

Eksplorasi Keragaman Pengalaman Pengunjung Festival Rujak Uleg: Studi Pengalaman Intelektual, Sensorik, dan Sosial

Naily Ikhroma Anbilqis^{a,1,*}, Bambang Suharto^{b,2}, Santi Isnainy^{b,3}, Tri Siwi Agustina^{b,4}

^a Sekolah Pascasarjana Universitas Airlangga, Jl. Airlangga 4-6 Surabaya 60286, Indonesia

¹ naily.ikhroma.anbilqis-2022@pasca.unair.ac.id*; ² bambang.suharto@vokasi.unair.ac.id; ³

santi.isnaini@fisip.unair.ac.id ; ⁴ siwi@feb.unair.ac.id

* penulis korespondensi

ABSTRACT

Culinary festivals in recent decades have become increasingly popular around the world. Culinary is a medium that can build authentic relationships directly with traditions and culture, regardless of the consumer's motives. Regarding academics, in-depth studies on visitors' culinary festival experiences are still limited. Practically, knowledge about visitors' experience of culinary festivals is essential for organizing culinary festivals in the future. This study will explore the diversity of visitors' experiences of the culinary festival using a qualitative-descriptive approach and the data collected through in-depth interviews with visitors to the Rujak Uleg culinary festival. The Rujak Uleg Festival is held every year in Surabaya to celebrate the anniversary of Surabaya City and to preserve Surabaya's local culinary wisdom. The findings show the diverse experiences categorized into intellectual, sensory, and social dimensions. In food business, this study might inspire food business owners to participate in introducing their culinary products at various festivals so they can become more recognized to the public. Furthermore, the food business that is being run can be evaluated based on the festival visitors experiences.

Keywords: *culinary festival, rujak uleg festival, visitor experience*

ABSTRAK

Festival kuliner dalam beberapa dekade terakhir semakin populer di seluruh dunia. Kuliner merupakan media yang dapat membangun hubungan otentik langsung dengan tradisi maupun budaya, terlepas dari motif konsumen itu sendiri. Dalam ranah akademis, studi mendalam mengenai pengalaman pengunjung festival kuliner masih terbatas. Secara praktis, pengetahuan mengenai pengalaman pengunjung festival kuliner ini penting untuk pengorganisasian festival kuliner di masa depan. Studi ini akan mengeksplorasi keragaman pengalaman pengunjung festival kuliner menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengunjung festival kuliner Rujak Uleg. Festival Rujak Uleg diadakan setiap tahun di Surabaya untuk memeriahkan peringatan Hari Jadi Kota Surabaya dan melestarikan kearifan kuliner lokal Surabaya. Temuan menunjukkan keragaman pengalaman yang dikategorikan dalam dimensi intelektual, sensorik, dan sosia. Dalam keilmuan bisnis makanan, penelitian ini dapat mendorong para pelaku bisnis makanan untuk turut mengenalkan produk kulinernya dalam berbagai festival agar dapat lebih dikenal masyarakat. Selain itu bisnis makanan yang sedang dijalankan juga dapat memperoleh evaluasi dari pengalaman pengunjung yang hadir di festival tersebut.

Kata Kunci: festival kuliner, festival rujak uleg, pengalaman pengunjung

1. Pendahuluan

Festival telah tumbuh secara cepat baik dalam ranah lokal dan global serta berkaitan dengan jumlah, popularitas, dan keragaman sejak 1980 (Getz, 1997). Festival menjadi sektor industri wisata dan rekreasi yang terus tumbuh dan dikembangkan oleh komunitas, pemerintah, dan organisasi. Huang dkk., (2010) berpendapat bahwa festival dinilai mampu meningkatkan ekonomi lokal, serta mempromosikan budaya dan produk lokal. Berbagai jenis festival terus tumbuh dengan tema yang berbeda-beda. Kuliner menjadi salah satu hal lumrah yang turut melengkapi komponen festival. Menurut Gannon dkk. (2019) tidak semua festival yang memasukkan komponen kuliner dapat diklasifikasikan menjadi festival kuliner. *Food festival* atau festival kuliner merupakan festival yang menonjolkan kuliner lokal atau khas kedaerahan yang sengaja diselenggarakan untuk melibatkan komunitas maupun perayaan publik dan promosi kuliner.

Festival pada konteks pengalaman menawarkan aktivitas rekreasi yang sering dibagikan kepada kenalan, keluarga, atau teman. Hal ini menunjukkan bahwa niat mengunjungi festival dan pengalaman saat berkunjung menyiratkan ajakan kunjungan kembali berdasarkan pengalaman sebelumnya (Ikäheimo, 2020). Menurut Chang dkk., (2018) festival kuliner dapat menyatukan konsumen dan produsen dalam suasana keingintahuan terkait makanan dan membangkitkan rangsangan sensorik, afektif, kognitif, perilaku, hingga sosial terhadap makanan yang ditawarkan. Pengunjung dapat bereksperimen dengan rasa juga mengeksplor suasana dan emosi yang dirasakan, sehingga meninggalkan kesan yang dapat diingat di masa depan. Mason dkk., (2012) mengatakan bahwa festival makanan dapat mematahkan kebiasaan juga perilaku dalam pilihan konsumsi makanan bagi pengunjung. Heldke (2015) berpendapat bahwa makanan merupakan media yang dapat membangun hubungan otentik langsung dengan tradisi maupun budaya, terlepas dari motif konsumen itu sendiri.

Yeung dkk., (2021) berpendapat bahwa pengunjung dapat memiliki persepsi dan reaksi yang berbeda terhadap festival kuliner yang dikunjungi. Hal ini dikarenakan pengalaman merupakan gabungan kombinasi lingkungan, barang, dan jasa yang disediakan. Leer dkk., (2022) berpendapat bahwa festival lokal merupakan wadah yang pas untuk mengekspresikan karakter unik dan khas melalui perayaan komunitas. Dalam hal ini festival kuliner turut melibatkan komunitas tertentu untuk memperkenalkan kuliner daerah dan menjadi salah satu peluang alternatif bagi pengembangan pariwisata di suatu daerah (Silkes dkk., 2012). Lagacé dkk., (2022), Lee & Arcodia (2011), serta Chang & Yuan, (2011) sama-sama berpendapat bahwa dalam puluhan tahun terakhir, festival makanan semakin populer di seluruh dunia. Penelitian sebelumnya dengan metode kuantitatif yang dilakukan oleh mereka mengenai pengalaman pengunjung di festival makanan banyak menunjukkan keragaman, seperti keinginan untuk rekreasi santai, bersosialisasi, maupun mendapatkan pengetahuan dari festival kuliner. Namun karena informan didapat dalam skala besar, masing-masing pengalaman yang diceritakan informan masih kurang dalam aspek kedalaman.

Penelitian lainnya dengan metode kualitatif mengenai pengalaman pengunjung pernah dilakukan oleh Choo dkk., (2022), Blichfeldt & Halkier (2014), Folkloristics (2014) festival kuliner Italia, AS, dan Denmark. Fokus utama pada beberapa penelitian ini adalah pada dampak festival secara lokal dan konsumsi. Penelitian kualitatif lainnya mengenai

pengalaman pengunjung festival kuliner dilakukan oleh Leer & Juel-Jacobsen (2022) pada festival makanan Denmark. Penelitian ini berfokus pada pengalaman seputar makanan dari perspektif konsumen dengan cakupan kategori sosial yang terbatas, seperti beberapa informan yang memiliki kesamaan gelar dan bidang pendidikannya merasakan pengalaman intelektual yang sama saat menghadiri festival kuliner tersebut, sehingga saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas kategori sosial informan.

Johnston & Baumann (2014) berpendapat bahwa pengalaman pengunjung mengenai festival kuliner berhubungan erat dengan bagaimana cara mengatur sebuah festival kuliner dengan identitas sosial dan kategori sosial termasuk jenis kelamin, kelas, serta usia yang berbeda-beda. Festival dibangun secara sosial, tidak semata-mata individual. Praktik manusia yang bersifat sensorik ini diwujudkan, tertanam dan dibentuk oleh cita-cita, norma budaya, serta praktik kebudayaan (Falconer, 2020).

Artikel ini memberikan manfaat praktis berupa pemahaman mendalam mengenai festival kuliner yang dapat memberi masukan bagi praktisi yang berkecimpung di bidang festival kuliner mengenai acara, desain, maupun konsep yang lebih menarik dan bermanfaat bagi pengunjung. Selain itu, praktisi juga dapat menyadari titik daya tarik mana yang lebih sesuai dengan keragaman perspektif pengunjung. Pada tingkat akademik, artikel ini dapat memberikan pemahaman yang baik mengenai pengalaman terkait festival kuliner, variasinya, serta praktik sosialnya. Selain itu, artikel ini dapat menambah literatur baru pada dimensi yang sangat relevan kaitannya dalam studi dan desain kuliner (Parasecoli, 2022)

Dalam artikel ini, penelitian akan difokuskan pada pengalaman pengunjung di festival kuliner lokal Surabaya, Indonesia, yang diperingati sebagai serangkaian acara Hari Jadi Kota Surabaya setiap tahunnya, yaitu festival rujak uleg. Peneliti akan menganalisis secara mendalam melalui perspektif pengunjung tentang pengalaman mereka menghadiri festival rujak uleg. Festival Rujak Uleg menjadi salah satu strategi DKKORP (Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga) kota pahlawan dalam menghidupkan destinasi kawasan kota tua wilayah Surabaya.

Setiap tahun, Festival Rujak Uleg digelar di Jalan Kembang Jepun dan diikuti oleh ratusan UMKM rujak cingur, makanan, serta minuman. Festival ini diselenggarakan dengan berbagai agenda di dalamnya, seperti kompetisi memasak rujak uleg dengan kostum yang unik, pertunjukan-pertunjukan seperti reog ponorogo, barongsai, dan sebagainya. Menurut Wiwiek Widayati, Kepala DKKORP Surabaya, dilansir dari Merdeka.com, Salah satu tujuan penyelenggaraan Festival Rujak Uleg adalah sebagai upaya pelestarian kuliner rujak cingur asal Surabaya sebagai warisan budaya tak benda (WBTB). Festival Rujak Uleg diharapkan dapat menjadi industri wisata baru dan komoditas yang menghasilkan di Kota Surabaya. (Paragraf 6 - warisan budaya tak benda (WBTB). Festival Rujak Uleg diharapkan dapat menjadi industri wisata baru dan komoditas yang menghasilkan di Kota Surabaya.) Terlebih, terdapat fenomena perubahan perilaku masyarakat khususnya kelompok menengah dan atas yang lebih suka makan di luar seperti restoran, rumah makan, dan lainnya untuk mencari pengalaman yang menyenangkan. Festival semacam ini bisa menjadi bentuk pengalaman makanan di luar yang cukup menyenangkan (Wardiyanta dkk, 2019).

Festival Rujak Uleg pertama kali diadakan tahun 2007 dan berlangsung rutin setiap tahun pada siang hari. Namun *event* ini sempat vakum dua tahun karena pandemi. Pada perayaan Festival Rujak Uleg tahun 2022, festival ini diselenggarakan pada malam hari untuk memancing antusiasme pengunjung di kota tua kembang jepun yang sekarang telah menjadi destinasi wisata kuliner Surabaya pada malam hari

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi keragaman pengalaman pengunjung Festival Rujak Uleg, baik dari pengalaman intelektual, sensorik, dan sosial. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang pengalaman festival kuliner, dan akan menjawab bagaimana pengunjung dari kategori sosial yang beragam menggambarkan pengalaman mereka saat menghadiri Festival Rujak Uleg, apa yang mereka lakukan di sana, apakah ada sesuatu atau nilai yang dicari melalui Festival Kuliner Rujak Uleg, bagaimana pengunjung yang berbeda dapat diklasifikasikan dan tetap terhubung dengan berbagai jenis kegiatan di Festival Rujak Uleg.

Dalam keilmuan bisnis makanan, penelitian ini memiliki kontribusi untuk mendorong para pelaku bisnis makanan agar turut mengenalkan produk kulinernya dalam berbagai festival agar dapat lebih dikenal masyarakat. Selain itu bisnis makanan yang sedang dijalankan juga dapat memperoleh evaluasi dari pengalaman pengunjung yang hadir di festival tersebut. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk memberi sudut pandang para pengunjung melalui festival kuliner bagi pelaku bisnis makanan, mengenai produk makanan yang diikutsertakan dalam festival kuliner, baik dari pengalaman intelektual, sensorik, dan sosial.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena dan memahami isu-isu maupun kenyataan yang ada. Menurut Moleong (2019), Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk menjelaskan sesuatu yang telah terjadi dengan latar dari individu secara holistik. Jadi penelitian ini akan mengupas keragaman pengalaman pengunjung festival rujak uleg, yang dalam hal ini merupakan individu yang dipandang sebagai bagian dari suatu keutuhan, bukan dalam variabel maupun hipotesis.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap 8 informan dengan latar belakang pendidikan, kategori sosial, dan pekerjaan yang berbeda-beda. Instrumen penelitian disusun dengan langkah awal menganalisis topik dan tujuan, kemudian menentukan kajian teori yang relevan, serta jenis instrumen yang digunakan, dilanjutkan dengan menyusun kisi-kisi serta pertanyaan, hingga instrumen siap digunakan.

Sesuai dengan saran yang diberikan pada penelitian sebelumnya karya Lee dkk., (2017), yang menyatakan bahwa pada penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan kategori sosial. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling linier. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan rekomendasi dari subjek yang diwawancarai. Satu subjek individu memberikan informasi tentang satu subjek lain hingga rantai berlanjut sampai mencapai data jenuh.

Pertanyaan wawancara diawali dengan perkenalan untuk mengulik latar belakang informan, kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan-pertanyaan terkait pengalaman yang dirasakan informan saat menghadiri festival tersebut. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu diawali dengan pencatatan data-data yang diperoleh dari lapangan, kemudian mengklasifikasikannya, membuat ikhtisar, serta mencari dan menemukan pola-pola hubungan untuk menghasilkan temuan. Etika dalam penelitian ini dilandaskan pada norma-norma seperti norma kesopanan, norma hukum, dan norma moral. Peneliti meminta izin kepada subjek atas segala data yang akan ditulis dalam penelitian ini dengan memperhatikan kebiasaan dan konvensi di tatanan masyarakat. Selain itu peneliti memiliki kesadaran yang baik atas segala sesuatu yang ditulis dalam penelitian ini dan siap mempertanggungjawabkannya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Festival Rujak Uleg

Festival Rujak Uleg menjadi salah satu festival kuliner dengan tujuan melestarikan kuliner khas Kota Surabaya yaitu rujak cingur. Rujak cingur merupakan kuliner khas dengan isian berbagai sayuran dan buah-buahan, seperti sayuran yang terdiri dari daun ketela dan kecambah, ditambah dengan tahu, tempe, cingur sapi, lontong yang dicampur dengan bumbu uleg khas. Bumbu uleg ini terbuat dari kacang tanah goreng, pisang klutuk, terasi, gula merah, asam jawa, garam, lombok, juga petis.

Dilansir dari laman resmi surabaya.go.id, rujak cingur merupakan kuliner khas Surabaya yang telah ditetapkan sebagai salah satu WBTB (Warisan Budaya Tak Benda) pada 2021. Festival Rujak Uleg merupakan event tahunan yang digelar pertamakali pada 2007 oleh Pemerintah Kota Surabaya dan sebagai salah satu festival pada rangkaian peringatan Hari Jadi Kota Surabaya (HJKS). Festival ini hanya ada di Surabaya dan diikuti oleh 1500 peserta untuk *menguleg* rujak bersama setiap tahunnya. Festival Rujak Uleg berhasil mencetak rekor muri dengan kategori pengulek bumbu rujak terbanyak.

Festival Rujak Uleg dihadiri oleh masyarakat lokal Surabaya dan luar Surabaya. Festival ini dihadiri oleh sebagian besar wisatawan dari seluruh Jawa Timur, juga para penjual rujak cingur. Selain itu peserta juga terdiri dari perwakilan tiap kecamatan di Surabaya. Selain warga Jawa Timur sebagai pengunjung, Pemerintah kota Surabaya juga mengundang konjen dan mahasiswa asing untuk turut hadir dalam festival ini. Festival ini diselenggarakan di kawasan Jalan Kembang Jepun, Surabaya. Para peserta lomba rujak uleg diharuskan memakai pakaian-pakaian unik sesuai kreasi masing-masing, seperti pakaian bertema profesi (tentara, dokter, dan lain-lain), pakaian tokoh pewayangan (Gatot Kaca, Semar, Petruk, dan lain-lain), berdandan seperti hantu (pocong, kuntilanak, genderuwo, buto ijo), hingga pakaian dengan hiasan bunga yang heboh. Para peserta juga menyiapkan yel-yel untuk menarik perhatian dewan juri dan pengunjung lain agar dapat memenangkan kompetisi. Pendukung dari tiap kelompok peserta pun turut menyemarakkan lomba rujak uleg, diantaranya warga dari masing-masing kelurahan, keluarga peserta hingga pengunjung yang hadir.

Pada tahun 2018, Festival Rujak Uleg terpaksa dibatalkan karena ada insiden pengeboman tiga gereja di Surabaya. Selanjutnya pada tahun 2020 dan 2021 sempat tidak terselenggara akibat pandemi. Festival Rujak Uleg diselenggarakan kembali pada tahun 2022 pada malam hari. Dilansir dari laman surabaya.go.id, Kepala Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (DKKORP) Surabaya, Wiwiek Widayati, mengatakan, penyelenggaraan Festival Rujak Uleg 2022 pada malam hari bertujuan agar berbeda dari tahun-tahun sebelumnya yang sudah pernah digelar, yaitu pada pagi, siang, hingga sore hari. Selain itu, penyelenggaraan Festival Rujak Uleg pada malam hari bertujuan untuk membranding kawasan wisata kota tua di Surabaya Utara, yaitu wilayah kya-kya Kembang Jepun Surabaya (Ulumuddin, 2022). Branding wisata berdasarkan karakteristik daerah yang sudah diimplementasikan terdapat di Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Bantul sebagai kawasan wisata kuliner dengan diferensiasi masing-masing serta Kalurahan Candan DIY sebagai desa wisata kebugaran (Wardiyanta dkk., 2020).

3.2. Latar Belakang Informan

Peneliti melakukan wawancara mendalam bersama delapan informan dengan latar belakang yang berbeda-beda, termasuk dalam hal pendidikan dan pekerjaan. Sebanyak empat informan, yaitu H, R, F, dan S menyanggah gelar diploma dengan jurusan yang berbeda. H di jurusan pariwisata, R jurusan transportasi, F jurusan pengobatan tradisional dan bekerja sebagai guru, juga S jurusan bisnis internasional dengan pekerjaan sebagai penyiar radio. Selain itu, dua informan lain merupakan sarjana ilmu komunikasi, yaitu T dan Y. T di minat studi *marketing* dan bekerja di sektor bisnis kuliner, serta Y di jurusan kehumasan dengan pekerjaan di bidang promosi dan *marketing*. Dua informan lain sedang menempuh pendidikan di sastra dan kedokteran, yaitu I pada jurusan Sastra Indonesia, dan A di Kedokteran Gigi. Usia mereka pun cukup beragam. I berusia 21 tahun, H, R, F dan A berusia 23 tahun, T dan S berusia 30 tahun, serta Y berusia 40 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan dan karir, mereka masuk sebagai kelompok sosial kelas menengah dengan perbedaan generasi. I, H, R dan F termasuk generasi Z, T dan S generasi *millennial*, dan Y generasi X.

Informan menunjukkan tujuan yang berbeda dalam menghadiri Festival Kuliner Rujak Uleg. H, F, dan R menghadiri Festival Rujak Uleg karena mereka suka keramaian dan ingin turut serta merayakan Hari Jadi Kota Surabaya. S dan T menghadiri festival karena ingin membuat konten yang berhubungan dengan pekerjaan mereka. Y turut serta menjadi peserta Festival Rujak Uleg dengan kostum cleopatra bersayap. Sedangkan I dan A datang karena penasaran mengenai acara di festival Rujak Uleg (Tabel 1).

Tabel 1. Latar Belakang Informan

Nama/ Usia	Pendidikan/ Pekerjaan	Ketertarikan terhadap Kuliner	Bentuk Partisipasi
H/23	Diploma Pariwisata	Tidak terlalu tertarik terhadap kuliner, hanya ingin menghadiri festival dan pertunjukan di dalamnya	Datang bersama teman-teman kuliahnya karena menyukai keramaian dan hal-hal yang berhubungan dengan festival, tidak hanya tentang makanan
F/23	Diploma Pengobatan Tradisional/ Guru TK	Lumayan tertarik soal kuliner rujak uleg, dan ingin belajar membuat rujak uleg	Datang bersama keluarga untuk mengisi waktu luang saat weekend dan ingin turut memeriahkan acara Hari Jadi Kota Surabaya
T/30	Sarjana Komunikasi/ Bekerja sebagai marketing di FnB	Sangat tertarik terhadap berbagai jenis kuliner, turut memperhatikan rasa makanan, tidak hanya tampilan saja, di setiap festival kuliner yang didatangi	Aktif terlibat dalam berbagai festival, khususnya festival kuliner, karena suka mencicipi makanan dan aktif membuat konten serta turut memeriahkan momen Hari Jadi Kota Surabaya
Y/42	Sarjana Komunikasi/ Bekerja di bidang marketing dan promosi	Tertarik di bidang kuliner, turut serta dalam lomba <i>menguleg</i> rujak	Berdandan ala cleopatra untuk mewakili perusahaannya menjadi peserta festival rujak uleg
S/33	Diploma Bisnis Internasional/ Penyiar radio	Sangat tertarik dengan kuliner, tau banyak tentang kuliner, hobi memasak, memiliki pengalaman monitoring kuliner di sentra wisata kuliner Surabaya, Ingin mempelajari tentang kuliner khas Surabaya.	Hadir untuk menjalankan tugas kantor bersama kolega
R/23	Diploma Transportasi/ karyawan swasta	Lumayan tertarik dengan kuliner, tapi belum ada minat untuk belajar tentang kuliner	Datang bersama keluarga untuk turut memeriahkan hari jadi kota Surabaya
A/23	Mahasiswi Kedokteran Gigi	Sangat tertarik dengan kuliner, sempat <i>mengobrol</i> sama peserta	Datang bersama teman-teman karena penasaran dengan acaranya, apalagi bersamaan

Nama/ Usia	Pendidikan/ Pekerjaan	Ketertarikan terhadap Kuliner	Bentuk Partisipasi
		tentang bumbu dan rasa rujak uleg, keunikannya, dan pembedanya dengan kuliner lain. Sempat ingin menjual rujak uleg karena terinspirasi dari festival rujak uleg	dengan Hari Jadi Kota Surabaya
I/21	Mahasiswa di jurusan Sastra Indonesia/ Penyiar radio	Sangat tertarik terhadap kuliner seperti rujak uleg, bahkan sebelumnya sering membuat rujak dan memiliki kesulitan dalam hal mencari komposisi petis yang pas. Saat di festival sempat menemukan salah satu penjual rujak uleg matengan yang menurut responden memiliki petis yang edap dan kekentalan yang pas	Datang bersama pacar karena penasaran dengan acara dan keseruan yang ada di festival rujak uleg

3.3. Keragaman Pengalaman pada Festival Rujak Uleg

Berdasarkan wawancara mendalam bersama delapan informan, dapat ditarik kesejajaran antara pengalaman para informan. Identifikasi keragaman pengalaman pengunjung festival Rujak Uleg dapat dikategorikan menjadi pengalaman intelektual, pengalaman sensorik, dan pengalaman sosial.

Pengalaman Intelektual

Masing-masing informan merasakan pengalaman intelektual yang beragam. Pengalaman intelektual yang mereka rasakan berkaitan dengan alasan mereka mengunjungi festival rujak uleg dan latar belakang pendidikan serta pekerjaan mereka saat ini. Seperti H, dengan latar belakang pendidikan sebagai diploma pariwisata, ia lebih memperhatikan tentang festival itu sendiri dibanding kulinernya. H merasa mendapatkan sudut pandang baru terkait jenis festival sebagai bentuk pariwisata di suatu kota sekaligus menjadi pilihan destinasi oleh orang-orang di luar Surabaya untuk berkunjung ke Festival Rujak Uleg. Sementara produknya, Rujak Uleg dapat dikembangkan menjadi produk oleh-oleh yang potensial untuk mendukung pariwisata (Ikawati dan Primasari, 2019).

Selain itu, S, sebagai seseorang yang pernah berkecimpung di bidang kuliner, cukup mengkritisi Festival Rujak Uleg dari segi kuliner. Rujak cingur yang menurutnya bukan kuliner asli Surabaya melainkan kuliner akulturasi dari para perantau di luar Surabaya yang

dibawa ke Surabaya, namun faktanya seiring berjalannya waktu diakui sebagai kuliner lokal asli Surabaya. S juga menyoroti soal keamanan dari jalannya festival. Menurut S, pemerintah daerah dan Dinas Pariwisata perlu melakukan konsolidasi terkait keamanan dan *crowd control*-nya karena saat pelaksanaannya banyak pengunjung yang kehilangan barang.

Berbeda dengan kedua informan di atas, T, A, dan I memiliki pengalaman intelektual yang cukup menarik terkait kuliner rujak uleg. Sebagai pecinta kuliner, T cukup memiliki kesempatan untuk memperhatikan dan mengevaluasi rasa dari rujak uleg yang disajikan oleh peserta yang berbeda-beda. Selain itu T juga sempat mengobrol dengan peserta tentang komposisi dan resep dari rujak uleg tersebut.

A yang datang bersama teman-temannya juga sempat mengobrol dengan peserta tentang kuliner rujak uleg. Ia mengaku terinspirasi ingin berjualan rujak setelah menghadiri festival tersebut. Begitu pula dengan I yang mengaku ingin mempelajari komposisi petis rujak uleg yang menurutnya susah untuk mendapatkan ukuran dan rasa yang pas. Setelah dari festival, ia ingin belajar membuat rujak uleg yang enak di rumah.

Y yang merupakan peserta Festival Rujak Uleg mengaku ingin belajar mengeksplorasi rujak uleg lebih lanjut, karena belum berhasil memenangkan perlombaan. Selain itu Y juga mengamati pola penilaian dewan juri yang tidak hanya menilai dari rasa rujak, melainkan juga dari kostum yang kreatif, serta *supporter* yang ramai.

Pengalaman Sensorik

Semua informan menyatakan kesan sensorik yang positif. F, H, R, dan A mengaku senang memiliki kesempatan untuk mencicipi kuliner rujak uleg secara gratis. Selain itu mereka fokus pada acara dan pertunjukkan yang digelar di festival tersebut. Informan lainnya seperti S, I, Y, dan T juga memiliki pengalaman sensorik yang cukup beragam. Tidak hanya berfokus pada kuliner rujak uleg, mereka juga mengamati keindahan kota tua Kembang Jepun dan suasananya

Semua informan mengaku senang dengan suasana ramai yang ada di festival tersebut. Apalagi setelah pandemi, antusiasme masyarakat membludak karena festival ini merupakan acara yang cukup ditunggu-tunggu setelah dua tahun vakum. T, sebagai pengunjung yang selama beberapa tahun terakhir tidak pernah absen untuk turut meramaikan, mengaku penyelenggaraan Festival Rujak Uleg lebih nyaman ketika diselenggarakan saat malam hari, dibanding pagi atau siang hari. Menurut T, cuaca Surabaya yang panas saat siang kurang cocok untuk penyelenggaraan acara yang melibatkan banyak orang di ruangan terbuka.

Semua informan merasakan pengalaman sensorik yang *memorable* mulai dari kulinernya, suasananya, kenikmatan visual dari estetika bangunan, hingga pertunjukan yang dipertontonkan di Festival Rujak Uleg.

Pengalaman Sosial

Semua informan mengalami pertukaran sosial saat berkunjung di Festival Rujak Uleg. H dan A yang datang bersama teman-temannya sengaja mencari suasana ramai dengan banyak orang untuk sekedar refreshing dan menikmati jalannya acara. A juga sempat bersosialisasi dan mengobrol dengan peserta rujak uleg. F dan R datang bersama keluarganya untuk turut memeriahkan Hari Jadi Kota Surabaya. R berkenalan dengan pengunjung lain dan

menanyakan asal kota mereka yang ternyata berasal dari luar kota Surabaya. T datang bersama temannya untuk berinteraksi dengan pengunjung lain juga sekaligus membuat konten di media sosialnya.

Pengalaman sosial yang dirasakan S lebih ke pendekatan profesional karena bersama kolega menjalankan pekerjaannya untuk meliput jalannya acara sebagai konten radio. Y yang saat itu mewakili perusahaannya untuk tampil sebagai peserta lomba rujak uleg memiliki pengalaman sosial yang lekat dengan rekan satu timnya. Y berusaha untuk tampil kompak dengan koordinasi yang matang dengan harapan bisa menang sebagai juara. I datang bersama kekasihnya untuk sekadar menikmati suasana yang ada di Festival Rujak Uleg. Pengunjung merasakan kadar dimensi pengalaman yang berbeda-beda (Tabel 2).

Tabel 2. Pengalaman Informan

Nama/ Usia	Pengalaman Intelektual	Pengalaman Sensorik	Pengalaman Sosial
H/23	Tidak terlalu tertarik dengan dimensi intelektual mengenai kuliner, hanya tertarik tentang festival sebagai destinasi wisata di kota Surabaya	Menikmati keramaian saat di festival, serta memperhatikan bangunan-bangunan tua yang ada di sekitar	Mengunjungi festival bersama teman-temannya karena menyukai keramaian
F/23	Agak tertarik untuk mengetahui informasi-informasi mengenai kuliner dan ingin belajar lebih lanjut tentang rujak uleg	Senang mendapat kesempatan untuk mencicipi kuliner rujak uleg secara gratis	Bersama Ibu dan adiknya menikmati berbagai pertunjukan di festival sekaligus memeriahkan Hari Jadi Kota Surabaya
T/30	Cukup kritis terhadap rasa masakan dan memiliki keingintahuan lebih lanjut terhadap berbagai jenis kuliner	Tertarik dengan segala jenis kuliner termasuk rujak uleg, turut mencicipi rujak dari berbagai peserta, serta memperhatikan suasana sekitar	Berkunjung dengan teman dan berkenalan dengan pengunjung lain untuk membuat konten di media sosialnya
Y/42	Sangat menikmati proses pencarian resep yang pas untuk suatu masakan terutama rujak uleg, karena ia merupakan salah satu peserta	Turut serta dalam proses pembuatan rujak uleg, memakai kostum <i>cleopatra</i> dan membuat yel-yel	Memeriahkan acara dengan menjadi peserta bersama koleganya untuk turut <i>menguleg</i> rujak bersama. Selain itu juga berinteraksi dengan pengunjung lain untuk

			mengedarkan hasil rujak ulegnya.
S/33	Sangat kritis terhadap asal muasal rujak uleg, meletakkan perhatian pada aspek keamanan yang ada di festival	Mencicipi berbagai rasa rujak uleg dari beberapa peserta, yang menurutnya memiliki rasa yang aman-aman saja, memperhatikan flow keramaian pengunjung	Datang dengan kolega, serta berinteraksi dengan peserta dan pengunjung untuk kebutuhan peliputan
R/23	Tidak terlalu tertarik mengenai dimensi intelektual pada festival rujak uleg	Senang mendapat kesempatan mencicipi rujak uleg secara gratis, kurang memperhatikan aspek visual di sekitar karena menurutnya tidak sempat dan terlalu ramai	Berkunjung bersama keluarganya untuk menikmati jalannya acara dan memeriahkan Hari Jadi Kota Surabaya
A/23	Cukup senang untuk berbincang mengenai kuliner rujak uleg dan belajar lebih lanjut	Sangat tertarik mencicipi rujak uleg dari para peserta, juga menurut Ana penyelenggaraan di Jalan Kembang Jepun sudah pas karena suasananya cocok dan bangunannya otentik	Berkunjung bersama teman dan sempat berinteraksi dengan peserta lomba
I/21	Senang mencoba resep rujak uleg dan mencari inspirasi ketika menghadiri festival rujak uleg.	Memperhatikan bangunan di sekitar, menikmati pertunjukan, dan turut mencicipi rujak uleg dengan petis yang pas	Datang bersama kekasihnya untuk sekedar menikmati acara dan tidak sempat berinteraksi dengan pengunjung lain.

Semua informan mengalami berbagai jenis pengalaman dalam tiga *register* yaitu pengalaman intelektual, sensorik, dan sosial. Namun tampaknya masing-masing informan memiliki penekanan pada jenis pengalaman. Sebagai contoh, T dan S yang lebih condong pada pengalaman intelektual, dengan gagasan kritisnya mengenai rasa dan asal-usul kuliner rujak uleg. F, H, R, I, dan A dengan pengalaman sensoriknya mencicipi makanan secara gratis dan mengamati suasana sekitar, serta Y yang mengalami pertukaran sosial masif dengan koleganya untuk memenangkan sebuah kompetisi *menguleg* rujak.

Perbedaan pengalaman yang dirasakan pengunjung ini berkaitan dengan sudut pandang dalam sosiologi pangan kontemporer Pierre Bourdieu tentang konsumsi pangan (Bourdieu, 1979). Bourdieu berpendapat bahwa praktik yang berkaitan dengan makanan atau kuliner dapat diinternalisasi secara berbeda, yang dipengaruhi oleh pola asuh, kelas, dan pendidikan. Kelompok sosial yang berbeda memiliki kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari dan memanifestasikannya dalam posisi yang berbeda. Dalam penelitian ini kelas sosial tidak mudah diidentifikasi karena data mengenai pendapatan informan tidak diketahui. Beberapa informan belum memiliki pendapatan karena masih berkuliah sedangkan beberapa lainnya menolak memberi informasi mengenai pendapatan. Namun setiap informan memiliki tingkat pendidikan yang berbeda, yaitu masih berkuliah, diploma, dan sarjana. Selain itu para informan berada di usia yang berbeda-beda yaitu sekitar 20-an, 30-an, dan 40.

Berdasarkan tingkat pendidikan, dan pekerjaan yang sedang dijalani saat ini, para informan dapat diklasifikasikan pada kelas menengah. Melalui klasifikasi pendidikan dan pekerjaan ini pula, para informan merasakan jenis pengalaman yang berbeda. Pendidikan dan pekerjaan dapat memberikan pengalaman yang berbeda terhadap cara seseorang merasakan sebuah pengalaman dan pandangannya terhadap sesuatu, karena keduanya memiliki peran dan lingkungan yang berbeda pula dalam membentuk pemikiran, perspektif, dan sikap seseorang (Hartung dkk., 2018). Sebagai contoh T dan S yang sama-sama pernah ada di bidang kuliner merasakan pengalaman intelektual yang dominan terhadap festival kuliner. Kemudian H, R, F, A, dan I sebagai informan dengan latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang tidak pada bidang kuliner, merasakan pengalaman sensorik yang dominan, terkait mencicipi rujak, mengamati estetika visual, hingga suasana saat di festival. Y, dengan latar belakang sebagai marketing dan promosi, merasakan pengalaman sosial yang paling dominan di antara informan lainnya. Keterbatasan dalam penelitian ini ada pada informan yang hanya berasal dari Surabaya saja sehingga pengalaman pengunjung yang didapat hanya berasal dari pengunjung Surabaya. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperoleh data yang lebih beragam, khususnya dari pengunjung yang berasal dari luar Surabaya untuk dapat memperkaya hasil yang didapat.

4. Kesimpulan

Festival kuliner berpotensi menarik pengunjung dari latar belakang yang berbeda untuk memberi mereka pengalaman yang berbeda pula. Penelitian ini memberikan wawasan tambahan mengenai kompleksitas pengalaman pengunjung festival kuliner dari perspektif konsumen, yaitu pengalaman intelektual, sensorik, dan sosial. Ketiga dimensi pengalaman ini berperan dalam pengalaman yang sama, tetapi dengan cara yang berbeda.

Semua informan dalam penelitian ini senang dengan pengalaman mereka, terlepas dari kepuasan umum dan bentuk partisipasi mereka. Tingkat pendidikan dan pekerjaan informan berkaitan dengan cara informan mendapatkan pengalaman di Festival Rujak Uleg. Penelitian ini dapat menjadi titik tolak untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai pengalaman festival yang lebih beragam, misalnya di luar festival kuliner. Peluang pada penelitian selanjutnya yaitu eksplorasi pengalaman pengunjung dapat dilakukan pada festival-festival lain seperti festival musik, festival seni, maupun festival budaya, untuk dapat memperkaya sudut pandang

sebuah festival dari pengalaman pengunjung bagi praktisi yang berkecimpung di bidang festival maupun dalam penyelenggaraan suatu festival secara menyeluruh.

Pustaka

- Blichfeldt, B. S., & Halkier, H. (2014). Mussels, tourism and community development: a case study of place branding through food festivals in Rural North Jutland, Denmark. *European Planning Studies*, 22 (8), hal. 1587–1603. Doi: <https://doi.org/10.1080/09654313.2013.784594>.
- Chang, M., Kim, J.-H., & Kim, D. (2018). The Effect of Food Tourism Behavior on Food Festival Visitor's Revisit Intention. *Sustainability (Basel, Switzerland)*, 10 (10), 3534. <https://doi.org/10.3390/su10103534>.
- Chang, W., & Yuan, J. J. (2011). A taste of tourism: Visitors' motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15 (1), 13–23. <https://doi.org/10.3727/152599511X12990855575024>.
- Choo, H., Park, D. B., & Petrick, J. F. (2022). Festival tourists' loyalty: The role of involvement in local food festivals. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 57–66. <https://doi.org/10.1016%2Fj.jhtm.2021.12.002>.
- Falconer, E. (2020). *Space, taste and affect*. Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9781315307473-101>.
- Festival Rujak Uleg Surabaya 2022 Makin Meriah Dihadiri Gubernur Khofifah- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. (n.d.). Diakses pada: March 26, 2023, from <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/festival-rujak-uleg-surabaya-2022-makin-meriah-dihadiri-gubernur-khofifah>
- Folkloristics, M. F.-J. of E. and, & 2014, undefined. (2014). On Grape, Feast and Community: An Ethnographic Note on the Making of a Grape Harvest Festival in an Italian Town in Piedmont. Ceeol.Com.
- Gannon, M., Taheri, B., & Olya, H. (2019). Festival quality, self-connection, and bragging. *In Annals of Tourism Research*, 76, 239-252. <https://doi.org/10.1016%2Fj.annals.2019.04.014>.
- Getz, D. (1997). Trends and issues in sport event tourism. *Tourism Recreation Research*, 2 2(2), 61–62. <https://doi.org/10.1080/02508281.1997.11014804>.
- Heldke, L. (2015). *Exotic Appetites: Ruminations of A Food Adventurer*. New York: Routledge.
- Huang, Z., Li, M., Cai, L., Huang, J. Z., & Cai, L. A. (2010). A model of community-based festival image. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.010>.
- Ikäheimo, J. (2020). Exclusive craft beer events: liminoid spaces of performative craft consumption. *Food, Culture and Society*, 23 (3), 296–314. <https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1741065>.
- Ikawati, R. & Primasari, I.A. (2019). Analisis kelayakan finansial brownies siapi-api sebagai produk oleh-oleh dari hutan mangrove Baros Bantul. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 2 (2), 79-87.

- Johnston, J., & Baumann, S. (2014). *Foodies: Democracy and Distinction in The Gourmet Foodscape*. New York: Routledge.
- Lagacé, M., Donizzetti, A. R., Van De Beeck, L., Bergeron, C. D., Rodrigues-Rouleau, P., & St-Amour, A. (2022). Testing the Shielding Effect of intergenerational contact against ageism in the workplace: a Canadian study. *Mdpi.Com*. <https://doi.org/10.3390/ijerph19084866>.
- Lee, I., & Arcodia, C. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*, 13 (4), 355–367. <https://doi.org/10.1002/JTR.852>.
- Lee, W., Sung, H. K., Suh, E., & Zhao, J. (2017). The effects of festival attendees' experiential values and satisfaction on re-visit intention to the destination: The case of a food and wine festival. *In International journal of contemporary hospitality management*, 29 (3), 1005–1027. <https://doi.org/10.1108%2FIJCHM-10-2015-0559>.
- Leer, J. & Juel-Jacobsen, L.G. (2022). Food festival experiences from visitors' perspectives: intellectual, sensory, and social dimensions. *Food and Foodways*, 30 (4), 287–309. <https://doi.org/10.1080/07409710.2022.2124729>.
- Lexy J. Moleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosda Karya. <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2013.02.055>.
- Mason, M.C. & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33 (6), 1329-1336. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>.
- Parasecoli, F. (2022). Food design, nutrition, and innovation. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/FPUBH.2022.1039795/>.
- Silkes, C.A., Cai, L.A., & Lehto, X.Y. (2012). Marketing to the culinary tourist. Taylor & Francis, 30 (4), 335–349. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784151>.
- Wardiyanta, Hidayat, S. & Adila, F. (2019). Makan di luar sebagai tren rekreasi keluarga masyarakat Sleman Yogyakarta. *Media Bina Ilmiah*, 14 (3), 2281-2290. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i3.332>.
- Wardiyanta, Adila, F., & Hidayat, S. (2020). Peran diferensiasi kuliner dan pemasaran dalam pengembangan destinasi pariwisata yogyakarta. *Media Bina Ilmiah*, 15 (4), 4311-4320. <https://doi.org/10.33758/mbi.v15i4>.
- Yeung, D. Y., Zhou, X., & Chong, S. (2021). Perceived age discrimination in the workplace: the mediating roles of job resources and demands. *Journal of Managerial Psychology*, 36 (6), 505–519. <https://doi.org/10.1108/JMP-04-2020-0185>.