

[SNP – 26]

Gastronomi Kuliner Etnik Palembang dalam Menghadapi Globalisasi

Yenodra Daffa Syaputra^{1*}, Mohammad Ghozali Moenawar¹

¹Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Al Azhar Indonesia,
Jl. Sisingamangaraja, Kompleks Masjid Agung Al Azhar, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12110

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: yenodra2016@gmail.com

Abstract – One way to increase regional income is with a product that can be sold to all groups. Indonesia as a diverse country has a variety of culinary flavors that allow it to be developed through the concept of cultural gastronomy as one of the factors for tourists in choosing the area they want to go to. By focusing on Palembang, South Sumatra which has pempek as a product and identity that symbolizes this region. This research aims to find out the symbolic meaning of cultural gastronomy in the Palembang area and this product as an attraction and increase the economy in the Palembang area. The theories used in this research are cultural gastronomy and culinary communication. While the method used is a case study, by having several pempek sellers in Palembang and interviews through online media with in-depth interviews with sources related to the research objectives. The researcher's conclusion, in cultural gastronomy in Palembang makes pempek as a product that is not only a culinary but as an identity and has an existence in all circles, with the cultural communication process said that this happens because of the existing culinary flavors, so that pempek can be used as an economic sector by the people of Palembang.

Keywords – *Gastronomi, Culinary, Palembang*

Abstrak – Salah satu cara untuk meningkatkan pemasukan daerah dengan adanya suatu produk yang dapat dijual ke seluruh kalangan. Indonesia sebagai negara yang beranekaragam memiliki berbagai cita rasa kuliner yang memungkinkan untuk dikembangkan melalui konsep gastronomi budaya sebagai salah satu faktor bagi wisatawan dalam memilih daerah yang ingin dituju. Dengan berfokus pada daerah Palembang, Sumatera Selatan yang memiliki produk pempek sebagai sebuah produk dan identitas yang melambangkan daerah ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna simbolik gastronomi budaya pada daerah Palembang dan produk ini sebagai daya tarik serta menaikkan perekonomian di daerah Palembang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah gastronomi budaya dan komunikasi kuliner. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, dengan memiliki beberapa penjual pempek yang ada di Palembang dan wawancara melalui media daring dengan wawancara mendalam dengan narasumber terkait dengan tujuan penelitian. Kesimpulan peneliti, dalam gastronomi budaya di Palembang menjadikan pempek sebagai produk yang tidak hanya sebuah kuliner tetapi sebagai identitas dan memiliki eksistensi di semua kalangan, dengan proses komunikasi budaya dikatakan bahwa hal ini terjadi karena adanya cita rasa kuliner yang ada, sehingga pempek dapat dijadikan sektor perekonomian oleh masyarakat Palembang.

Kata Kunci – *Gastronomi, Kuliner, Palembang*

PENDAHULUAN

Keberadaan macam kuliner di Palembang, Sumatera Selatan, pempek menjadi salah satu makanan yang memiliki eksistensi sampai dengan saat ini. Dengan adanya temuan dimulai dari zaman kerajaan Sriwijaya, pempek tertulis di Prasasti Talangtuo adalah tanaman sagu telah digunakan oleh masyarakat pada zaman tersebut pada abad ke-7 masehi atau 684 masehi. Dari zaman tersebut hingga saat ini kuliner khas Palembang tidak hanya menjadi sajian, tetapi menjadi simbol bagi daerah Palembang. [1]

Dengan kemajuan teknologi dan informasi saat ini, pempek masih digemari dan banyak penjual menggunakan daring untuk memasarkan makanan tersebut. Karena adanya teknologi dan informasi berkat globalisasi, banyaknya perubahan yang besar dan berdampak dengan perilaku konsumen. Peningkatan masyarakat dan kemudahan informasi menjadikan pilihan kuliner menjadi beralih, masyarakat juga secara tidak langsung mengikuti tren sosial media dengan mengikuti makan makanan asing dan menggeser kuliner lokal. Dari hal tersebut menjadikan tantangan bagi pelaku usaha di Indonesia terutama Palembang untuk tetap konsisten untuk mempertahankan kuliner pempek yang semakin kompetitif. [1]

Kuliner di Palembang tidak lepas dari adanya sejarah yang kuat di masyarakat, tradisi kuliner pempek yang terbuat dari ikan dan sagu merupakan sebuah simbol dari kuliner yang berkelanjutan hingga saat ini dengan rasa, tekstur, dan nilai historis dengan menggabungkan dari beberapa elemen. Cara penyajian pempek dengan cuko pedas, untuk menambah cita rasa dari pempek dan orang Palembang asli menggunakan cuko hanya sedikit hanya di celupkan tidak sampai basah, dan dimakan. Walaupun cara makan yang berbeda, cita rasa dari sebuah pempek yang di celupkan cuko tetap sama enaknya. [1].

Keberadaan pempek dalam acara daerah dan perayaan diperkuat dengan adanya warisan budaya dan harus menjadi kuliner yang berkelanjutan agar terus dilestarikan. Seiring berjalannya waktu, pempek menjadi beraneka ragam dan berbagai inovasi, dengan perkembangan zaman, pempek tidak hanya diisi oleh telur namun dipadukan dengan sosis, keju, daging ayam, dan sebagainya. Inovasi tersebut dipadukan dengan komunikasi kuliner. bahwa komunikasi antar budaya adalah situasi komunikasi yang dilakukan antar seorang

maupun kelompok yang dilakukan dengan adanya perbedaan terkait asal-usul budaya. [2]

Dalam perspektif gastronomi, pempek dilihat tidak hanya dari sekadar makanan, namun dapat mencerminkan sebuah identitas masyarakat Palembang dan makna simbolik dari sebuah kuliner, setiap kuliner memiliki makna simbolik dan gastronomi budaya sehingga menciptakan cita rasa kuliner. [3]

Setiap jenis pempek mengandung sejarah dan cita rasa kuliner yang berbeda sehingga dapat dirasakan hingga saat ini karena keunikan rasanya. [1] Proses pembuatan pempek cukup sulit, maka setiap pembuatnya harus memiliki keterampilan dan teknik agar jadilah sebuah pempek yang utuh dan dapat dimakan. Dari identitas dan simbol maka dilihat dari pempek kapal selam yang diisi telur menggambarkan bahwa masyarakat dalam menggunakan bahan alam atau hasil ternak, pempek lenjer memiliki makna yang sederhana bahwa dari pempek yang digulung dapat disoroti dengan hidup yang sederhana dan tradisi masyarakat mengedepankan konsep kesederhanaan. [4]

Extraordinary dalam sebuah simbol daerah, terletak dari bagaimana sajian pempek berbeda dengan dari daerah asli pempek dan daerah lainnya yang memproduksi pempek karena adanya globalisasi. Dengan adanya pempek, metode saji yang beraneka ragam dalam menciptakan pengalaman kuliner yang mencerminkan hasil produk budaya dari Palembang. [5]

Setiap jenis pempek memiliki rasa yang berbeda dan cara saji yang sama. Jenis-jenis pempek terdiri dari pempek kapal selam, pempek lenjer, pempek kulit, pempek adaan, pempek kerupuk, pempek lenggang, yang disajikan dengan berbagai bumbu dan pelengkap seperti cuko, timun yang dipotong kecil, mie kuning, sambal cabai hijau. Dengan cita rasa tersebut menjadikan *extraordinary* yang kuat dalam sebuah produk yang disajikan dengan cita rasa yang kuat.

Penyajian ini memiliki cara yang berbeda dari setiap daerah, bila di Palembang sendiri cuko hanya ditaruh di mangkuk kecil dan tidak dituangkan dalam bentuk banyak karena hanya untuk dicelup, di daerah lainnya cuko ditaruh di piring dengan cuko yang banjir dan diberi topping mie kuning dan irisan timun yang kecil. Keberagaman prosedur saji inilah yang menjadikan kuliner pempek bertahan hingga saat ini, walaupun prosedur saji yang berbeda tetapi

tetap memiliki rasa yang kuat dan tetap enak bila disantap. Keterlibatan warga Palembang dalam menjaga produk kuliner inilah yang meningkatkan kualitas dan menjadikan daya tarik kuliner kepada masyarakat dan menjadikan pariwisata.[5]

Inovasi dalam berbisnis pempek menjadi dasar dalam mempertahankan produk asal Palembang, dan dijadikan daya tarik masyarakat luar Palembang dan dengan adanya produk tersebut dapat dijadikan pariwisata karena dengan *branding* makan pempek langsung di kota asalnya. Kuliner atau makanan merupakan produk yang memiliki potensi besar dalam mengangkat budaya sehingga dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai identitas. Sebagai makanan tradisional, pempek menjadi bagian penting dalam identitas budaya, sejarah, dan pola hidup masyarakat Palembang. [6]

Secara fundamental, pempek tidak hanya dipandang hanya untuk dimakan saja, namun digambarkan dalam sebuah komunikasi budaya sehingga memiliki makna yang lebih dalam. Tradisi kuliner dibuat sebagian besar dalam kehidupan sehari-hari dan adanya kontribusi yang kuat terhadap pembentukan budaya yang dipadu dalam unsur sosial, budaya, dan historis [7].

Palembang merupakan salah satu kota yang cukup besar dan maju di pulau Sumatera, dengan sebutan kota pempek yang telah lama dikenal dengan kekayaan budaya dan kuliner yang khas, maka hidangan pempek sudah diakui tak hanya oleh orang Indonesia saja, namun internasional. Pada tahun 2019, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan membentuk sebuah kelompok yang ditujukan agar mencanangkan pempek sebagai warisan budaya dunia atau *Intangible Cultural Heritage Lists* atau UNESCO.

Asosiasi tersebut terus bekerja untuk mempersiapkan segala unsur yang bertujuan untuk pempek diketahui oleh dunia dan pempek menjadi warisan budaya tak benda serta sudah diakui oleh UNESCO. Upaya tersebut dilakukan dengan bukti sejarah pempek dari abad ke-7 Masehi, masih banyaknya para pembuat pempek, pempek masih memiliki eksistensi sampai sejauh ini, memiliki cita rasa yang enak, dan melakukan festival internasional. Tidak hanya untuk melestarikan tradisi namun agar mendorong pariwisata dan ekonomi di Palembang, sehingga dapat memajukan Palembang melalui produk pempek. [8]

Karena banyak pengalaman wisatawan yang berkunjung ke Palembang karena bertujuan untuk

mencoba produk kuliner original ditempat langsung, maka ini termasuk kedalam konsep wisata gastronomi dan gastronomi budaya. Konsep tersebut merupakan perjalanan yang dilakukan dengan tujuan menikmati makanan dan minuman yang khas dari sebuah daerah sekaligus menikmati budaya yang ada di daerah yang dituju. [7]

Dengan menikmati kuliner dan budaya di suatu daerah menjadikan wisatawan tidak hanya merasakan cita rasa makanan, namun memiliki pengalaman yang mendalam mengenai unsur kuliner dan budaya lokal, wisata gastronomi sebagai upaya dalam menyatukan budaya dan kuliner sehingga memiliki peran aktif untuk mengembangkan wisata gastronomi untuk menarik perhatian wisatawan.[3]

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, pengumpulan data secara wawancara terbuka. Subjek pada penelitian ini adalah 3 penjual pempek dengan kriteria yang kurang lebih berjualan 5-10 tahun dan menjual berbagai macam jenis pempek, dengan tujuan mengetahui kuliner pempek sebagai produk yang menjadikan daya tarik wisatawan serta menilai bahwa dengan pempek dapat menggali promosi budaya dan wisata di wilayah Palembang, Sumatera Selatan.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis kuliner pempek berkelanjutan dalam menghadapi globalisasi, dan peran dari pempek yang merupakan sebuah produk memiliki peran penting untuk menarik wisatawan dan mempromosikan budaya lokal di Palembang, Sumatera Selatan.[9]

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman bahwa analisis data kualitatif diteliti secara berkesinambungan sampai data menjadi kejenuhan dan interaktif, proses analisis terbagi menjadi 3 tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Intercultural Communication menyebabkan kuliner pempek digemari hingga saat ini. Sebagai kuliner yang memiliki eksistensi hingga saat ini, pempek masih banyak digemari hingga saat ini. Berbagai kuliner di Palembang, pempek yang ada di puncak nomor atas kuliner di Palembang, termasuk dengan semua jenis pempek yang terdiri dari pempek kapal

selam, lenjer, adaan, lenggang, kerupuk, dan sebagainya. Berdasarkan komunikasi antar budaya, dalam sehari-hari menumbuhkan pemahaman antar kelompok sebagai cara individu berdasarkan budaya yang berbeda dalam berkomunikasi.

Selain itu, pempek dijadikan daya tarik pariwisata karena dinilai Palembang memiliki produk yang dapat menaikkan sektor pariwisata. Sejak awal kemunculan pempek, kuliner ini telah berhasil menjadi produk yang menjadi ikon kuliner yang menjadikan konsep *one village one product* yang bertransformasi menjadi daya tarik wisata, salah satu contoh di Pasar 16 ilir. [6]

Keberagaman kuliner mencerminkan cara masyarakat dalam memproduksi sebuah makanan, masyarakat Palembang mengolah bahan-bahan lokal, dengan bahan utama terigu dan ikan. Dapat dilihat bahwa Palembang dikelilingi oleh sungai musi yang disana banyak sekali ikan, seperti ikan tenggiri dan belida sehingga hasil ikan tersebut dapat dibuatnya pempek sebagai bahan utama dan lokal. Sehingga hal tersebut menjadikan pempek bukan hanya sekadar kuliner, namun hal yang perlu dijaga sebagai warisan budaya tak benda yang perlu terus dilestarikan hingga saat ini. [10]

Di era saat ini, pempek masih memiliki banyak penggemar dan dinikmati sebagai kuliner sehari-hari. Masyarakat asli Palembang masih menjadikan pempek sebagai makanan utama, dan pempek dapat dimakan sebagai sarapan, makan siang, maupun makan malam. Keberlangsungan hal tersebut, masyarakat luar Palembang dengan keberadaan pempek menjadi tujuan utama berwisata ke Palembang demi menikmati kuliner original yang berasal dari daerahnya sendiri. [10]

Masyarakat Palembang memiliki kemampuan berkomunikasi untuk mengkonstruksi pesan, sehingga dengan adanya bahasa, terbentuknya suatu masyarakat dan berbagi pesan. Melalui pesan budaya pada suatu produk, masyarakat Palembang menggunakan pempek dalam sebuah identitas yang kuat, dan mereka memiliki tanggung jawab yang kuat dalam melestarikan budaya yang erat melalui pempek. [11]

Melalui teori komunikasi budaya, hal ini dikaitkan dengan adanya suatu identitas yang tercermin sehingga pempek menjadi simbol identitas yang kuat, warisan turun temurun, dan adat istiadat masyarakat Palembang. Di berbagai tempat di Palembang, kita dapat melihat keragaman jenis

pempek, merek yang menjual, dan adanya komunitas yang menjual pempek hampir di seluruh sudut hingga tempat terpencil pun dapat terlihat para penjual pempek. Dapat disimpulkan bahwa, sebuah identitas dapat berjalan karena ada dorongan masyarakat yang terus mendukung dan dijadikan mata pencaharian demi keberlangsungan hidup. Melalui wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa penjual pempek, mereka menjual dengan harga Rp.5.000- Rp.25.000 per pcs, sesuai dengan ukuran dan jenis pempek. [11]

Adanya bisnis lokal pempek merupakan kontribusi masyarakat pada pergerakan ekonomi di Palembang, dengan banyaknya pelaku usaha, dimulai dari pedagang kaki lima, warung kecil, ruko, dan toko di dalam pusat perbelanjaan menciptakan lapangan pekerjaan yang mendorong perekonomian di Palembang. Hal ini dapat dikaitkan dengan konteks komunikasi budaya, bahwa pelaku usaha ini merupakan sebagai penggerak perubahan, dimana tidak hanya menjual makanan saja, namun membagikan kuliner lokal dengan sebuah pengalaman yang berkaitan dengan budaya kuliner. Sehingga keberhasilan para bisnis ini bergantung dengan adanya kemampuan dalam pembuatan pempek dan komunikasi nilai-nilai budaya setempat. [5]

Efek teknologi dan sosial media menyebabkan membuka peluang baru bagi bisnis pempek, para penjual memanfaatkan platform daring demi menjangkau pasar yang lebih luas. Ini menjadi strategi komunikasi yang lebih efektif dikarenakan untuk menambah minat konsumen serta meningkatkan penjualan, yang tidak hanya masyarakat lokal Palembang, namun menjangkau seluruh Indonesia.

Menurut wawancara yang sudah dilakukan, para penjual menggunakan sosial media seperti Instagram dalam pemasaran dan whatsapp untuk komunikasi pemesanan. Strategi ini menciptakan komunikasi yang efisien guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Selain itu, para penjual menggunakan Instagram untuk membuat konten agar lebih menarik dalam tips pembuatan pempek, cara order pempek, apa yang membedakan pempek yang dijual dengan merek lain, dan konten-konten interaktif guna membangun daya jual. Selain itu, para penjual menggunakan *e-commerce* seperti shopee untuk menjangkau pasar lainnya. [12]

Kualitas dan keaslian pempek menjadi sebuah persoalan karena untuk mempertahankan kualitas

dan originalitas dari pempek merupakan hal yang krusial. Demi mempertahankannya, komunikasi kuliner memiliki peran yang penting karena konsep tersebut berupaya agar menjaga identitas budaya dan beradaptasi untuk memuaskan selera konsumen yang terus berubah. Para pelaku usaha berkreasi untuk menemukan keselarasan antara mempertahankan budaya dan memenuhi ekspektasi demi memuaskan selera konsumen, hal tersebut hari seimbang karena demi mencapai sebuah tujuan maka kita tidak boleh untuk melupakan budaya dan warisan karena hal tersebut merupakan sebuah pondasi yang membentuk identitas masyarakat Palembang.

Maka, hal tersebut dicapai dengan adanya pengembangan/ *workshop* dalam membuat pempek yang dapat berkolaborasi antara generasi tua mengajarkan kepada generasi muda agar pempek terus dapat bertahan hingga masa depan. Dengan cara itu pula, resep tradisional terus bertahan dan dapat berkembang sebagai kuliner yang berhubungan di era globalisasi. [13]

Gastronomi kuliner pempek menjadi sebuah produk tak benda yang ikonik dari Palembang mencerminkan adanya perpaduan budaya dan tradisi yang mendalam. Peristiwa ini menunjukkan bahwa globalisasi membawa sebuah perubahan yang berbeda, penyajian semakin modern, dengan munculnya banyak ide baru dari pempek seperti dengan isi keju, sosis, dan sebagainya. Walaupun para penjual memadu pempek dengan isian yang lebih beragam. Dengan hal memadu isian pempek yang lebih beragam, namun para penjual tidak merubah cita rasa yang diberikan dan menjaga keaslian dari pempek seperti biasanya. [14]

Masyarakat di Palembang tetap menjaga keaslian dan menghargai originalitas serta rasa walaupun beragam gagasan baru dari kuliner tersebut, dengan membuat gagasan baru tersebut positifnya adalah rasa bangga akan adanya kuliner ini menjadi dorongan yang kuat untuk masyarakat dalam memajukan produk kebanggaan kota Palembang tersebut. [2]

Berdasarkan teori komunikasi budaya, pempek memiliki Pempek bukan sekadar makanan, tetapi juga simbol identitas budaya masyarakat Palembang. Setiap varian memiliki cerita dan nilai sejarah yang mendalam, sehingga menjaga keaslian pempek menjadi penting di era globalisasi. Meskipun terjadi variasi dalam bahan dan penyajian, esensi tradisional pempek harus tetap terjaga agar

karakteristik uniknya tidak hilang. Pendidikan tentang sejarah dan cara pembuatan pempek juga sangat penting untuk generasi muda. Melalui *workshop* dan program edukasi, mereka dapat belajar dan menghargai warisan kuliner ini, serta terinspirasi untuk berkontribusi dalam pelestariannya. [6]

KESIMPULAN

Pempek merupakan sebuah produk dalam identitas budaya di daerah Palembang yang memiliki peran esensial dalam daya tarik kuliner di Palembang, Sumatera Selatan. Keberadaan ini tidak hanya mencerminkan tradisi tradisional lokal saja, namun berkontribusi dalam memajukan pariwisata daerah. Dengan menggunakan konsep gastronomi budaya dan komunikasi kuliner, pempek tidak hanya sebagai sebuah kuliner namun sebuah warisan budaya tidak benda yang berkelanjutan. Inovasi dalam berbagai penyajian dan bahan baku lokal asli Palembang, karena adanya globalisasi mengadaptasi isian baru didalam pempek.

Masyarakat Palembang berperan aktif dalam menjaga dan mempromosikan pempek menjadikan daya tarik wisatawan dalam mendukung perekonomian sekitar karena pempek merupakan sebuah produk yang sudah diciptakan oleh zaman terdahulu dan menjadi identitas budaya, pempek sebagai produk identitas budaya Pempek bukan hanya sebagai kuliner, namun sebuah identitas masyarakat Palembang yang kaya akan cita rasa dan budaya.

Pempek sebagai daya tarik wisata, Dengan produk kuliner pempek menjadi alasan wisatawan domestik hingga internasional berkunjung ke Palembang demi mencoba produk yang dihasilkan di kota asli. Globalisasi berdampak pada inovasi, dengan adanya globalisasi, kuliner pempek juga berdampak pada isian didalamnya dan penyajian. Tetapi dengan hal tersebut, tetap mempertahankan cita rasa asli dan reaksi atas globalisasi.

Peran gastronomi berfungsi sebagai pengubung antara budaya dan kuliner, sebagai memperkuat keterhubungan sosial serta menambah kesadaran pada pentingnya pelestarian budaya dengan kuliner dalam menghadapi globalisasi. Selain itu, gastronomi sebagai alat dalam mendukung pariwisata lokal dan pergerakan ekonomi dengan kuliner khas dari daerah. Peran komunikasi budaya: komunikasi budaya menjadi hal yang krusial dalam

komunikasi antara pelaku usaha pempek dan konsumen agar mempertahankan nilai-nilai budaya dengan memenuhi ekspektasi pasar.

REFERENSI

- [1] Detik.com. Pempek Palembang: Sejarah Hingga Cara Pembuatannya [Internet]. Jakarta: Detik.com; 2024 [cited 2024 Oct 13]. Available from: <https://www.detik.com/sumbagsel/kuliner/d-6764616/pempek-palembang-sejarah-hingga-cara-pembuatannya>.
- [2] Febrianti AD, et al. Komunikasi Antar Budaya Dalam Kehidupan Sehari-Hari. Madani: J Ilmiah Multidisiplin. 2024 Oct 8;2(9). Available from: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13910688>.
- [3] Sunuantari M, Haniza N, Rahayunianto A. Ethno gastronomy symbolic of Indonesian ethnic Chinese culture at Jakarta Old Town. 2019; 4(2): 45–56. Available from: <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i2.329>. 2019.10.10.
- [4] Ratu W. Pempek Palembang: History, food making tradition, and ethnic identity. Springer Open. 2023 Nov 22. Available from: <https://link.springer.com/article/10.1186/s42779-023-00209-z>.
- [5] Triharini M, Larasati D, Susanto R. Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk mengembangkan potensi kerajinan daerah studi kasus: kerajinan gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. ITB J Visual Art Design. 2014;6(1):29-42.
- [6] Melia T, et al. Komunikasi Antar Budaya [Internet]. 1st ed. Jakarta: Penerbit Widina; 2023 [cited 2024 Oct 8]. Available from: repository.penerbitwidina.com.
- [7] Mursese, Novalina, & Misnawati D. "Makna Simbolik Ritual Adat Tradisi Sedekah Rami Di Desa Kertayu Kecamatan Sungai Keruh Kabupaten Musi Banyuasin." *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)* 4.4 (2022): 2867-2876. Available from: <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.5944>
- [8] Kumparan.com. Mengenal Pempek: Makanan Khas Daerah Palembang [Internet]. Jakarta: Kumparan.com; 2021 [cited 2024 Oct 14]. Available from: <https://kumparan.com/kabar-harian/mengenal-pempek-makanan-khas-dari-daerah-palembang-1wiGOve2Xay>.
- [9] Abdussamad Z. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press; 2021
- [10] Suroto A, Hermawati D. Peran kuliner lokal dalam mengembangkan gastronomi kuliner berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata dan Kuliner* [Internet]. 2023; 4(1): 45–52. Available from: <https://doi.org/10.36417/jpp.v4i1.621>. 2023.09.12
- [11] Pradani RFE. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Berbasis Potensi Lokal Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. *J Econ Policy Stud*. 2020 Dec 31;1(1):23-33. Available from: <https://doi.org/10.21274/jeps.v1i1.3429>.
- [12] Vigory GM. Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Minat Pembelian dan Kaitannya Dengan Inisiasi One Village One Product di Kabupaten Kuningan from: 10.24127/jm.v14i2.507. 2024.11.02
- [13] Griffin E, Ledbetter A, Sparks G. *A First Look at Communication Theory 11th Edition*. New York: McGraw Hill; 2022
- [14] Budiarni AD. Tinjauan gastronomi sastra pada kuliner tumpeng di Kabupaten Boyolali. Skripsi. Fakultas Adab dan Bahasa, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta; 2023. Available from: <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/8638/1/SKRIPSI%20APRILIA%20DWI%20196151094%20TBI.pdf>. 2024.10.16