksara Jawa yang disandingkan dengan menu berbahasa Indonesia, beserta cara membacanya. Pemanfaatan manuskrip tersebut juga didukung dengan penjelasan verbal oleh penyaji ketika konsumen bertanya dan menginginkan penjelasan manuskrip tersebut.

OPK adat-istiadat juga diangkat dan dimanfaatkan melalui sajian kuliner tradisional. Bentuk pemanfaatannya tampak pada nilai dan kebiasaan makan di keraton, serta kebiasaan makan dan masak bersama masyarakat Yogyakarta. Nilai dan kebiasaan tersebut selain ditampilkan melalui bentuk dan ragam menu makanan, juga tampak pada tata cara dan sopan santun pelayan ketika

menghidangkan sajian kuliner tradisional. Menariknya, kedua pemanfaatan yang disebutkan sebelumnya, secara tidak langsung merupakan bagian dari OPK pengetahuan tradisional. Seluruh informan dalam penelitian ini memanfaatkan OPK pengetahuan tradisional dalam setiap sajian kuliner tradisional mereka. Pemanfaatan tersebut tampak pada resep yang diperoleh secara turun-temurun, pengetahuan mengenai manfaat dan khasiat sajian kuliner tradisional, serta pengetahuan mengenai kekayaan alam Yogyakarta sebagai bahan bakunya. Pelaku kuliner tradisional juga memanfaatkan OPK teknologi tradisional. Pada kelompok rumah makan, rupa replika Candi Mendut dan hiasan khas keraton menjadi nilai tambah yang unik. Kelompok ini juga berinteraksi dengan konsumen melalui aktivitas “makan bersama”. Dalam interaksi inilah pengetahuan mengenai teknologi tradisional candi dan ornamen keraton diceritakan. Meskipun kontemporer, beberapa unsur candi memang didesain mirip dengan ornamen yang terdapat di candi mendut.

Selain pemanfaatan manuskrip, informan rumah makan Bale Raos juga menyajikan OPK bahasa dalam penyajiannya yang diaplikasikan melalui penggunaan bahasa Jawa halus (*kromo inggil*) secara verbal. Meskipun demikian, tidak seluruh percakapan menggunakan bahasa Kromo Inggil halus. Seringkali penggunaannya disesuaikan dengan konsumen dan dilakukan jika sedang menjelaskan arti manuskrip Aksara Jawa kepada konsumen yang bertanya.

## **2. Pemanfaatan OPK dalam Kegiatan di bidang Kepariwisata**

Dari sudut pandang pemanfaatan OPK di bidang kepariwisataan, penelitian ini menggolongkan hubungan pemanfaatan pada bidang pariwisata kedalam dua kelompok. Diantaranya adalah pelaku yang berorientasi pada pemanfaatan OPK, dan pelaku yang berorientasi pada sektor pariwisata. Kelompok yang berorientasi pada OPK terdiri atas tiga kategori lanjutan, diantaranya adalah pelaku yang menjadikan OPK sebagai motivasi utama, menjadikannya sebagai motivasi sampingan, maupun kategori yang menggabungkan keduanya.

Kategori pertama adalah pengusaha kuliner tradisional yang menjadikan OPK sebagai motivasi utama usaha. Kelompok ini memiliki tujuan awal untuk melestarikan budaya kuliner tradisional yang ada di Yogyakarta melalui pemanfaatan OPK yang bernilai ekonomi. Informan yang masuk dalam kategori ini lebih mementingkan komponen OPK yang diangkat, meskipun tidak mengesampingkan perkembangan pasar saat ini, sehingga, apapun bentuk inovasi yang dilakukan untuk beradaptasi terhadap ragam bentuk perubahan, didasari atas motivasi budaya sebagai pertimbangan utama. Informan yang masuk dalam kategori ini adalah, jenis kuliner tradisional minuman Jamu Kiringan, makanan Roti Kembang Waru, Gudeg Yu Jum, serta jenis rumah makan Bale Raos.

Kategori kedua adalah informan pelaku kuliner tradisional yang menjadikan budaya sebagai motivasi sampingan. Dengan berorientasi pada penambahan nilai ekonomi, informan memanfaatkan OPK sebagai nilai tambah ekonomi terhadap produk kuliner tradisionalnya. Kelompok ini seringkali melakukan inovasi yang berpotensi mengubah bentuk asli sajian kuliner tradisional dan lebih berorientasi pada pasar. Sebagai contoh pada informan Wedang Uwuh, beberapa jenis bahan baru telah diganti dan dimodifikasi sehingga cenderung memberikan rasa dan penamaan baru bagi sajian. Begitu pula pada informan Inggung Kualu, penambahan rasa yang terlalu variatif sebagai upaya untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, membuat resep asli, sejarah, hingga penyajian asli Inggung Kualu berpotensi tidak dapat tersampaikan dengan baik.

Kategori ketiga adalah pelaku kuliner tradisional yang menggabungkan kedua motivasi tersebut. Kelompok ini menjadikan pemanfaatan budaya dan pasar sebagai motivasi yang saling berdampingan sehingga setiap inovasi yang dilakukan selalu berorientasi pada keduanya. Sebagai contoh, Nanduto *Homecooking* menyajikan sajian asli masakan tradisional dalam beragam variasi, inovasi hingga perubahan bentuk, penyajian dan rasa. Meskipun demikian, melalui konsep makan bersama antara konsumen, koki, dan pemilik usaha, upaya komunikasi untuk menceritakan resep, sejarah, rasa asli dari makanan yang disajikan berjalan dengan baik.

Selanjutnya, pada golongan pelaku yang berorientasi pada pariwisata, dapat dikategorikan dalam dua kategori tambahan. Kategori pelaku yang menjadikan pariwisata sebagai nilai utama, dan kelompok yang menjadikannya sebagai nilai tambah.

Kelompok yang menjadikan pariwisata sebagai nilai utama, biasanya merupakan pelaku dengan jenis kuliner tradisional yang telah menjadi ciri khas daerah tersebut. Kelompok ini biasanya telah diakui oleh wisatawan, dan memiliki citra yang melekat erat pada daerah dimana kuliner tradisional tersebut berada. Jenis kuliner tradisional ini menjadi motivasi utama wisatawan berkunjung ke daerah tersebut. Informan yang masuk dalam kategori ini adalah Gudug Yu Jum, dan rumah makan Bale Raos. Kedua informan ini telah memiliki citra yang erat dengan Yogyakarta, sehingga tidak jarang motivasi utama wisatawan berkunjung ke Yogyakarta adalah untuk datang dan menikmati sajian kuliner tradisionalnya.

Kelompok kedua adalah kuliner tradisional yang menjadi nilai tambah pariwisata dari destinasi Yogyakarta, maupun secara khusus di daerah sajian kuliner tradisional tersebut berasal. Keberadaan sajian kuliner tradisional ini memperkuat dan melengkapi kekuatan daya tarik yang dimiliki oleh destinasi, sehingga wisatawan yang datang memiliki tujuan tambahan untuk menikmati sajian kuliner tradisional tersebut. Sebagaimana yang dilakukan Informan Jamu Kiringan, Wedang Uwuh, Inkung Kualo, Roti Kembang Waru dan Nanduto *Homecooking*. Namun demikian, kedua pengelompokan tersebut tidak bersifat absolut. Dalam beberapa situasi dan kelompok pasar, kedua motivasi tersebut tidak memiliki batas yang jelas. Motivasi konsumen untuk menikmati sajian kuliner tradisional terkadang menjadi motivasi utama, meskipun kuliner tradisional dapat menjadi motivasi tambahan. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik pasar, dan beberapa faktor penentu lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

### **Peran Kuliner Tradisional dalam Meningkatkan Peran Aktif dan Pengaruh Indonesia dalam Hubungan Internasional.**

Hubungan Internasional dapat didefinisikan sebagai aktivitas politik yang melibatkan interaksi antara dua atau lebih negara (Khan 2019). Jenis diplomasi ini dilakukan pada tingkat formal dan informal (Chapple-Sokol 2013) dan lebih ditekankan pada hubungan pemerintah ke masyarakat dan masyarakat ke masyarakat (Ayu 2016 dalam Sinulingga 2017). Pentingnya diplomasi budaya tersebut, juga perlu dilakukan secara berkala dan berkelanjutan, sehingga tercipta pemahaman bersama. Salah satunya melalui Diplomasi Kuliner (*Gastrodiplomacy*).

Terkait hal tersebut, penulis menemukan dua jenis diplomasi yang dilakukan, yaitu Diplomasi Budaya dan gabungan antara budaya dan kuliner (*Gastrodiplomasi*). Namun, penulis menemukan mayoritas pelaku tidak menyadari adanya proses *Gastrodiplomasi* tersebut, meskipun mereka secara tidak sadar telah melakukannya. Pertukaran budaya yang tidak disadari tersebut, salah satunya muncul dari interaksi pelaku dengan wisatawan yang datang. Meskipun, pertukaran budaya tersebut tidak terjadi dengan signifikan. Diplomasi Budaya dapat

memunculkan hubungan antar masyarakat dunia (Wibowo 2011 dalam Sinulingga 2017), yang pada akhirnya dapat memajukan kebudayaan Yogyakarta di tingkat internasional.

Sebagai contoh, pelaku kuliner tradisional Jamu Kiringan, Wedang Uwuh, dan Roti Kembang Waru berinteraksi dengan wisatawan melalui kegiatan tanya-jawab dan kegiatan dalam lingkup wisata edukasi. Namun, hanya pelaku kuliner tradisional Jamu Kiringan dan Wedang Uwuh yang terbuka untuk mengungkap resep, komposisi, bahan baku hingga cara pembuatan, meskipun tanpa paket wisata khusus. Sedangkan pelaku kuliner tradisional Roti Kembang Waru hanya menceritakan sejarah dan bahan baku kuliner tradisional secara umum, namun tidak melibatkan wisatawan dalam pembuatan produknya. Pelaku hanya melibatkan wisatawan dalam proses pembuatan, jika aktivitas kuliner tradisional tersebut masuk dalam paket wisata.

Berbeda dengan kasus pelaku kuliner tradisional Gudeg Yu Jum. Meskipun kuliner tradisional ini menjadi ikon Gastrodiplomasi Yogyakarta yang banyak disajikan pada acara-acara kenegaraan (sebagai ciri khas kuliner tradisional Yogyakarta), namun pemilik Gudeg Yu Djum cabang Yogyakarta cenderung tidak ingin terlibat jauh dengan aktivitas pemerintahan. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya keterlibatan informan dalam kegiatan-kegiatan pameran dan lebih tertarik untuk berjualan dan mengembangkan usahanya secara mandiri. Pada kuliner tradisional Inkgung Quali, Diplomasi Budaya dilakukan secara tidak langsung melalui kehadiran suasana makan bersama yang merupakan budaya rakyat Indonesia. Pendekatan Gastrodiplomasi yang dilakukan juga terjadi secara acak dan tidak disengaja, dimana pertukaran kebudayaan seringkali hanya terjadi satu arah, dan dilakukan jika ada permintaan konsumen.

Menariknya, pada pelaku kuliner tradisional Bale Raos dan Nanduto *Homecooking*, proses Gastrodiplomasi sudah sangat baik diterapkan. Berbeda dengan pelaku lainnya, kedua pelaku tersebut sangat menyadari pentingnya Gastrodiplomasi sebagai salah satu proses pemajuan budaya. Sejak awal, keduanya juga telah menargetkan konsumen yang akan datang, dari kalangan menengah ke atas, pejabat negara, wisatawan domestik dan mancanegara. Sehingga, proses pertukaran budaya yang dilakukan pada target konsumen, disampaikan secara terkonsep melalui seluruh perangkat serta aktivitas kuliner tradisional yang terjadi dan dimiliki. Mulai dari ragam menu, cara cerita dinarasikan, bentuk inovasi, hingga internalisasi nilai-nilai budaya, seluruhnya disampaikan secara terukur dan komunikatif. Hal tersebut dapat terjadi, selain karena pemahaman yang baik dari pelaku kuliner tentang pentingnya Gastrodiplomasi bagi keberlangsungan hubungan antara kuliner tradisional, budaya dan pariwisata, juga adanya kesadaran tentang tingginya nilai jual kuliner tradisional yang dimiliki dimana hal tersebut tampak pada ketatnya standar kuliner tradisional yang dijaga dalam hubungan Gastrodiplomasi di kancah internasional.

## **SIMPULAN**

Sektor kuliner tradisional Yogyakarta mempunyai peran yang signifikan dalam pengembangan kepariwisataan dan Pemajuan Kebudayaan. Peran tersebut tampak dari kemampuannya untuk memanfaatkan unsur budaya dalam membangun karakter bangsa dan meningkatkan ketahanan budaya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hingga meningkatkan peran aktif dan pengaruh Indonesia dalam Hubungan Internasional. Pelaku Kuliner tradisional di Yogyakarta, juga memiliki pemahaman yang baik tentang hubungan sektor kuliner tradisional dengan kepariwisataan melalui pemanfaatan OPK yang melekat pada setiap produk yang dihasilkan. Selain itu, tingkat responsivitas mereka terhadap perubahan pasar dan budaya, terlihat dengan baik melalui upaya inovasi dan adaptasi.

Selama penelitian, ragam OPK yang melekat pada kuliner tradisional Yogyakarta, meliputi manuskrip, adat istiadat, pengetahuan tradisional, teknologi tradisional, dan Bahasa, dimanfaatkan secara penuh melalui beragam pendekatan komunikasi, yang berorientasi pada pemanfaatan OPK maupun pariwisata. Namun, diantara upaya komunikasi tersebut, kekuatan utama serta peluang terbaik untuk memajukan kebudayaan kuliner tradisional Yogyakarta secara lintas budaya, adalah melalui *storytelling*. Dengan *storytelling*, konsumen dapat mengetahui makna dibalik sajian kuliner tradisional, melalui interaksi langsung maupun tidak langsung. Namun, *Storytelling* yang saat ini telah dilakukan, perlu lebih dijaga kualitas dan konsistensinya, mengingat saat ini, penyajian kuliner dengan *storytelling* belum dilakukan secara maksimal, bahkan sebagiannya dilakukan tanpa sengaja, tanpa ditunjang dengan pemahaman yang baik tentang aplikasi pemanfaatan unsur budaya.

Penelitian ini merekomendasikan agar upaya inovasi dan adaptasi yang dilakukan oleh informan perlu lebih diseimbangkan agar tidak condong berlebihan pada salah satu kepentingan, baik budaya, pariwisata maupun ekonomi. Selain menjaga idealismenya untuk tetap mempertahankan unsur budaya melalui autentisitas sajian kuliner tradisional, pelaku juga harus mempertimbangkan permintaan pasar dan pertimbangan nilai ekonomi pada produk kuliner tradisionalnya. Ketidakseimbangan pada salah satu kepentingan dapat membuat produk kuliner tradisional cenderung mengarah pada komodifikasi budaya berlebihan, keterbukaan berlebihan pada budaya luar (melalui wisatawan), hingga terkikis dan tidak lestarinya nilai kesakralan budaya Yogyakarta. Pemerintah daerah terutama yang beririsan dengan kebudayaan, pariwisata dan produk kreatif, perlu menemukan cara untuk menyeimbangkan hal tersebut, sekaligus mencegah terjadinya kontradiksi ketika salah satu kepentingan tersebut menjadi lebih dominan.

Limitasi dalam penelitian ini membuka kemungkinan ditemukannya unsur budaya yang melekat pada ragam kuliner tradisional lain, sehingga secara horizontal perlu penelitian lanjutan untuk membuktikan kemampuan kuliner tradisional Yogyakarta dalam memajukan kebudayaan di luar ragam yang telah dibahas sebelumnya. Selain itu, secara vertikal, penelitian ini dapat dilakukan di destinasi wisata, provinsi dan area lain dengan menggunakan metode serupa guna menemukan sejauh mana hubungan mutualisme antara kebudayaan, sektor kuliner tradisional dan kepariwisataan, dalam mendukung pemajuan kebudayaan melalui pemanfaatan sepuluh OPK.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chapple-Sokol, S. 2013. "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds." *The Hague Journal of Diplomacy* 8 (2), 161-183. DOI: 10.1163/1871191X-12341244.
- Guiné, R. P. F., S. G. Florença, M. J. Barroca, dan O. Anjos. 2021. "The Duality of Innovation and Food Development Versus Purely Traditional Foods." *Trends in Food Science & Technology*, 109, 16-24. DOI: 10.1016/j.tifs.2021.01.010.
- Harsana, M., M. Baiquni, E. Harmayani, dan Y. A. Widyaningsih. 2019. "Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta." *Home Economics Journal* 2 (2), 40-47. DOI: 10.21831/hej.v2i2.23291.
- Hartelina, H. 2018. "Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Bisnis Kuliner Melalui Inovasi Produk dan Inovasi Proses." *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik dan Niaga* 18, 60. DOI: 10.31961/intekna.v18i1.554
- Hartog, A. D. 1986. "Diffusion of Milk as a New Food to Tropical Regions: The Example of

- Indonesia 1880-1942." *Netherlands Milk and Dairy Journal* 41, 359-360.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 - Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2020. "Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024." Dalam *Kemenparekraf*.
- Khan, A. 2019. *International Relations Introduction* (Issue November).
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kurniawan, F. 2010. "Potensi Wisata Kuliner dalam Pengembangan Pariwisata di Yogyakarta." Surakarta: Universitas Sebelas Maret, Surakarta. DOI: 10.30596%2Fjrab.v12i1.402
- Lembaran Negara Republik Indonesia. 2017. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan*. <https://pemajuankebudayaan.id/undang-undang/>
- Lembaran Negara Republik Indonesia. 2019. *Perpres Nomor 70 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. <https://peraturan.go.id/common/dokumen/ln/2019/ps97-2019.pdf>
- Lusia, S. S. U. 2015. "Teori-teori Adaptasi Antar Budaya." *Jurnal Komunikasi* 7 (2). DOI: 10.24912/jk.v7i2.17
- Lynch, M. 2020. "The Cultural Internalization Scale: Assessing Internal and External Reasons for Endorsing One's Cultural Identity." *Education & Self Development*, 38-55. DOI: 10.26907/esd15.1.04.
- Ma, G. 2015. "Food, Eating Behavior, and Culture in Chinese Society." *Journal of Ethnic Foods* 2. DOI: 10.1016/j.jef.2015.11.004.
- Mohamed, M. E., M. Hewedi, X. Lehto, dan M. Maayouf. 2020. "Marketing Local Food and Cuisine Culture Online: A Case Study of DMO's Websites in Egypt." *International Journal of Tourism Cities* 6 (4), 1045-1068. DOI: 10.1108/IJTC-05-2019-0067.
- Natsir, M. J. dan L. Wati. 2019. "Komunikasi Antar Budaya."
- Neuman, W. L. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- OECD. 2009. "The Impact of Culture on Tourism." OECD, oecd.org.
- OECD. 2012. "OECD Studies on Tourism -Food and the Tourism Experience." Dalam *The OECD-Korea Workshop*. OECD Publishing.
- OECD. 2014. "OECD Tourism and the Creative Economy." Dalam *OECD Studies on Tourism*.

- Penjelasan Atas UU No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, BPK.go.id 1 (2019).
- Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Yogyakarta tahun 2015-2025, BPK.go.id 1. 2015.
- Prabangkara, H. S. 2018. "Kuliner Yogyakarta, dari Identitas ke Komoditas." *Lensa Budaya* 13 (2), 110-122. DOI: 10.34050/jlb.v13i2.5315.
- Ramdhani, S. 2020. "Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Keragaman Budaya dalam Perspektif Antropologi." *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 5 (1), 83-100. DOI:10.24235/empower.v5i1.6300.
- Setiawan, D. 2016. "Menpar Percepat Pengembangan 10 Destinasi Wisata. Industri." *kontan.co.id.*, 13 April.
- Sinulingga, S. P. 2017. "Diplomasi Kebudayaan Indonesia terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (Gastrodiplomacy) Tahun 2010-2016." *JOM FISIP* 4 (2), 1-14.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia, *jdih.mkri.id* 1 (1945).
- UNESCO. 2021. "Listing of ICH and Register." *unesco.go.id.*
- Utami, S. 2018. "Kuliner sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya." *CoverAge: Journal of Strategic Communication* 8 (2), 36-44. DOI: 10.35814/coverage.v8i2.588.
- Wijaya, S. 2019. Indonesian Food Culture Mapping: A Starter Contribution to Promote Indonesian Culinary Tourism." *Journal of Ethnic Foods* 6 (9). DOI: 10.1186/s.42779-019-0009-3
- Wijayanti, A. 2020. "Wisata Kuliner sebagai Strategi Penguatan Pariwisata di Kota Yogyakarta Indonesia." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata dan Budaya* 11 (1), 74-82. DOI: 10.31294/khi.v11i1.7998.
- Zahrulianingdyah, A. 2018. "Kuliner sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal." *Teknobuga* 6 (1), 1-9. DOI: 10.1529/jtbb.v6i1.16667.