ABSTRACT

PUBLIC PERCEPTION KECAMATAN LENGKONG ON CULINARY NIGHT AS A PROMOTION CULINARY CITY OF BANDUNG
(Descriptive Study Public Perceptions Kecamatan Lengkong On CulinaryNight As A Promotion Culinary City Of Bandung)
By:
Tika Ayu Pratiwi
NIM. 41808787

Under Supervision of:
Melly Maulin P, S. Sos., M.Si

The research purpose was to find out the Perception of Lengkong Sub-district's People on Culinary Night as a Culinary Promotion in Bandung City. The research dealt with four research questions, namely: sensation, attention, interpretation, and perception of Lengkong Sub-district's People on Culinary Night.

The research used a qualitative approach with a descriptive-qualitative method. The data collection techniques used were interview, observation, and library study, supplemented by internet browsing, and then the data was documented. The number of informants was 5, consisting of 1 from Bandung Lengkong Sub-district and 4 persons from Lengkong Sub-district who were considered as having knowledge and routinely visiting the Lengkong Culinary Night.

The research findings revealed that the people sensation could feel diverse culinary products, sensations that people can hear information about the culinary night from various media, and see the stand and creativity festival pattern of society, attention that attract people attention by selling lots of culinary products, and interpretation that could preserve traditional local foods. It was hoped that it will be a routine agenda every Saturday Night, so that the people may use the culinary night program as a promotional media in culinary area.

The conclusion was that the perception of Lengkong Sub-district's people on culinary night could be made as a promotional Medium of culinary with diverse traditional foods and beverages.

The suggestion that researcher presented was that the culinary night program should be made as a routine agenda in order for the community mazy feet diverse traditional local foods.

Keywords: People Perception, Culinary Night, Promotion, attention, sensation, interpretation.

I. Latar Belakang Masalah

Culinary night adalah program Pemerintah Kota Bandung dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan tujuan menjadikan setiap kecamatan di kota Bandung sebagai *food district* juga sebagai media efektif dan murah dalam mempromosikan produk kuliner. *Culinary night* memberikan suasana baru di berbagai kecamatan di wilayah Bandung pada setiap malam Minggu. Pada saat ini *culinary night* menjadi salah satu kegiatan promosi kuliner di kota Bandung, dengan adanya *culinary night* masyarakat dapat berapresiasi berbagai macam makanan dan minuman yang dapat dijual di stand-stand yang sudah disediakan dan juga sebagai media promosi kuliner khas masing-masing daerah. Dimana pencetus pertama kali acara *culinary night* di adakan di Jalan Braga dengan acara pembukaan yang di resmikan oleh walikota Bandung yaitu Ridwan Kamil dengan bertujuan mengembalikan citra karakteristik jalan Braga dan diharapkan dapat mengembalikan nilai-nilai kreasi masyarakat dan fungsi lain dari sebuah hiburan kota. Dengan adanya *culinary night* yang diselenggarakan setiap malam Minggu agar menjadi daya tarik wisatawan dan masyarakat dalam menikmati berbagai macam kuliner dan menghabiskan akhir pekan di Kota Bandung.

Acara *culinary night* juga menjadi peluang bagi para pebisnis dan pengusaha terutama di bidang kuliner dan sebagai model kreasi masyarakat dalam menyediakan jajanan seperti makanan khas lokal (khas sunda) , oriental, dan makanan barat. *Culinary night* diharapkan menjadi agenda rutin setiap malam Minggu di setiap Kecamatan Kota Bandung yang tentu saja tujuannya untuk mempromosikan produk kuliner khas setiap daerah, membangun pola festival kreasi masyarakat, dan sebagai media pemerataan kebahagiaan. Namun memang belum setiap kecamatan dapat merasakan kegiatan ini, namun acara festival ini tetap dinanti-nanti oleh masyarakat sebagai acara hiburan setiap malam Minggunya sekaligus menikmati jajanan kuliner Bandung.

Culinary night juga bisa menjadi media efektif murah dan mempromosikan produk kuliner, menjadi ajang pameran kuliner rakyat yang bisa menikmati keberagaman kuliner. Dan juga masyarakat membutuhuhkan sarana hiburan. Selain itu *culinary night* juga diadakan di akhir pekan yang berkaitan langsung dengan kunjungan wisata, Dengan kata lain bukan hanya masyarakat kota Bandung yang

dapat menikmati festival rakyat ini. Juga masyarakat luar kota Bandung yang diharapkan mampu menyebarkan informasi tentang keragaman kuliner kota Bandung. Dan keberadaan *culinary night*, jelas mampu mempertontonkan sebesar apa aset dan kekayaan kuliner Bandung yang ada di suatu daerah. Artinya, kekayaan kuliner Bandung bukan hanya bisa dinikmati di mall, restoran, café dan tempat-tempat yang dianggap berkelas lainnya yang mungkin dan bisa saja dimiliki oleh masyarakat luar Bandung. Tetapi, ragam kekayaan kuliner Bandung, benar-benar dapat di kreasikan oleh masyarakat Bandung sendiri.

Bicara mengenai kegiatan kuliner sebagai hiburan masyarakat, maka kegiatan tersebut akan banyak terkait dengan berbagai aspek. Dan pada saat ini *culinary night* diselenggarakan di beberapa kecamatan yaitu, kecamatan Antapani, kecamatan Cibeunying Kaler, kecamatan Lengkong, dan kecamatan Ujungberung. Namun dari beberapa lokasi tersebut peneliti memilih salah satu tempat *culinary night* yang diselenggarakan di Kecamatan Lengkong. Menurut masyarakat sekitar acara Lengkong *culinary night* setiap acara berlangsung para pengnjung sangat padat dan antusias untuk datang ke Lengkong *Culinary Night*, masyarakat sekitar kecamatan Lengkong juga ikut berpartisipasi untuk membuka tenant dan mempromosikan makanan yang akan mereka jual. Dengan adanya Lengkong *Culinary Night* manfaat bagi masyarakat sekitar adalah dapat menjalin silaturahmi, sebagai sarana media hiburan masyarakat sekitar karena tidak hanya menyediakan makanan saja, tetapi Lengkong *Culinary Night* menyajikan kesenian musik, banyak juga masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut seperti remaja karang taruna. Lengkong *Culinary Night* juga memiliki aksesibilitasnya cukup srategis karena berada di pusat kota. Kegiatan Lengkong *Culinary Night* juga melibatkan banyak *stakeholder* seperti pemerintah, pebisnis, komunitas dan masyarakat sekitar. Pada konsep awalnya kegiatan wisata kuliner ini di desain dengan konsep dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat. Rakyat disini adalah masyarakat sekitar Lengkong maupun dari luar. Karena kegiatan ini secara langsung berhubungan dengan masyarakat.

Dengan adanya *culinary night* ini merupakan media komunikasi atau jembatan untuk menyampaikan tujuan pemerintah dalam mempromosikan kuliner khas daerah masing-masing setiap kecamatan Tentunya dalam *culinary night* ini memiliki kepentingan yang berbeda dari segi principal pemilik tenant akan menjual

makanan yang yg mereka buat untuk dipromosikan di *culinary night* tersebut, dalam *culinary night* juga ada beberapa sponsor yang ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan acara tersebut sekaligus mempromosikan produk masing-masing. Dengan adanya *culinary night* diharapkan menjadi salah satu media promosi untuk mendorong masyaraikat lebih mengenal keeksotisan budaya lokal juga bisa menjadi komunikasi antara produsen dan konsumen untuk meningkatkan dan memikat masyarakat lokal maupun wisatawan sebagai pelanggan baru.

Menurut penilaian walikota Bandung Ridwan Kamil ciri *culinary night* yang baik ada tiga yaitu, harganya murah atau terjangkau dan banyak menu lokal, yang kedua harus ada dekorasi yang memiliki ciri khas, yang ketiga harus ada kesenian tradisional sebagai acara hiburan masyarakat. Lengkong *Culinary Night* ini diselenggarakan rutin dua minggu sekali, tenant jualan lebih banyak dan beragam macam kuliner sehingga banyak pilihan jajanan untuk masyarakat yang berkunjung ke Lengkong *Culinary Night*, dan juga acara festival hiburannya memadukan kesenian yang khas sunda..

Namun disamping kelebihan Lengkong *Culinary Night*, ada beberapa masalah yang terdapat didalamnya dan dikeluhkan oleh masyarakat yaitu masalah minimnya penerangan listrik hal itu justru untuk mengindari bahaya korsleting. Masyarakat sering parkir sembarangan sehingga menimbulkan kemacetan, kesadaran masyarakat yang kurang dalam masalah kebersihan, membuang sampah sembarangan. Dan juga keluhan masyarakat mengenai beberapa titik jalan yang ditutup untu dijadikan lokasi *culinary night*, hanya pejalan kaki saja yang diperbolehkan menggunakan akses jalan tersebut.

Dengan adanya *culinary night*, menjadi salah satu media efektif dalam mempromosikan produk kuliner, diacara ini diharapkan dapat menghidupkan pola kreasi masyarakat dengan menjual makanan dan memperkenalkan ciri khas makanan kebudayaan masing-masing daerah. *Culinary night* juga merupakan kegiatan komunikasi yang efektif. Menimbulkan adanya persepsi dengan menggunakan komunikasi intrapersonal, kita dapat berinteraksi dengan kejadian-kejadian yang ada disekeliling kita dan memberikan kesan, tanggapan, penilaian dan persepsinya secara langsung dengan masyarakat yang datang, mempromosikan makanan, minuman yang ada di *culinary night* tersebut secara langsung kepada pengunjung tidak hanya

masyarakat kota Bandung tetapi menjadi daya Tarik wisatawan luar kota yang sedang berlibur dikota Bandung. Sehingga *culinary night* ini bisa menjadi media promosi dibidang kuliner dan adanya persepsi ini adalah hal penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi masyarakat sekitar dan pengunjung.

II. Rumusan Masalah

1. Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dapat menarik suatu rumusan masalah makro mengenai :

"Bagaimana Persepsi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung"

2. Rumusan Masalah Mikro

Untuk mempermudah fokus masalah, maka peneliti mengidentifikasikan rumusan masalah mikro sebagai berikut :

a. Bagaimana Sensasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung ?
b. Bagaimana Atensi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di KotaBandung ?
c. Bagaimana Interpretasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung ?

III. Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian dalam melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui, menjelaskan dan mendeskripsikan Persepsi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Di Kota Bandung

1. Tujuan Penelitian
    a. Untuk mengetahui Sensasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.
    b. Untuk mengetahui Atensi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

c. Untuk mengetahui Interpretasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

2. Kegunaan Penelitian

   a. Kegunaan Teoritis

      Penelitian ini secara umum berguna sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Intrapersonal secara khusus.

   b. Kegunaan Praktis

      1) Bagi Peneliti
      2) Bagi Akademik
      3) Bagi Masyarakat

IV. Metode Penelitian

Penelitian ini melakukan pendekatan kualitatif dengan studi Deskriptif, dimana peneliti menggunakan desain ini untuk menjabarkan dan menjelaskan secara langsung terhadap fakta dilapangan mengenai persepsi masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* dan sebuah fenomena atau suatu kejadian.

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif karena peneliti ingin memperoleh suatu data yang nyata dengan cara mendatangi langsung suatu tempat,objek atau peristiwa untuk melengkapi penelitian ini. Sementara Penelitian Deskriptif itu sendiri adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti telah memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan who dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik dalam bentuk verbal atau numerikal, menyajikan informasi dasar akan suatu hubungan, menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian, menjelaskan seperangkat tahapan atau proses, serta untuk menyimpan informasi bersifat kontradiktif mengenai subjek penelitian.

1. Informan Penelitian

   Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan mengunakan teknik purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti teliti.

   Peneliti sebelum menentukan informan, melakukan observasi terlebih dahulu terhadap beberapa *culinary night* di Kota Bandung, dimana terdapat masyarakat yang sedang menikmati dan berkunjung ke acara *culinary night*. Setelah itu, dipilihlah satu tempat yang menurut peniliti dapat mewakili informan-informan yang akan dipilih.

2. Informan Kunci

   Informan kunci (narasumber utama) adalah narasumber yang lebih mengetahui, memahami suatu objek yang akan diteliti

Tabel 1

Informan Kunci

No	Nama	Keterangan
1	Ibu Ida Rosidah	Ibu Rumah Tangga
2	Arissa Andriani	Mahasiswa
3	Devi Fitria	Karyawan Swasta
4	Agi Griana	Mahasiswa

3. Informan Pendukung

   Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti.

Tabel 2

Informan Pendukung

No	Nama	Keterangan
1	Tubagus Agus Mulyadi. S,Sos	Kepala Camat

V. Gambar Objek Penelitian

1. Tinjauan Tentang Culinary Night

   Culinary night merupakan program Pemerintah Kota Bandung dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dengan tujuan menjadikan setiap kecamatan di kota Bandung sebagai *food district*. *Culinary night* memberikan suasana baru di berbagai kecamatan di wilayah Bandung pada setiap malam Minggu. Kegiatan ini bertujuan untuk *index of happiness* masyarakat. Dan secara tidak langsung, event ini juga bisa menjadi daya tarik wisata baru di Bandung.

   Culinary Night pertama kali diselenggarakan di sepanjang jalan Braga. Menurut Wali Kota Bandung, Bapak Ridwan Kamil atau akrab dipanggil Kang Emil, "Konsep *Culinary Night* adalah menyediakan semua jenis kuliner Kota Bandung. Semua ada di sini sehingga semua orang bisa ke sini, termasuk wisatawan yang tengah berlibur di kota Bandung."

   Namun peneliti memilih salah satu culinary night dari beberapa Kecamatan Di Kota Bandung yaitu Lengkong *Culinary Night*, Karena dari hasil survey beberapa tempat culinary night yang peneliti datangi dan menurut masyarakat sekitar acara Lengkong *Culinary Night* setiap acara berlangsung para pengnjung sangat padat dan antusias untuk datang ke Lengkong *Culinary Night*.

2. Hasil Penelitian

   Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang mendalam dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila datanya sudah terkumpul kemudian dianalisis. Analisis ini sendiri terfokus pada masyarakat sekitar Kecamatan Lengkong. Dalam penelitian ini masyarakat yang menjadi informan kunci untuk memenuhi data dari penelitian ini yang dikaitkan. kepada beberapa unsur atau identifikasi masalah.

3. Analisa Hasil Penelitian

   Pada bagian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh dan hasil wawancara dengan informan dengan melakukan observasi langsung, peneliti dapat menganalisa mengenai Persepsi masyarakat tentang culinary night sebagai promosi kuliner di Kota Bandung

dengan 4 orang sebagai informan kunci yang merupakan masyarakat sekitaran Kecamatan Lengkong Kota Bandung yang dianggap mengetahui tentang *culinary night* tersebut

4. Sensasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung?

   Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indra. Sensasi berasal dari kata sense yang artinya pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya.

   Sebelumnya saya udah pernah denger dari anak saya kalo walikota mengadakan program *culinary night* di Kota Bandung yang pertama diadakan di Braga *Culinary Night* dan mendapatkan kabar melalui mulut ke mulut aja sih kalau *culinary night* bakal diadakan di setiap Kecamatan dan saya sendiri merupakan masyarakat yang tinggal di Kecamatan Lengkong yang antusias ikut berpartisipasi dengan berjualan tutut hehehe, jadi saya tau bagaimana acara *culinary night* disini".

5. Atensi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung

   Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya.

   "Menurut ibu apa yang membuat *culinary night* menarik perhatian?" hal ini dijawab oleh Ibu Ida yang merupakan informan pertama sebagai berikut :

   "Menurut saya sih, yang bikin menarik perhatian masyarakat dengan adanya *culinary night* menjadikan suasana Malam Minggu menjadi rame, sehingga masyarakat sekitar tidak perlu jauh-jauh untuk mendatangani tempat hiburan, *culinary night* menyajikan berbagai macam hidangan kuliner mulai dari makanan khas tradisional hingga makanan barat pun ada".

6. Interpretasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung ?

   Interpretasi atau penafsiran adalah proses komunikasi lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol

yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan).

Menurut ibu apakah dengan adanya culinary night dapat mengibur masyarakat ?" Dengan lugas Ibu Ida langsung menjawab pertanyaan ini :

"Kalau acara *culinary night* nya diadakan secara rutin sih bisa menjadi hiburan untuk masyarakat sekitar maupun wisatawan luar yang sedang berkunjung Di Kota Bandung. Karena *culinary night* tidak hanya mempromosikan produk makanan saja, tetapi ada pergelaran kesenian musik juga. Jadi ya menurut saya sih cukup menghibur supaya tidak jauh untuk mencari hiburan untuk sekedar jajan dan nongkrong aja ataupun santai-santai. Bisa jadi tempat silaturahmi dengan masyarakat lainnya".

VI. Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh dan hasil wawancara dengan informan dengan melakukan observasi langsung, peneliti dapat menganalisa tentang Persepsi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung dengan melibatkan 4 orang sebagai informan kunci dan 1 orang informan pendukung sebagai pelengkap dari penelitian ini.

1. Sensasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Sensasi adalah tahap pertama stimuli mengenai alat indra. Sensasi berasal dari kata sense yang artinya pengindraan, yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tahap pertama masyarakat mengetahui adanya *culinary night*.

   Setelah melakukan wawancara dari ke empat informan kunci dan 1 informan pendukung dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa hampir semua masyarakat Kecamatan Lengkong mempunyai sensasi yang positif tentang adanya *Culinary Night* ini dapat dilihat dari wawancara yang telah dilakukan, bahwa sebagian masyarakat melihat info tentang *culinary night* dari berbagai media berupa internet, televisi, maupun spanduk yang dipasang di jalan raya seputaran Kecamatan Lengkong.

2. Atensi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Atensi atau perhatian adalah pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari pengindraan, ingatan maupun proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu.

   Dari hasil wawancara dengan para informan, para informan menjawab bahwa atensi atau perhatian masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* ini yaitu hampir semua masyarakat berpendapat bahwa yang membuat *culinary night* ini menarik perhatian yaitu dengan tema yang mempromosikan dan menawarkan berbagai macam makanan dan minuman khas dan digelarnya setiap malam Minggu membuat program ini yang paling menarik dan banyak dikunjungi dan diminati berbeda dengan program lainnya.

   Interpretasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Interpretasi atau penafsiran adalah proses komunikasi lisan atau gerakan antara dua atau lebih pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama, baik secara simultan (dikenal sebagai interpretasi simultan) atau berurutan (dikenal sebagai interpretasi berurutan). Menurut definisi, interpretasi hanya digunakan sebagai suatu metode jika dibutuhkan.

   Dari hasil wawancara dengan para informan, para informan menjawab bahwa interpretasi atau penafsiran masyarakat tentang *culinary night* yaitu dengan adanya *culinary night* masyarakat menafsirkan kegiatan tersebut dapat membuka peluang bagi masyarakat dibidang kuliner dimana setiap masyarakat bebas mengikuti untuk mempromosikan dan menawarkan produk makanan dan minuman yang akan mereka jual. Dan juga dengan *culinary night* sebagian masyarakat bisa melestarikan produk makanan khas daerah masing-masing terutaman makanan khas daerah, kebanyakan makanan yang dipromosikan di *culinary night* harus khas sunda.

3. Persepsi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.
4. Persepsi adalah pengalaman tentang objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

   Setelah melakukan wawancara kepada para informan, dan para informan menjawab bahwa persepsi atau pengalaman tentang culinary night di Kecamatan Lengkong yaitu masyarakat dan pengunjung sangat antusias dengan adanya *culinary night* berfikir bahwa masyarakat dapat menawarkan dan mempromosikan produk kuliner dan merupakan media komunikasi yang efektif sebagai kegiatan promosi kuliner. Bahwa kita ketahui bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota surga kuliner, kota Bandung terkenal dengan beraneka ragam makanan khas tradisional maupun khas barat. Ditambah lagi dengan setiap digelarnya culinary night di malam Minggunya dan kegiatan pola festival musik tradisional juga ditampilkan untuk sekedar hiburan masyarakat. yang menjadikan *culinary night* menjadi suatu ruang publik yang menarik perhatian masyarakat itu sendiri.

VII. Kesimpulan

Dalam bab penutup ini, penulis akan mengemukakan dari uraian sebelumnya dan berusaha mengambil kesimpulan yang sekaligus merupakan jawaban dari identifikasi masalah yang dikemukakan, dan berdasarkan hal tersebut penulis akan mengemukakan saran-saran.

1. Sensasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Sensasi masyarakat Kecamatan Lengkong dengan adanya *culinary night* dapat dilihat dari media komunikasi yang dipakai pihak penyelenggara untuk menyebarkan info tentang culinary night seperti media televisi, spanduk yang dipasang disepanjang jalan, masyarakat juga dapat mendengar berbagai info tentang *culinary night* dari beberapa berbagai macam media seperti,radio, dari mulut ke mulut sehingga informasi culinary night dapat menyebar kepada masyarakat secara cepat. *Culinary night* juga mememberikan manfaat

kepada masyarakat agar dapat mempromosikan berbagai macam produk kuliner dan merasakan makanan dan minuman khas yang dijual di *culinary night*. Dengan adanya culinary night masyarakat Kecamatan Lengkong juga tidak perlu jauh-jauh untuk mendapatkan hiburan untuk sekedar jalan-jalan, nongkrong, dan berkumpul bersama keluarga dan teman-teman.

2. Atensi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Atensi atau perhatian masyarakat Kecamatan Lengkong dapat dilihat dari dekorasi setiap stand yang dipasang semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian pengunjung untuk membeli produk kuliner yang mereka jual, pada saat *culinary night* sangat padat sekali pengunjung dari masyarakat Kecamatan Lengkong sendiri maupun luar dan wisatawan domestik yang sedang menikmati liburan di setiap malam Minggunya. Sehingga masyarakat berkeinginan program culinary night terus diteruskan dan menjadi kegiatan rutin setiap Malam Minggunya. Adapun yang menarik perhatian masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* adalah keragaman produk kuliner yang dijual dan dpromosikan pada kegiatan tersebut.

3. Interpretasi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Penafsiran masyarakat Kecamatan Lengkong dengan adanya *culinary night* adalah dengan adanya *culinary night* yang diselenggarakan secara rutin masyarakat bisa mempromosikan berbagai macam produk kuliner disetiap malam Minggunya, dan berharap dengan adanya kegiatan ini masyarakat bisa melestarikan makanan dan minuman khas daerah.

4. Persepsi Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

   Persepsi masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* ini adalah bahwa setelah masyarakat secara rutin mengunjungi *culinary night* ini, ternyata masyarakat mempunyai persepsi masing-masing mengenai *culinary night* ini.

   Pada awalnya masyarakat Kecamatan Lengkong mempunyai persepsi bahwa dengan adanya *culinary night* senang dan bahagia karena menjadi kegiatan

promosi berbagai macam produk kuliner. Dengan adanya culinary night masyarakat mempersepsikan sebagai media promosi untuk menjual dan memperkenalkan produk kuliner, di *culinary night* masyarakat bisa berinteraksi secara langsung dengan para konsumen untuk mempromosikan bermacam-macam produk makanan dan minuman yang mereka jual. Pada saat *culinary night* diresmikan oleh walikota Bandung menjadikan media promosi kuliner terbaik yang pernah ada dan dengan keanekaragaman makanan khas maupun luar yang dijual di *culinary night* juga menjadi daya tarik kota Bandung dalam memperkenalkan aset kekayaan kuliner kepada wisatawan yang datang ke Bandung maupun masyarakat itu sendiri. Menjadikan Bandung kreatif dalam melestarikan makanan dan minuman khas daerah

VIII. Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini. Ada pun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti adalah:

1. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Bila ingin melakukan penelitian, diharapkan agar lebih cermat dalam pemilihan pendekatan dan metode yang digunakan karena teknologi kini semakin berkembang dari waktu ke waktu.
   b. Penelitian ini dimaksudkan agar hasil penelitian yang dilakukan akan lebih memuaskan dan juga diharapkan agak bisa lebih mengorganisir dan memanage waktu yang disediakan lebih efektif dan bijak untuk menggunakan sebuah teknologi.
2. Saran Bagi Objek Penelitian Selanjutnya

   Saran bagi objek penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan setiap kegiatan culinary night yang akan diselenggarakan berikutnya, pihak penyelenggara juga diharapkan dapat menentukan konsep disetiap acara culinary night. Diharapkan juga agar objek penelitian Lengkong *Culinary Night* dapat lebih banyak menyediakan dan mempromosikan produk kuliner

yang mempunyai ciri khas daerah. Peneliti juga mengharapkan agar sponsorship dan panitia penyelenggara culinary night lebih kreatif dan kompak lagi untuk objek penelitian berikutnya.

IX. DAFTAR PUSTAKA

Bogdan, Robert C. Dan Steven J. Taylor, 1992, Introduction to Qualitative Research Methotds :A Phenomenological Approach in the Social Sciences, alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons, Surabaya, Usaha Nasional

Bungin, Burhan. 2001. Metodelogi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grapindo Persada.

Effendy, Uchjana Onong. 2010. Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Harjana, Agus M. (2003). Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal. Yogyakarta: Kanisius

Kotler. (2000). Definisi Promosi. Yogyakarta: Graha Ilmu

Liliweri, Alo. 2007. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Bandung: Kencana Prenada Media Group

Moleong, J. Lexy. 2008. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 159

Mulyana Deddy, 2007 Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Ruslan, Rosady. 1998. Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Jakarta. Raja Grafindo Persa

Selnes, Fred. (1996). Antecedents and Consequences of Trust and Satisfaction in Buyer Seller relationships. European Journal of Marketing.Vol 32.No.pp.305-322.

Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Wood, Julia T. 2006. Communication in Our Lives, fourth edition. Australia: Thomson Wadsworth.

SKRIPSI

Reza Renaldi 2014, Persepsi Masyarakat Mengenai Perubahan Taman Kota Menjadi Taman Tematik Dengan Fasilitas Free Wifi di Kota Bandung

Rd. Fitri Priyani Putri 2012, Persepsi Masyarakat Kota Bandung Tentang Car Free Day Sebagai Bentuk Agenda Bidang Lingkungan Hidup Pemerintah Kota Bandung Sulastri 2008, Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Terorisme Di Televisi

Internet

http://infobandung.co.id/ridwan-kamil-berikan-nilai-8-5-untuk-lengkong-culiner-night/

https://kreditgogo.com/artikel/Gaya-Hidup/Bandung-Culinary-Night-Ajang-Kuliner-Murah.html

http://www.thepresidentpost.com/2014/04/21/rhythm-of-sundanese-song-in-lengkong-culinary-night/