

Etnografi Restoran: Kajian Mengenai Komodifikasi Dalam Industri Kuliner di Kota Bandung = Restaurant Ethnography: A Study of Commodification in the Culinary Industry of Bandung

Hardian Eko Nurseto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531469&lokasi=lokal>

Abstrak

Makan dan Makanan bagi manusia bukan hanya mengacu pada kebutuhan biologis semata, ada aspek budaya yang mengaturnya. Manusia dan pengetahuannya, termasuk makanan tidak dapat terpisahkan dari sosio-kultural dan lingkungan yang mereka buat. Baik dan buruknya makanan dipengaruhi oleh pengetahuan kita yang secara kultural belajar mengenai kriteria-kriteria terkait makanan. Restoran sebagai industri makanan, menyediakan arena untuk memberikan pengalaman makan pada konsumennya. Pengelola restoran menata dekorasi, memberikan pelayanan untuk mempengaruhi cita rasa konsumen. Cita rasa tidak hanya dipengaruhi oleh keahlian juru masak menciptakan makanan. Pelayanan dan suasana di restoran juga berpengaruh pada cita rasa.

Penelitian ini bertujuan menggambarkan usaha pengelola restoran untuk menarik konsumen serta melihat relasi yang terjadi dalam pengelolaan restoran. Penelitian yang dilakukan pada Oktober 2013 hingga Mei 2014 ini, menggunakan metode etnografi untuk menggali lebih dalam aspek-aspek kultural yang terjadi dalam pengelolaan restoran. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa konsumen dan pengelola restoran mentransformasi makanan, pelayanan dan suasana menjadi sebuah komoditi. The art of cuisine yang membuat makanan terlihat cantik telah membuai mata konsumen hingga menenggelamkan informasi nutrisi yang ada dalam makanan tersebut. Pelayanan yang ramah, suasana yang nyaman menjadi sebuah komoditi yang harus dibayar bersama makanan yang dimakan. Komodifikasi dalam upaya menarik konsumen tidak dilakukan oleh pengelola restoran saja, aktor-aktor lain diluar karyawan restoran juga turut andil. Seniman, komunitas, fotografer, dan media turut membantu dalam upaya menarik konsumen.

.....For a human, food and eating not only refer as biological needs, but also refer to the cultural aspect that governs it. Human and their knowledge, including food, cannot be separated from the socio-cultural and the environment they built. The goodness and the badness of food is affected by our cultural knowledge in learning of the criterias concerning food. Restaurants in the food industry provide an arena of experiencing food for their customers. Restaurateurs decorate and serve in a way that would affect the customer's taste. Taste is not only determined by the chef's expertise to process food, but also the ambience and service available in a restaurant.

This research aims to explain the effort of restaurateurs in attracting customers and to see the relations in progress in restaurant management. The Research that conducted in October 2013 and Mei 2014 used ethnographic method to dig deeper into the cultural aspects within restaurant management. The result of this research shows how customers and restaurateurs have transformed food, service, and ambience into a form of commodity. The art of cuisinie has made food to appear more beautiful, hence spoiling customers to put aside the nutritional information regarding the food they consume. Friendly, service, and comfortable ambience became commodities to spend your money on, along with the food itself. Commodification as an

effort the lure customers in to the restaurant is not only done by the restaurateurs, but also other actors such as restaurant employees. Artists, communities, photographers, and media also take part in this effort.