

SOSIAL UNIVERSE AND CULTURAL ORDER TOWARDS TOURIST MOTIVATION : THE VIEWPOINT OF THE GASTRO – TOURISM IN BUKITTINGGI

WINA ASTY¹, WINDA DIANA²

Astywina83@gmail.com¹, Kefinda@gmail.com²

Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui potensi daya Tarik wisata gastronomi yang ada di Kota Bukittinggi berdasarkan aspek sosial, yaitu empat dimensi konsep utama makanan tradisional yaitu: Food as a Symbol, Food as a Sign Of Communion, Food as a Class Marker dan Food as an Emblem bagaimana empat konsep ini dapat mempengaruhi motivasi wisata berkunjung. Metode yang dilakukan adalah dengan menyebar kuesioner kepada wisatawan yang pernah ke kota Bukittinggi dengan pendekatan kuantitatif. dengan jumlah responden sebanyak 85 responden yang merupakan wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh yang signifikan terhadap motivasi wisata dilihat dari aspek sosial makan tradisional hanya bisa menjadi Food as symbol, Food as class maker dan Food as an emblem. Sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan adalah aspek social untuk Foods sign of communion. Jadi dapat disimpulkan bahwa gastronomi menjadi potensi daya Tarik wisata di Kota Bukittinggi tapi gastronomi yang disajikan di Kota Bukittinggi belum menjadi Food as a Sign Of Communion, artinya dalam hal ini makanan yang disajikan/gastronomi yang disajikan belum berperan sebagai perantara yang merangkum dan menyampaikan situasi, informasi, dan makna, yang menjadi tanda yang baik dan fungsional dalam struktur komunikasi.

A. Pendahuluan

Kota Bukittinggi dikenal dengan Kota wisata, budaya, sejarah, pendidikan, wisata belanja tapi juga dikenal dengan wisata kuliner, keunggulan terbesar kuliner Bukittinggi terletak pada ragam rempah-rempah yang dimiliki. serta memiliki potensi daya tarik wisata gastronomi yang cukup besar. Bahkan Kota Bukittinggi memiliki beragam kuliner yang mampu menjadi paling unggul.

Gastronomi adalah Seni kuliner yang menghubungkan antara budaya, makanan, destinasi, komponen lainnya dengan makanan sebagai pusatnya, yang mana dengan gastronomi tourism memberikan wisatawan pendidikan kuliner yang autentik dan pemahaman yang jauh lebih besar serta apresiasi yang tinggi terhadap kekayaan budaya dan kuliner sebuah daerah. Dan hal ini harus menjadi perhatian apakah gastronomi kota Bukittinggi dapat menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung, melihat kota Bukittinggi salah satu kota di Indonesia yang memiliki kompetitor yang cukup tangguh pada sektor gastro-tourism. Persaingan usaha ini harus disikapi secara profesional dengan strategi pemasaran yang unggul dan kompetitif.

B. Metodologi Penelitian

Jenis pendekatan metode kuantitatif dengan 2 variabel yaitu potensi daya tarik wisata gastronomi akan dikaji sebagai teori utama, kemudian food as a symbol (X1), food as a sign of communion (X2), food as a class marker (X3), food as an emblem (X4) menjadi variabel bebas sedangkan motivasi wisata disebut variabel terikat (Y). populasinya adalah wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi pada tahun 2022 dengan jumlah responden 85 wisatawan. Dalam pengumpulan data digunakan penyebaran angket dalam bentuk kuesioner dan google form. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan tiga bentuk pengujian yaitu koefisien korelasi, uji F dan uji t. Alat uji statistik yang digunakan adalah SPSS 26.

C. Hasil dan Pembahasan Penelitian

Dari hasil uji Hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Food as symbol berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wisata. Berdasarkan hasil analisis diketahui $t_{hitung} = 2.475 > t_{tabel} 1.990$. Menunjukkan bahwa food as symbol berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisata.
- b. Foodas sign of communion berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil analisis diketahui $t_{hitung} = 1,142 < t_{tabel} 1,990$ dengan $sig = 0,257 > 0,05$. Menunjukkan food sign of communion tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan
- c. Food as class maker berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil analisis diketahui $t_{hitung} = 3,401 > t_{tabel} 1,990$ dengan $sig = 0,001 < 0,05$. Menunjukkan food as class maker berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan
- d. Food as an emblem berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil analisis diketahui $t_{hitung} = 2.015 > t_{tabel} 1,990$ dengan $sig = 0,047 < 0,05$. Menunjukkan food as emblem berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa gastronomi menjadi potensi daya Tarik wisata di Kota Bukittinggi tapi gastronomi yang disajikan di Kota Bukittinggi belum menjadi Food as a Sign Of Communion, artinya dalam hal ini makanan yang di sajikan yang di sajikan belum berperan sebagai perantara yang merangkum dan menyampaikan situasi, informasi, dan makna, yang menjadi tanda yang baik dan fungsional dalam struktur komunikasi. Yang maksudnya adalah makanan tradisional yang di sajikan belum bisa merepresentasikan informasi, makna yang terkandung dalam makanan tersebut. Hal ini dikarenakan responden hanya melihat makanan tersebut sebagai makanan sehari-hari yang mereka konsumsi di rumah. Hal ini bisa di karenakan karakter responden dan daerah asal responden yang pada umumnya wisatawan nusantara yang masih berasal dari pulau sumatera .

D. Penutup

Hasil penelitian ini adalah terdapatnya pengaruh yang signifikan terhadap motivasi wisata di lihat dari aspek sosial makan tradisional hanya bisa menjadi Food as symbol, Food as class maker dan Food as an emblem. Sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan adalah aspek social untuk Foods sign of communion.

- a. Food as symbol berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wisata. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa makanan yang disajikan menjadi symbol dari makanan khas kota Bukittinggi dan ini berpengaruh terhadap motivasi wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi .
- b. Foodas sign of communion tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil . Menunjukkan bahwa makanan yang di sajikan belum dapat menjadi sumber informasi, makna atau makanan yang di sajikan belum bisa mempresentasikan informasi yang terkandung di dalamnya makanan tersebut. Sehingga tidak terlalu mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung.
- c. Food as class maker berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa makanan yang di sajikan sudah menjadi penanda dan ciri khas dari kota Bukittinggi sebagai pelaku dalam status social .hal ini juga mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung
- d. Food as an emblem berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa makanan yang di sajikan sudah dapat mempresesntasikan bahwa makanan tersebut merupakan peninggalan kuliner /warisan leluhur dulunya di kota Bukittinggi. Dal hal ini juga mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung.

Daftar Pustaka

- A.Yoeti. 2002. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Cetakan Pertama. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Antón Clave, S., & Knafou, R. (2012). Gastronomy tourism and globalization. Paris:Arah Kebijakan Pengembangan Pariwisata Sumatera Selatan, 2019
- Cooper, John Fketcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. (1995). Tourism, Principles and Practice. London:Logman.

- Damanik, Janianton dan Weber, Helmut F. (2006). Perencanaan Ekowisata. Yogyakarta : PUSBAR UGM & ANDI YOGYAKARTA
- Rahma, Neila., Indah Susilowati, Evi Yulia Purwanti. 2017. Minat Wisatawan terhadap Makanan Lokal Kota Semarang.. (Tourists' Interest to Local Food In Semarang). Jurnal ekonomi dan pembangunan Indonesia. Vol. 18 No.1 Juli 2017:53-76.
- Guzel, Berrin & Muge, Ap Aydin., (2016). Gastronomy Tourism: Motivation and Destinations. Adnan Menderes University. Tourism Faculty.
- Kartika, titing dan Zulkifli Harahap (2019) , *THE CULINARY DEVELOPMENT OF PEMPEK AS A GASTRONOMIC TOURIST ATTRACTION IN PALEMBANG, SUMATERA SELATAN* . jurnal tourism Saintific journal, volume 4 nomor 2.
- Suwantoro. (1997). Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : Penerbit Andi. Systematic Linkage. Gramedia: Jakarta. 227
- Turgarini, D. (2013). "Inventorikan, lestarikan, manfaatkan dan kembangkan Gastronomi Unggulan Jawa Barat" Diunduh tanggal 20 maret 2022 dari: <http://mik.upi.edu/>
- United Nation World Tourism Organization (UNWTO) World Forum on Gastronomy Tourism 2019