BAB I

PENDAHULUAN

1.1 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.

Masyarakat adalah sebuah kelompok atau komunitas yang interdependen atau individu yang saling bergantung antara yang satu dengan lainnya. Pada umumnya sebutan masyarakat dipakai untuk mengacu sekelompok individu yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Selo Soemardjan memberikan pengertian masyarakat adalah :

> "Sebagai orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan. Masyarakat sebagai kelompok yang mempunyai rasa sosialis dan mempunyai sebuah persepsi terhadap apa yang dilihat dari suatu fenomena yang baru sehingga masyarakat atau khalayak dapat mengemukakan persepsi tersebut dan berkeinginan untuk mencari tahu apa saja yang seorang individu rasakan terhadap perubahan tersebut".

Masyarakat merupakan sekelompok manusia yang hidup secara bersama-sama dan saling berhubungan, artinya bahwa setiap individu manusia yang satu sadar akan adanya individu yang lain dan memperhatikan kehadiran individu tersebut.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi.selanjutnya mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain (Mulyana 2000:168).

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penghlihatan, pendengaran, penghayatan, persaan, dan penciuman. kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu

merupakan suatu penafsiran yang untik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

Persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan mengahasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali berbeda dari kenyataannya (thoha, 2000:124)

Persepsi merupakan proses yang menggabungkan dan mengorganisir data data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar dengan diri kita sendiri. Dan didalam mempersepsi keadaan sekitar maka kita harus melibatkan indra kita maka akan lahir sebuah argumen yang berasal dari informasi yang dikumpulkan dan diterima oleh alat reseptor sensorik kita sehingga kita dapat menggabungkan atau mengelompokkan data yang telah kita terima sebelumnya melalui pengalaman awal kita.

Persepsi adalah :

> "Proses pemahaman atau pemberian makna terhadap suatu rangsangan yang diperoleh melalui stimuli eksternal baik objek maupun manusia. Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra manusia (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar), atensi dan interpretasi" (Deddy Mulyana 2007:181)

Seperti salah satu *culinary night* di Kota Bandung, yang paling banyak dikunjungi dan apresiasi baik dari masyarakat yaitu, Lengkong *Culinary Night*, yang menurut persepsi sebagian masyarakat kecamatan Lengkong tentang *culinary night* ini adalah jajanan kulinernya yang disajikan bermacam-macam, memiliki banyak khas lokal (sunda), kesenian budaya tradisionalnya masih dilestarikan, acaranya diselenggarakan rutin dua minggu sekali dan Kecamatan

Lengkong merupakan pusat kota, sehingga mudah di akses oleh masyarakat untuk berkunjung baik masyarakat sekitar maupun luar dan juga wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Bandung, selain dapat menikmati kuliner masyarakat juga mendapatkan hiburan musik tradisional. Penjelasan tentang Lengkong *Culinary Night* merupakan salah satu persepsi masyarakat kecamatan Lengkong mengenai *culinary night* di kota Bandung yang peneliti teliti.

Peneliti ingin mengetahui persepsi masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* tersebut dengan persepsi yang bersifat dugaan karena pada dasarnya data yang kita peroleh melalui penginderaan tidak pernah lengkap, sehingga kita sering melakukan dugaan atau langsung melakukan penyimpulan bahwa kegiatan *culinary night* tersebut dapat menjadi media efektif murah dalam mempromosikan produk kuilner. Dengan sensasi dan persepsi dalam komunikasi intrapersonal seseorang dapat menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali.

Segala bentuk informasi penyampaian pesan yang ada dilingkungan sekitar diproses melalalui komunikasi dengan menggunakan alat indra yang menghasilkan informasi dan menafsirkan pesan. Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang ini berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan, dia berbicara pada dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, dia bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri, sehingga terjadinya persepsi dan proses pemberian makna pada sensasi. Persepsi atau cara pandang kita terhadap sesuatu akan menentukan jenis dan kualitas komunikasi yang kita lakukan, karena diacara

culinary night ini kita berhadapan langsung dengan masyarakat yang sedang berkunjung maka komunikasi yang kita lakukan dengannya pun akan baik pula. Dengan komunikasi intrapersonal yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Sensasi adalah proses menangkap stimuli. Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain, persepsi mengubah sensasi menjadi informasi. Memori adalah proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Berfikir adalah mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons.

Dengan adanya sensasi, atensi dan interpretasi adalah tahapan-tahapan yang dilalui untuk menghasilkan persepsi, semakin sama persepsi setiap orang, maka semakin efektif komunikasi yang dilakukan. Oleh karena itu penelitin ingin mengetahui persepsi masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* tersebut. Karena dengan persepsi-persepsi yang ada pada diri seseorang akan mempengaruhi proses komunikasi yang dilakukan, karena itu berfikirlah positif dan obyektif dalam memandang sesuatu.

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.

Berkenaan dengan hal-hal yang ditulis dengan teori persepsi yang dikemukakan diatas untuk lebih spesifik dalam penelitian ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul :

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

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 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"

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

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

1. Bagaimana **Sensasi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung ?
2. Bagaimana **Atensi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di KotaBandung ?
3. Bagaimana **Interpretasi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung ?

1.3 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

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Sensasi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui **Atensi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui **Interpretasi** Masyarakat Kecamatan Lengkong Tentang *Culinary Night* Sebagai Promosi Kuliner Di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

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

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Kegunaan bagi peneliti sangat bermanfaat bagi peneliti, dan juga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan dan mengetahui persepsi masyarakat Kecamatan Lengkong tentang *culinary night* di kota Bandung.

1.4.2.2 Bagi Akademik

Bagi mahasiswa-mahasiwi penerus keilmuan selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan serta sebagai salah satu rujukan untuk meneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama tentang persepsi yang terdapat pada masyarakat.

1.4.2.3 Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan manfaat bagi masyarakat tentang *culinary night* agar lebih baik lagi sehingga masyarakat lebih tertarik dengan adanya promosi kuliner tersebut.