

## ANALISIS PERSEPSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT KOTA BENGKULU TERKAIT BERITA KULINER DAERAH

Muhammad Hafiz Alfiqri<sup>1</sup>, Mas Agus Firmansyah<sup>2</sup>, Dionni Surya Perdana<sup>3</sup>  
Universitas Bengkulu<sup>1,2,3</sup>  
[hafizalfiari@gmail.com](mailto:hafizalfiari@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu terkait berita kuliner daerah yang disajikan oleh media *BengkuluToday.com*. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita kuliner daerah di media *BengkuluToday.com*, memainkan peran penting dalam membentuk citra kuliner daerah, memotivasi pedagang untuk meningkatkan kualitas produk, dan menciptakan minat beli yang lebih tinggi di kalangan masyarakat. Selain itu, berita kuliner juga menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menghubungkan pedagang dengan konsumen, menciptakan interaksi dinamis dalam ekosistem kuliner lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut mengenai peran media online dalam membentuk persepsi dan perilaku jual beli terkait kuliner daerah. Implikasi praktisnya mencakup potensi pemanfaatan media sebagai alat pemasaran yang efektif bagi pedagang kuliner lokal serta meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kekayaan kuliner daerah. Simpulan penelitian ini bahwa media online, khususnya *BengkuluToday.com*, dapat menjadi kekuatan positif dalam mengangkat dan memajukan kuliner daerah.

**Kata Kunci:** Berita, Kuliner, Media, Persepsi.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze the perceptions of traders and the public in Bengkulu City regarding regional culinary news presented by the media *BengkuluToday.com*. This research uses a qualitative approach. Data collection techniques in this research are through interviews and observation. The research results show that regional culinary news in the *BengkuluToday.com* media plays an important role in shaping the image of regional culinary delights, motivating traders to improve product quality, and creating higher buying interest among the public. Apart from that, culinary news is also an effective means of communication to connect traders with consumers, creating dynamic interactions in the local culinary ecosystem. This research contributes to further understanding of the role of online media in shaping perceptions and buying and selling behavior regarding regional culinary delights. The practical implications include the potential for using media as an effective marketing tool for local culinary traders as well as increasing public appreciation of regional culinary riches. The conclusion of this research is that online media, especially *BengkuluToday.com*, can be a positive force in elevating and advancing regional culinary delights.*

**Keywords:** Culinary, Media, News, Perception.

## PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi dan penyebaran informasi melalui media online memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen, terutama dalam konteks kuliner daerah. Media digital, seperti *BengkuluToday.com*, telah menjadi platform yang berperan penting dalam menyampaikan berita dan informasi seputar kuliner di wilayah Bengkulu. Kehadiran berita kuliner daerah dalam media online membuka peluang baru dalam memahami dampaknya terhadap persepsi jual beli pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu. Menganalisis persepsi pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu terkait berita kuliner daerah yang disajikan oleh media *BengkuluToday.com* terhadap persepsi jual beli pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Fenomena ini menarik untuk dieksplorasi karena dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana informasi kuliner lokal yang disajikan secara online memengaruhi pandangan dan keputusan pembelian di kalangan pelaku bisnis kuliner dan masyarakat setempat.

Dalam era di mana informasi mudah diakses melalui platform digital, pemahaman tentang peran media online dalam membentuk persepsi dan perilaku konsumen memiliki implikasi strategis, terutama dalam konteks promosi dan pemasaran kuliner lokal. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk membangun pengetahuan terkait dengan dampak berita kuliner daerah di media online terhadap ekosistem bisnis kuliner lokal di Kota Bengkulu. *BengkuluToday.com* merupakan media online yang sering membahas mengenai berita kuliner daerah terkhususnya di

provinsi Bengkulu.

Seiring perkembangan zaman kebutuhan dan perkembangan kebutuhan industri pangan terus maju, seperti halnya dengan bentuk dan rasa kuliner makanan saat ini yang beranekaragam. Kota Bengkulu sendiri saat ini sedang ramai dengan dibangunnya beberapa pusat kuliner makanan. Hal tersebut membuat kemajuan umkm kuliner di Bengkulu semakin pesat. Di kota Bengkulu juga terdapat beberapa media local yang mendukung perkembangan tersebut salah satunya media *BengkuluToday.com* yang meberitakan mengenai kuliner yang ada di Bengkulu. Konten berita tersebut di upload di web online media *BengkuluToday.com* sendiri, Berita kuliner yang diangkat merupakan kuliner yang sedang viral di kota Bengkulu dan beberapa kuliner khas daerah, namun berita kuliner yang terbit di media online *BengkuluToday.com* saat ini sedikit jarang terbit.

Melalui penelitian ini berupaya menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi pedagang serta masyarakat terkait dengan berita kuliner daerah yang dipublikasikan di *BengkuluToday.com*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam, kontekstual, dan makna lebih dalam terhadap interaksi antara media online dan dunia kuliner di Bengkulu. Pada akhirnya, pemahaman yang lebih baik tentang dampak berita kuliner daerah di media *BengkuluToday.com* dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan strategi pemasaran kuliner lokal, pengelolaan bisnis pedagang, serta meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kekayaan kuliner daerah. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini mencoba merinci peran penting media online dalam membentuk ekosistem kuliner lokal dan membuka

pintu untuk pemahaman lebih lanjut terkait dinamika hubungan antara media dan konsumen di era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada pemahaman mendalam terkait dampak berita kuliner daerah di media *BengkuluToday.com* terhadap persepsi jual beli pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menjelajahi pandangan, pengalaman, dan dinamika yang kompleks dalam interaksi antara media dan responden. Tujuan dari penelitian kualitatif sendiri pada dasarnya memiliki dua tujuan, pertama menggambarkan dan mengungkapkan dan yang kedua menggambarkan dan menjelaskan. Hal tersebut dilakukan dengan mendeskripsikan ke dalam bentuk kata-kata dan juga bahasa.

Subjek penelitian terdiri dari pedagang kuliner lokal dan anggota masyarakat di Kota Bengkulu yang secara langsung terlibat dalam aktivitas jual beli atau memiliki pemahaman yang signifikan terkait dampak berita kuliner daerah

Penelitian ini terdiri dari dua komponen utama, yakni wawancara dan analisis konten. Tahap wawancara melibatkan interaksi langsung dengan pedagang kuliner serta anggota masyarakat yang telah dipilih secara hati-hati. Pendekatan ini dirancang untuk menggali pandangan, persepsi, dan pengalaman mereka sehubungan dengan liputan kuliner di media daring.

Sementara itu, dalam analisis konten, fokus utama adalah menelaah berita kuliner yang dipublikasikan di *BengkuluToday.com*. Proses analisis bertujuan untuk memahami konteks berita, menyoroti aspek fokus pemberitaan, dan mengungkap bagaimana informasi kuliner lokal

disajikan kepada pembaca. Seleksi pedagang kuliner dan anggota masyarakat yang terlibat dipilih secara seksama guna memastikan representasi yang beragam dan relevan terhadap tujuan penelitian.

Wawancara dilakukan dengan panduan pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengeksplorasi persepsi terkait berita kuliner, perubahan dalam perilaku jual beli, dan dampaknya. Dilakukan analisis konten terhadap berita kuliner di *BengkuluToday.com*, dengan memperhatikan tema, bahasa yang digunakan, serta unsur-unsur visual yang mendukung. Untuk memastikan validitas penelitian, triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan analisis konten. Selain itu, konsistensi antara peneliti dan hasil penelitian diperhatikan untuk menjamin reliabilitas

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian, termasuk privasi dan kerahasiaan responden. Persetujuan etika penelitian diperoleh sebelum pelaksanaan wawancara, dan informasi disajikan secara anonim dalam laporan penelitian. Data dari wawancara dan analisis konten akan dianalisis secara tematik menggunakan pendekatan kualitatif. Temuan akan dikategorikan dan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi pola, kesamaan, dan perbedaan dalam persepsi dan dampak berita kuliner.

## **HASIL PENELITIAN**

Persepsi pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu terkait berita kuliner daerah yang disajikan oleh media *BengkuluToday.com* membuat minat khalayak untuk melakukan kegiatan wisata kuliner. Penelitian dilakukan pada masyarakat Kota Bengkulu Penelitian dilapangan dilakukan pada hari Rabu, tanggal 04 November 2023 hingga Jumat, 13 November 2023 dengan menyebarkan

kuisoner kepada responden yang telah ditentukan. Mereka semua dipilih secara acak dan responden ini akan dijelaskan berdasarkan usia.

Jalaludin Rakhmat (2007). mengemukakan bahwa persepsi adalah pengalaman objek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan, atau dalam konteks situasi dimana persepsi tersebut dibuat.

Penelitian menunjukkan bahwa berita kuliner daerah di media *BengkuluToday.com* memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi jual beli pedagang dan masyarakat di Kota Bengkulu. Beberapa temuan kunci meliputi:

Pertama, Persepsi Positif Pedagang. Mayoritas pedagang mengungkapkan bahwa berita kuliner daerah di media online memberikan dampak positif terhadap citra dan penjualan produk kuliner mereka. Pemberitaan yang positif mendorong peningkatan minat pembeli dan memotivasi pedagang untuk meningkatkan kualitas produk.

Kedua, Peningkatan Minat Beli Masyarakat. Masyarakat mengindikasikan bahwa informasi kuliner daerah yang diperoleh dari *BengkuluToday.com* secara signifikan meningkatkan minat beli mereka terhadap produk kuliner lokal. Berita kuliner menjadi sumber referensi penting bagi mereka dalam memilih tempat makan dan mencoba berbagai hidangan daerah.

Ketiga, Peran Visual dan Presentasi Berita. Unsur visual dalam berita kuliner, seperti foto dan video, memberikan kontribusi besar terhadap daya tarik dan minat pembaca. Presentasi

berita yang menarik secara visual cenderung memberikan dampak lebih kuat pada persepsi positif.

Keempat, Perubahan Persepsi Terhadap Kualitas Kuliner Daerah. Berita kuliner di *BengkuluToday.com* berhasil mengubah persepsi masyarakat terkait kualitas kuliner daerah. Pedagang yang mendapatkan liputan positif mengalami peningkatan reputasi dan dianggap lebih berkualitas oleh konsumen.

## **PEMBAHASAN**

### **Peran Media sebagai Penggerak Ekonomi Lokal**

Penggerak ekonomi yang dihasilkan oleh media *BengkuluToday.com* tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan langsung pedagang kuliner, tetapi juga memberikan efek domino positif pada sektor-sektor terkait dalam ekosistem bisnis kuliner di Kota Bengkulu. Dampak positif pada citra dan variasi kuliner daerah yang dihasilkan oleh media online menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi wisatawan lokal maupun wisatawan dari luar kota. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kunjungan ke tempat-tempat kuliner lokal, memberikan dorongan signifikan pada sektor pariwisata di Kota Bengkulu (Budhirianto, S, 2017).

Berita kuliner yang mendukung dan mempromosikan keberagaman kuliner daerah menjadi pendorong inovasi dan kreativitas di antara pedagang kuliner. Hal ini menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan menu baru, metode masakan inovatif, dan konsep kuliner yang unik, yang pada gilirannya memperkaya pengalaman kuliner masyarakat. Dengan meningkatnya permintaan terhadap kuliner daerah yang dihasilkan oleh liputan media online, pedagang lokal cenderung lebih bergantung pada pasokan bahan baku lokal (Indrajaya, (2019). Hal ini menciptakan lingkaran ekonomi lokal

yang kuat, mendukung pertumbuhan para produsen dan penyedia bahan baku lokal, dan pada akhirnya, meningkatkan keberlanjutan ekosistem bisnis kuliner. Dampak positif media online juga membuka pintu untuk peluang kemitraan dan kolaborasi antara pedagang kuliner, pemerintah daerah, dan pihak-pihak terkait lainnya. Inisiatif bersama dalam pengembangan kuliner daerah dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas dan meningkatkan daya saing Kota Bengkulu dalam industri kuliner regional (Suherdiana, 2020).

### **Pentingnya Visual dalam Pemberitaan Kuliner**

Unsur visual dalam pemberitaan kuliner di media online, terutama melalui platform *BengkuluToday.com*, memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi dan minat beli masyarakat terhadap kuliner lokal. Lanjutan dari temuan ini menyoroti beberapa aspek penting terkait kekuatan unsur visual dalam pemberitaan kuliner daerah (Kusnanto, 2021).

Presentasi visual yang menarik tidak hanya menciptakan daya tarik pada tingkat estetika, tetapi juga meningkatkan keterlibatan pembaca. Foto-foto kuliner yang menggoda dan video presentasi hidangan dapat membuat pembaca lebih terlibat dan tertarik untuk menjelajahi lebih lanjut, memperdalam pengalaman kuliner mereka melalui media online. Unsur visual dalam pemberitaan kuliner tidak hanya bersifat dekoratif; mereka juga memiliki peran penting dalam memperkuat identitas kuliner daerah. Melalui gambar-gambar yang mencerminkan keberagaman dan keunikan kuliner lokal, unsur visual ini membantu membangun citra positif dan membedakan kuliner daerah di mata pembaca (Suwandojo, 2020).

Gambar yang menarik dan video yang menggoda dapat memicu rasa penasaran dan keingintahuan masyarakat terhadap kuliner daerah. Ini menciptakan motivasi untuk mencoba dan mengeksplorasi berbagai hidangan, mendorong pertumbuhan minat beli dan partisipasi aktif dalam kehidupan kuliner lokal (Musman, 2017).

Visual yang kuat dan menarik juga dapat memberikan dampak positif pada branding individu pedagang kuliner. Pedagang yang tampil dengan presentasi visual yang konsisten dan menggoda dapat membangun citra merek yang kuat, yang pada gilirannya memberikan keuntungan kompetitif dalam pasar kuliner yang semakin kompetitif. Di era digital, generasi yang lebih muda cenderung lebih responsif terhadap presentasi visual. Oleh karena itu, unsur visual dalam pemberitaan kuliner di media online dapat menjadi kunci untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi digital yang aktif online.

Melalui penekanan pada kekuatan unsur visual dalam pemberitaan kuliner, temuan ini menegaskan bahwa media online tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi tetapi juga sebagai kreator pengalaman visual yang memengaruhi secara langsung persepsi dan minat beli masyarakat. Oleh karena itu, pedagang dan pemangku kepentingan dalam industri kuliner dapat memanfaatkan dengan bijak unsur visual ini untuk meningkatkan daya tarik, memperkuat identitas kuliner daerah, dan memperluas dampak positif media online pada ekosistem bisnis kuliner (Nabillah, 2022).

### **Perubahan Persepsi dan Reputasi Pedagang**

Berita kuliner dapat secara substansial mengubah persepsi dan reputasi pedagang, terutama liputan

positif memberikan nilai tambah yang signifikan pada citra pedagang dan memberikan dorongan positif pada penjualan mereka, menyoroti pentingnya citra publik dan dampaknya terhadap keberhasilan bisnis kuliner (Witantra, 2021). Liputan positif dalam berita kuliner tidak hanya menciptakan citra yang menggembirakan tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas pedagang di mata masyarakat. Keberhasilan pedagang dalam menciptakan dan memelihara citra positif dapat mengakibatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan serta pihak-pihak terkait lainnya. Liputan positif dalam media online dapat memiliki efek viral, di mana berita yang baik tentang suatu pedagang dapat menyebar dengan cepat melalui berbagai platform media sosial. Word of mouth yang positif ini dapat menjadi daya ungkit yang kuat untuk meningkatkan popularitas dan minat beli terhadap produk atau layanan kuliner yang ditawarkan (Sangsoko, 2019).

Citra positif yang dihasilkan oleh liputan berita dapat memberikan keuntungan kompetitif kepada pedagang di pasar yang semakin ketat. Pedagang dengan reputasi yang baik cenderung menarik lebih banyak pelanggan, menciptakan pangsa pasar yang lebih besar, dan memberikan daya saing yang lebih kuat dalam ekosistem bisnis kuliner. Kesadaran akan dampak positif liputan berita dapat menjadi motivasi bagi pedagang untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Upaya untuk mempertahankan citra positif dapat menghasilkan peningkatan dalam penyajian, keunikan, dan nilai tambah dalam menu kuliner, menghadirkan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Dengan reputasi yang baik, pedagang juga dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pihak terkait seperti supplier,

pemilik tempat usaha, dan lembaga keuangan. Citra positif dapat menciptakan lingkungan kerja yang kooperatif dan mendukung, memberikan pedagang akses ke sumber daya dan peluang yang lebih besar (Sari, 2019).

Liputan positif dalam berita kuliner dapat memberikan dampak jangka panjang pada keberlanjutan bisnis pedagang. Dengan terus menjaga dan meningkatkan citra positif, pedagang dapat membangun loyalitas pelanggan yang kuat dan menciptakan fondasi yang stabil untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang. Melalui penekanan pada dampak liputan positif terhadap citra pedagang, lanjutan dari temuan ini menyoroti bahwa upaya untuk menciptakan dan memelihara reputasi yang baik tidak hanya merupakan investasi singkat, tetapi juga merupakan strategi yang dapat membawa dampak positif yang berkelanjutan bagi bisnis kuliner. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk memahami kekuatan liputan berita dalam membentuk persepsi masyarakat dan berkomitmen untuk memberikan pengalaman kuliner yang berkualitas, tidak hanya untuk meningkatkan citra mereka tetapi juga untuk membangun fondasi bisnis yang kuat (Handiyani, 2023).

### **Perluasan Ruang Publikasi Media Online**

Studi ini menunjukkan perlunya melibatkan lebih banyak pedagang kuliner dalam liputan media online untuk mencakup sejumlah besar variasi kuliner daerah. Dengan demikian, penggunaan media online dapat diperluas untuk memberikan representasi yang lebih adil terhadap kekayaan kuliner di Kota Bengkulu (Siahaan, 2021).

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang peran media online, khususnya *BengkuluToday.com*, dalam membentuk

persepsi dan perilaku jual beli terkait kuliner daerah. Implikasi praktisnya mencakup potensi pemanfaatan media sebagai alat pemasaran yang efektif bagi pedagang kuliner lokal dan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap kekayaan kuliner daerah.

## SIMPULAN

Dalam penelitian ini, eksplorasi dampak berita kuliner daerah di media *BengkuluToday.com* terhadap persepsi jual beli pedagang dan masyarakat Kota Bengkulu dengan pendekatan kualitatif menghasilkan temuan yang substansial. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan beberapa aspek penting:

Pertama, Peran Signifikan Media Online. Media *BengkuluToday.com* memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi dan keputusan jual beli pedagang dan masyarakat terkait kuliner daerah. Berita kuliner di platform ini memberikan wawasan yang mendalam dan memberikan dampak positif pada ekosistem bisnis kuliner lokal.

Kedua, Pengaruh Positif terhadap Pedagang. Berita kuliner daerah memberikan dampak positif yang nyata terhadap citra dan penjualan pedagang. Pengaruh ini tidak hanya terbatas pada aspek finansial tetapi juga mencakup peningkatan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk kuliner lokal.

Ketiga, Perubahan Persepsi Masyarakat. Informasi kuliner daerah yang disajikan melalui media online membawa perubahan positif dalam persepsi masyarakat terkait kualitas dan keberagaman kuliner lokal. Masyarakat menjadi lebih terbuka terhadap eksplorasi kuliner dan lebih bersemangat untuk mencoba hidangan-hidangan baru.

Keempat, Kekuatan Visual dalam Pemberitaan. Unsur visual dalam pemberitaan, seperti foto dan video,

memiliki peran penting dalam menarik perhatian dan menciptakan daya tarik terhadap kuliner daerah. Visual yang menarik mampu memperkuat dampak positif pada persepsi dan minat beli masyarakat.

Kelima, Perlunya Representasi yang Adil. Meskipun dampak positif terlihat, penelitian ini menyoroti perlunya melibatkan lebih banyak pedagang kuliner dalam liputan media online untuk mencakup berbagai variasi kuliner daerah. Hal ini akan memastikan representasi yang lebih adil dan komprehensif terhadap kekayaan kuliner di Kota Bengkulu.

Keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana media online, khususnya *BengkuluToday.com*, dapat menjadi kekuatan positif dalam mengangkat dan memajukan kuliner daerah. Implikasi dari temuan ini dapat membantu pedagang kuliner untuk memahami peran media sebagai alat pemasaran yang potensial dan memotivasi upaya mereka dalam meningkatkan kualitas dan keragaman produk kuliner lokal. Sebagai konklusi, pemberitaan kuliner daerah di media online tidak hanya menciptakan cerita, tetapi juga membentuk narasi yang berdampak nyata pada dinamika bisnis dan keberlanjutan kuliner di Kota Bengkulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budhirianto, S. (2017). Pemeritaan Minangkala Bandung Festival 2016 di Media Online. *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(2), 152–166. <https://www.neliti.com/publication/s/223281/news-bandung-minangkala-festival-2016-in-online-media-pemberitaan-minangkala-ban>

- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Penerbit Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Handiyani, K., & Saputro, D. R. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Vaksinasi Covid-19 di Media Online Mojok.co dan Tirto.id. *QAULAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 31-44. Retrieved from <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1164>
- Indrajaya, S. (2019) Pengaruh Brand Halal, Kualitas Pelayanan, Kesan, Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening (Studi Wisata Kuliner Halal Di Kota Tangerang Selatan). Doctor thesis, Universitas Brawijaya. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/189697/>
- Kusnanto, R., & Handoko, K. (2021). Penentuan Jarak Terdekat Wisata Kuliner Menggunakan Algoritma di JKSTRA. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 4(5), 111–118. Retrieved from <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/comasiejournal/article/view/3100>
- Miles, M. B., et al. (2014). *Qualitative Data Analysis*. USA: Sage Publication. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi. UI-Press. Depok
- Musman, A., & Mulyadi, N. (2017). *Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis*. KOMUNIKA. Yogyakarta
- Nabillah, P. T., et al, (2022). Strategi Branding Sentra Wisata Kuliner Jambangan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 1446–1453.
- <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3260712>
- Rakhmat, J. (2007). *Persepsi dalam Proses Belajar Mengajar*. Rajawali Pers. Jakarta
- Sangsoko, I., Sertaiwan, A., Purnama, S.(2019). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner di Sepanjang Koridor Jalan Soekarno Hatta, Kota Malang. Thesis. ITN Malang. <http://eprints.itn.ac.id/4478/10/JURNAL.pdf>
- Sari, I., Sembiring, V., & Wicaksono, H. (2019). Pengembangan Wisata Kuliner Berbasis Bahan Pangan Lokal Sebagai Daya Saing di Desa Wisata Sakerta Timur Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(3), 208-218. <https://doi.org/10.30647/jip.v24i3.1317>
- Siahaan, D. Z. R., et al. (2021). Analisis Keberadaan Wisata Kuliner dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Bagan Percut Kecamatan Percut Sei Tuan. In *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*. 7(2). Repository.uinsu.ac.id. <https://doi.org/10.30821/se.v7i2.10605>
- Suherdiana, D. (2020). *Jurnalistik Kontemporer*. CV. Mimbar Pustaka. Bandung
- Suwandojo, D. P. E. H. (2020). Nasi Boranan Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Lamongan Jawa Timur. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 14(02), 123–138. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v14i02.25>
- Witantra, A. P. W., & Sagita, D. S. (2021). *Jurnalisme Bencana Wabah Covid-19 Pada Media Nasional Dan Lokal Banten*. Dinamika Komunikasi Dan Politik. Getok Tular. Serang Banten