
CERITA BUDAYA DALAM PARIWISATA GASTRONOMI DI SUMATRA BARAT

Muhammad Refki Novesar¹, Vidya Chandra Prashanty², Ayang Khairunnisa³

^{1,3}Institut Seni Indonesia Padangpanjang, Sumatera Barat

²Universitas Dharma Andalas, Sumatera Barat

e-mail: ¹refki.novesar@gmail.com, ²vidyachndrap@gmail.com,

³ayangkhairunnisa@isi-padangpanjang.ac.id

Abstract: *This study aims to analyze the role of cultural narratives in gastronomic tourism practices in West Sumatra, particularly in shaping tourists' perceptions, experiences, and interest in visiting. A qualitative research approach was used with in-depth interviews, participatory observation, and documentation techniques. The findings of this study show that cultural narratives in Minangkabau gastronomy are socially constructed through the transmission of traditional values and institutionalized culinary practices. The context of narrative tourism has undergone strategic changes to bridge the differences in the audience's backgrounds without losing its philosophical essence. Cultural stories are conveyed through interpersonal communication and structured interpretations in tour packages, which are then contextualized by tourists. Narratives have been proven to expand the gastronomic experience from mere sensory evaluation to a holistic experience, involving emotional, educational, aesthetic, and reflective dimensions.*

Keywords: *Gastronomic Tourism, Cultural Stories, and West Sumatra*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis peran cerita budaya dalam praktik pariwisata gastronomi di Sumatera Barat, khususnya dalam membentuk persepsi, pengalaman, dan minat kunjungan wisatawan. Pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa cerita budaya dalam gastronomi Minangkabau dikonstruksi secara sosial melalui transmisi nilai adat dan praktik kuliner yang terinstitusionalisasi. Konteks pariwisata narasi mengalami perubahan strategis untuk menjembatani perbedaan latar belakang wisatawan tanpa menghilangkan esensi filosofisnya. Cerita budaya disampaikan melalui komunikasi interpersonal maupun interpretasi terstruktur dalam paket wisata, yang kemudian dimaknai secara kontekstual oleh wisatawan. Narasi terbukti memperluas pengalaman gastronomi dari sekadar evaluasi sensorik menjadi pengalaman yang holistik, melibatkan dimensi emosional, edukatif, estetis, dan reflektif.

Kata kunci: Pariwisata gastronomi, Cerita Budaya, dan Sumatra Barat

PENDAHULUAN

Pariwisata gastronomi dalam satu dekade terakhir telah berkembang pesat menjadi salah satu sektor strategis utama dalam industri pariwisata Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional yang mencapai miliaran rupiah setiap tahun (Rihardi, 2021). Pergeseran orientasi wisatawan

dari sekadar konsumsi produk menuju pencarian pengalaman otentik dan bermakna telah mereposisi makanan bukan lagi hanya sebagai kebutuhan biologis, melainkan sebagai representasi identitas budaya, ingatan kolektif, dan konstruksi sosial suatu daerah, fenomena yang didukung oleh peningkatan kunjungan wisatawan internasional yang mencari narasi di balik hidangan lokal.

Wisatawan gastronomi kini termotivasi untuk memahami lebih dalam mengenai budaya kuliner suatu daerah, termasuk makna di balik hidangan lokal, sejarahnya, dan proses penyajiannya (Şorcaru, 2019).

Sumatera Barat dikenal secara global melalui kekayaan kuliner Minangkabau yang telah memperoleh pengakuan nasional maupun internasional, seperti rendang yang pernah dinobatkan sebagai makanan terenak dunia oleh CNN Travel (Fatimah et al., 2021). Hidangan beserta olahan berbasis rempah lainnya tidak hanya diposisikan sebagai daya tarik utama dalam promosi pariwisata daerah, tetapi juga menjadi fondasi diferensiasi kompetitif Sumatera Barat dibandingkan dengan destinasi lain di Indonesia (Ricardianto et al., 2017).

Penelitian terdahulu mengenai pariwisata gastronomi terutama yang bersifat kuantitatif menempatkan cita rasa, kualitas produk, dan kepuasan konsumen sebagai faktor dominan yang secara signifikan memengaruhi minat kunjungan wisatawan. Studi kualitatif menyoroiti bahwa dimensi naratif dan simbolik seperti cerita budaya di balik hidangan memainkan peran krusial dalam memperkaya pengalaman autentik wisatawan dan membedakannya dari sekadar konsumsi sensorik (Suhartanto et al., 2018).

Masyarakat Minangkabau dan makanan memiliki keterkaitan erat dengan sistem adat, falsafah hidup, serta praktik sosial seperti musyawarah, perayaan, dan ritual keluarga (Iswadi et al., 2021). Falsafah adat Minangkabau, seperti "Adat bersandikan Syarak, Syarak bersandikan Kitabullah," secara signifikan memengaruhi produksi makanan, menjamin kehalalan produk sesuai dengan ajaran Islam dan menjadi daya tarik bagi perantau (Welsa, 2017). Cerita mengenai asal-usul hidangan, makna filosofis bahan dan proses memasak, serta narasi tentang peran perempuan dalam tradisi kuliner merupakan bagian integral dari pengalaman gastronomi itu sendiri.

Pengalaman wisata kuliner tidak hanya terbentuk melalui rasa, tetapi juga melalui pemaknaan yang dibangun melalui cerita dan interaksi sosial antara wisatawan dan daerah atau destinasi.

Penelitian ini berangkat dari peran cerita budaya dalam pariwisata gastronomi di Sumatera Barat dalam membentuk kontribusi signifikan dalam membentuk persepsi, pengalaman, dan minat wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana narasi budaya dikonstruksi, disampaikan, dan dimaknai dalam praktik pariwisata gastronomi, serta bagaimana narasi tersebut memengaruhi pengalaman wisatawan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika antara makanan, budaya, dan pengalaman wisata.

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian pariwisata gastronomi dengan menempatkan dimensi naratif dan simbolik sebagai variabel yang krusial. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pemangku kepentingan pariwisata di Sumatera Barat dalam merancang strategi pengembangan yang tidak semata berfokus pada produk kuliner, tetapi juga pada penguatan narasi budaya sebagai sumber nilai tambah dan diferensiasi destinasi.

Rumusan masalah:

1. Bagaimana konstruksi cerita budaya dalam praktik pariwisata gastronomi di Sumatra Barat?
2. Bagaimana proses penyampaian dan representasi narasi budaya oleh pelaku pariwisata gastronomi kepada wisatawan?
3. Bagaimana wisatawan memaknai cerita budaya yang menyertai pengalaman gastronomi di Sumatra Barat?
4. Sejauh mana cerita budaya berkontribusi dalam membentuk persepsi, pengalaman, dan minat kunjungan wisatawan?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap konstruksi, penyampaian, dan pemaknaan cerita budaya dalam pengalaman wisata gastronomi. Penelitian kualitatif dinilai relevan karena bertujuan memahami realitas sosial secara kontekstual, serta menggali. (Cresswell dan Plano, 2021)

Lokasi penelitian ditetapkan di beberapa destinasi kuliner representatif di Sumatera Barat, seperti Kota Padang dan Kota Bukittinggi. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan intensitas kunjungan wisatawan, keberadaan rumah makan tradisional, serta praktik penyampaian narasi budaya dalam penyajian kuliner.

Informan penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling dan snowball sampling. Informan utama meliputi pelaku usaha kuliner tradisional, pemandu wisata, pengelola destinasi, tokoh adat, serta wisatawan domestik maupun mancanegara yang terlibat langsung dalam pengalaman gastronomi. Kriteria pemilihan informan didasarkan pada keterlibatan aktif dalam aktivitas pariwisata gastronomi dan kemampuan memberikan informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, serta interpretasi informan (Ardiansyah et al., 2023). wawancara dilakukan tentang cerita budaya dalam praktik gastronomi. Analisis data bersifat tematik berdasarkan model interaktif, mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis berlangsung simultan sejak pengumpulan data, memungkinkan identifikasi pola, tema, dan konstruksi makna dari narasi informan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode untuk memastikan konsistensi interpretasi

dengan pengalaman informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana cerita budaya dikonstruksi, disampaikan, dan dimaknai dalam praktik pariwisata gastronomi di Sumatera Barat serta bagaimana perannya dalam membentuk persepsi dan minat wisatawan.

Konstruksi Sosial Cerita Budaya dalam Gastronomi Minangkabau

Penelitian ini menunjukkan bahwa cerita budaya dalam gastronomi Minangkabau berakar sangat kuat pada struktur adat dan sistem kekerabatan masyarakat Minangkabau, sebagai kekuatan historis yang melekat. Narasi tentang makanan diwariskan secara lisan dan dilembagakan melalui praktik sosial yang terstruktur dan berulang, memperkuat keberlanjutan budaya melebihi sekadar tradisi sporadis.

Pemilik rumah makan generasi kedua di Padang menyatakan:

“Kami tidak pernah diajarkan memasak tanpa cerita. Setiap bumbu ada alasannya. Orang tua bilang, rendang itu melambangkan kesabaran dan kekuatan, karena tahan lama dan dimasak perlahan.”

Pernyataan ini mencerminkan bagaimana nilai-nilai filosofis Minangkabau diinternalisasi melalui proses kuliner, menjadikannya lebih dari sekadar resep, melainkan media penyebaran warisan budaya yang mendalam (Mardatillah, 2020).

Juru masak senior menambahkan:

“Proses memasak itu bagian dari pendidikan karakter. Kalau tidak sabar, hasilnya tidak bagus. Itu filosofi hidup juga.”

Penguatan ini selaras dengan pernyataan pemilik rumah makan generasi kedua sebelumnya tentang rendang sebagai simbol kesabaran dan kekuatan. Mardatillah (2020) menegaskan peran kuliner Minangkabau sebagai alat pendidikan moral yang mendalam dan

terstruktur. Kesabaran dalam proses memasak bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan etos budaya yang diinternalisasi melalui praktik kuliner berulang, mencerminkan nilai-nilai filosofis adat yang tertanam kuat dalam sistem kekerabatan matrilineal masyarakat Minangkabau.

Tokoh adat menjelaskan:

“Dalam adat Minangkabau, makanan punya struktur. Dalam baralek, susunan hidangan menunjukkan penghormatan dan posisi sosial. Itu sebabnya makanan bukan sekadar lauk.”

Pernyataan tokoh adat ini menggarisbawahi hierarki sosial yang tertanam dalam praktik ritual baralek, yang berakar pada sistem kekerabatan matrilineal masyarakat Minangkabau. Struktur ini menjadikan makanan sebagai penanda status yang kaku, normatif, dan terinstitusionalisasi, selaras dengan proses konstruksi sosial yang objektif dan berkelanjutan sebagaimana dijelaskan dalam kerangka Berger dan Luckmann.

Bukti empiris dari informan kunci tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa makanan berfungsi sebagai simbol sosial yang telah terinstitusionalisasi secara mendalam. Praktik ini mencerminkan tahapan lengkap proses objektivasi, eksternalisasi, dan internalisasi: nilai budaya yang awalnya bersifat subjektif dilembagakan melalui ritual dan praktik sehari-hari, kemudian diwariskan sebagai realitas sosial yang dianggap wajar, alami, dan tak tergantikan.

Cerita budaya dalam gastronomi Minangkabau, yang berakar kuat pada legenda Tambo, alam, sejarah, serta sistem kekerabatan matrilineal masyarakat Minangkabau.

Transformasi Narasi dalam Konteks Pariwisata

Penelitian menemukan bahwa ketika gastronomi Minangkabau masuk dalam ekosistem pariwisata, terjadi proses adaptasi narasi yang selektif dan strategis. Pelaku usaha dan pemandu wisata melakukan seleksi serta penyederhanaan

cerita budaya dilakukan agar sesuai dengan latar belakang wisatawan, sambil mempertahankan esensi filosofis inti untuk menjaga autentisitas.

Pemandu wisata di Bukittinggi menyatakan:

“Kalau turis asing, kami fokus pada filosofi umum seperti kebersamaan dan ketekunan. Tidak semua detail adat dijelaskan karena terlalu kompleks.”

Pengelola destinasi menambahkan:

“Cerita harus disesuaikan supaya tidak terlalu berat, tapi tetap otentik. Itu tantangannya.”

Perubahan dan pengayaan ini mencerminkan negosiasi dinamis antara otentisitas budaya yang telah terinstitusionalisasi secara mendalam sebagaimana ditunjukkan oleh narasi simbolis dalam praktik kuliner adat. Kebutuhan komunikasi wisata yang efisien. Serta narasi disusun secara sadar untuk menciptakan keterlibatan emosional dan pemahaman intuitif, bukan sekadar transfer informasi faktual. Meski demikian pemilik rumah makan mengakui adanya risiko komodifikasi yang signifikan:

“Kadang cerita disingkat supaya cepet. Takutnya makna aslinya hilang.”

Risiko ini menegaskan potensi kerusakan representasi budaya akibat komersialisasi, di mana penyederhanaan narasi dapat melemahkan transmisi nilai filosofis dan kosmologi Minangkabau yang tertanam dalam proses kuliner berulang, meskipun adaptasi tersebut secara keseluruhan memanfaatkan fondasi historis yang mapan untuk keberlanjutan pariwisata.

Mekanisme Komunikasi dan Interpretasi

Cerita budaya disampaikan melalui dua jalur utama: komunikasi interpersonal yang spontan dan interpretasi terstruktur dalam paket wisata, keduanya memanfaatkan fondasi historis gastronomi Minangkabau yang kaya narasi simbolis. Komunikasi interpersonal terjadi secara spontan, menciptakan keterlibatan emosional yang mendalam

melalui dialog langsung. Seorang wisatawan domestik menyatakan:

“Saya bertanya kenapa rendang warnanya gelap. Pemiliknya menjelaskan soal proses panjang dan filosofi kesabaran. Sejak itu saya merasa makanannya lebih bermakna.”

Observasi lapangan menunjukkan bahwa interaksi yang berakar pada praktik kuliner berulang sebagai media transmisi nilai filosofis dan narasi simbolis. Dengan membangun keterlibatan emosional yang jauh lebih kuat dibandingkan dengan penyampaian satu arah. Selaras dengan proses internalisasi dalam konstruksi sosial Berger dan Luckmann, sekaligus mendukung strategi *experience economy* yang menekankan dimensi emosional dan edukatif mendalam (Istenič & Bajec, 2021).

Dalam paket wisata gastronomi, narasi disampaikan secara sistematis untuk menciptakan pengalaman bernilai tinggi. Pemandu wisata menyatakan:

“Kami biasanya mulai dengan sejarah Minangkabau, lalu masuk ke makanan sebagai bagian dari adat.”

Komunikasi verbal, elemen visual seperti arsitektur rumah gadang, pakaian adat, dan tata penyajian juga berfungsi sebagai media naratif multisensori yang memperkuat framing pengalaman. Wisatawan mancanegara menyatakan:

“The atmosphere makes it authentic. It feels like culture, not just food.”

Elemen-elemen ini secara kolektif mendukung proses internalisasi makna budaya sebagaimana dalam kerangka konstruksi sosial Berger dan Luckmann, sekaligus strategi *experience economy* Pine dan Gilmore (Istenič & Bajec, 2021), sehingga memastikan keberlanjutan representasi gastronomi Minangkabau yang telah terinstitusionalisasi secara mendalam.

Proses Pemaknaan Wisatawan

Pemaknaan wisatawan terhadap cerita budaya bersifat kontekstual, yang berasal sistem kekerabatan diintegrasikan ke dalam pengalaman personal individu.

Wisatawan domestik cenderung mengaitkan cerita tersebut dengan identitas nasional yang lebih luas, sebagaimana dinyatakan Informan:

“Saya merasa ini (cerita gastronomi) bagian dari warisan budaya Indonesia. Jadi bukan cuma soal rasa.”

Sementara wisatawan mancanegara memandangnya sebagai pembelajaran lintas budaya yang mendalam, seperti ungkap Informan:

“Food here tells a story about society and family. That is different from what I experienced elsewhere.”

Proses pemaknaan kontekstual ini secara eksplisit, di mana cerita budaya berfungsi sebagai perangkat interpretatif esensial yang memfasilitasi pengintegrasian nilai budaya dan narasi gastronomi Minangkabau yang kaya ke dalam pengalaman personal individu (Mardatillah, 2020). Masyarakat lokal memegang peranan krusial dalam menyajikan informasi kontekstual terkait dengan budaya yang memperkaya pengalaman wisatawan, meningkatkan kualitas interpretasi budaya, dan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan (Eppang et al., 2023).

Temuan empiris memperkuat argumen ini: beberapa wisatawan menyatakan bahwa tanpa narasi pendukung, pengalaman kuliner hanya terasa biasa saja. Informan lainnya menegaskan:

“Kalau cuma makan tanpa tahu maknanya, mungkin saya lupa. Tapi karena ada cerita, saya ingat detailnya.”

Hal ini tidak hanya meningkatkan daya ingat, tetapi juga kedalaman pengalaman emosional dan edukatif, sehingga narasi menjadi kunci keberlanjutan representasi budaya dalam pariwisata.

Dampak terhadap Persepsi dan Minat Kunjungan

Temuan empiris menegaskan bahwa cerita budaya berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra destinasi yang positif dan niat kunjungan ulang, yang menekankan dimensi

emosional mendalam sebagai pendorong loyalitas wisatawan (Istenić & Bajec, 2021). Pengelola destinasi menyatakan:

“Wisatawan yang ikut tur cerita biasanya lebih puas dan lebih sering merekomendasikan.”

Wisatawan domestik menyatakan:

“Saya ingin kembali dan membawa teman supaya mereka juga tahu ceritanya.”

Wisatawan mancanegara menyampaikannya:

“I would recommend West Sumatra not only for the taste, but for the cultural experience.”

Temuan ini mengilustrasikan peran cerita budaya sebagai faktor pembeda yang kompetitif, di mana narasi simbolis gastronomi Menciptakan keunikan autentik yang sulit ditiru, berbeda dari cita rasa lezat yang tersedia secara komoditas di banyak destinasi.

Cerita budaya berfungsi sebagai mediasi antara kualitas produk kuliner dan minat wisatawan, dengan cita rasa sebagai prasyarat dasar, sementara narasi memperdalam keterikatan emosional melalui interpretasi kontekstual oleh masyarakat lokal sehingga meningkatkan loyalitas dan mendukung keberlanjutan ekonomi pariwisata sebagaimana fondasi warisan budaya Minangkabau (Mardatillah, 2020).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cerita budaya dalam pariwisata gastronomi di Sumatra Barat. Temuan merujuk pada aspek yang diteliti, yakni konstruksi cerita budaya, proses penyampaian dan representasi narasi budaya, pemaknaan cerita budaya. Cerita budaya tidak hanya hadir sebagai narasi verbal yang menyertai makanan, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang menghubungkan nilai adat, praktik kuliner, representasi wisata, dan interpretasi wisatawan dalam satu sistem makna yang saling terkait.

Gastronomi Minangkabau lahir dari sistem adat yang kuat, di mana makanan memiliki posisi dalam struktur sosial,

relasi kekerabatan, dan tata upacara. Makanan tidak berdiri sebagai objek konsumsi, melainkan sebagai simbol penghormatan, kebersamaan, dan sosial. Cerita budaya menjadi perangkat yang menjelaskan dan menegaskan makna simbolik tersebut. Tanpa narasi, dimensi simbolik akan tereduksi menjadi sekadar bentuk atau rasa.

Proses ini selaras dengan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Gastronomi menempatkan nilai kesabaran, hubungan, dan penghormatan yang diinternalisasikan melalui praktik memasak dan penyajian (Friedman, 2015). Tekhusus di Minangkabau Nilai tersebut kemudian diobjektivasi dalam adat dan struktur sosial, sehingga menjadi realitas yang dianggap wajar. Ketika wisatawan menerima dan memaknai cerita tersebut, terjadi proses internalisasi yang membentuk persepsi mereka terhadap pengalaman gastronomi.

Dalam aspek representasional cerita budaya mengalami adaptasi ketika memasuki ranah pariwisata. Adaptasi narasi menunjukkan adanya negosiasi antara otentisitas dan kebutuhan komunikasi lintas budaya. Penyederhanaan cerita bukan semata-mata bentuk komodifikasi, tetapi juga strategi interpretasi agar pesan budaya dapat dipahami oleh audiens yang heterogen. Narasi berfungsi sebagai jembatan antara sistem nilai lokal dan ekspektasi wisatawan global.

Ketika cerita disederhanakan secara berlebihan demi kepentingan promosi, terdapat risiko reduksi makna dan hilangnya kompleksitas historis. Komodifikasi budaya dapat mengubah narasi menjadi alat pemasaran yang terpisah dari konteks sosialnya. Keberlanjutan pariwisata gastronomi berbasis budaya menuntut keseimbangan antara interpretasi yang komunikatif dan pelestarian substansi nilai.

Cerita budaya juga memperluas

dimensi pengalaman wisata dari sensorik menjadi holistik (Martín et al., 2019). Tanpa cerita budaya, pengalaman gastronomi cenderung terbatas pada evaluasi rasa dan kualitas layanan. Dengan adanya narasi, rasa memperoleh konteks, dan pengalaman menjadi lebih reflektif (Kivela & Crotts, 2009).

Pemahaman bahwa pariwisata gastronomi merupakan sistem interaksi antara produk, narasi, aktor sosial, dan audiens. Cerita budaya berfungsi sebagai mekanisme integratif yang menyatukan elemen-elemen tersebut. Dengan demikian, dimensi naratif tidak dapat diposisikan sebagai elemen tambahan, melainkan sebagai komponen inti dalam pembentukan nilai pengalaman.

Secara praktis pengembangan pariwisata gastronomi di Sumatera Barat perlu menempatkan storytelling sebagai strategi inti. Pelatihan interpretasi budaya bagi pelaku usaha, dokumentasi narasi tradisional, serta integrasi cerita dalam promosi destinasi menjadi langkah strategis yang dapat memperkuat diferensiasi. Namun, proses tersebut harus dilakukan dengan sensitivitas budaya agar tidak mereduksi makna asli.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa cerita budaya merupakan komponen struktural dalam pariwisata gastronomi di Sumatera Barat. Gastronomi Minangkabau tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi berbasis cita rasa, tetapi sebagai representasi nilai adat, struktur sosial, dan identitas kolektif yang dikonstruksi secara historis. Narasi mengenai filosofi memasak, makna simbolik hidangan, serta keterkaitannya dengan praktik adat membentuk kerangka interpretatif yang memperdalam pengalaman wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi cerita budaya berakar pada transmisi keluarga dan legitimasi adat melalui proses eksternalisasi nilai dalam praktik sosial seperti memasak, dan

mengalami transformasi dalam konteks pariwisata melalui adaptasi narasi yang berfungsi sebagai jembatan antarbudaya. Penyampaian cerita berlangsung melalui komunikasi interpersonal maupun interpretasi terstruktur dalam paket wisata, memungkinkan wisatawan memaknai narasi secara kontekstual.

Cita rasa tetap menjadi prasyarat dasar yang tidak dapat diabaikan, Akan tetapi narasi budaya memperkuat diferensiasi destinasi, meningkatkan daya ingat pengalaman melalui koneksi sensorik, emosional, dan reflektif, serta mendorong rekomendasi dan kunjungan ulang. Dengan demikian, pengalaman gastronomi di Sumatera Barat terbentuk melalui interaksi antara dimensi sensorik dan dimensi simbolik yang saling melengkapi, sebagaimana narasi memperkaya pengalaman holistik. Penelitian ini juga menegaskan bahwa tanpa pengelolaan yang hati-hati, terdapat risiko komodifikasi dan penyederhanaan makna budaya. Oleh karena itu, keberlanjutan pariwisata gastronomi berbasis budaya memerlukan keseimbangan antara kebutuhan industri dan pelestarian nilai autentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah, S., Syafrini, D., Wasino, W., & Zainul, R. (2021). Rendang lokan: history, symbol of cultural identity, and food adaptation of Minangkabau tribe in West Sumatra, Indonesia. *Journal of Ethnic Foods*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00088-2>
- Friedman, A. (2015). Perceptual Construction: Rereading The Social Construction of Reality Through the Sociology of the Senses. *Cultural Sociology*, 10(1), 77. <https://doi.org/10.1177/1749975515615149>
- Huang, Y., & Wang, W. (2020). When a story contradicts: correcting health misinformation on social media through different message formats

- and mechanisms. *Information Communication & Society*, 25(8), 1192.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2020.1851390>
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2009). Understanding Travelers' Experiences of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(2), 161.
<https://doi.org/10.1177/1096348008329868>
- Lipoeto, N. I., Agus, Z., Oenzil, F., Masrul, M., Wattanapenpaiboon, N., & Wahlqvist, M. L. (2001). Contemporary Minangkabau food culture in West Sumatra, Indonesia. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 10(1), 10.
<https://doi.org/10.1046/j.1440-6047.2001.00201.x>
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1).
<https://doi.org/10.1186/s42779-020-00059-z>
- Martín, C. A., Izquierdo, C. C., García, M. L., & Buhalis, D. (2019). Impacts of authenticity, degree of adaptation and cultural contrast on travellers' memorable gastronomy experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1564106>
- Ricardianto, Ir. P., Djajaputra, Dr. G., & Martono, Prof. Dr. (2017). Air Transport and Tourism in Indonesia. *IOSR Journal of Applied Chemistry*, 10(5), 1.
<https://doi.org/10.9790/5736-1005010119>
- Rihardi, E. L. (2021). PENGEMBANGAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA SEBAGAI SEBUAH KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA INDUSTRI PARIWISATA DAN PERHOTELAN. *Komitmen Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 10.
<https://doi.org/10.15575/jim.v2i1.12474>
- Stone, M. J., Migacz, S., & Sthapit, E. (2021). Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(4), 797.
<https://doi.org/10.1177/1096348021994171>
- Suhartanto, D., Dean, D., Sosianika, A., & Suhaeni, T. (2018). Food souvenirs and their influence on tourist satisfaction and behavioural intentions. *European Journal of Tourism Research*, 18, 133.
<https://doi.org/10.54055/ejtr.v18i.317>
- Visković, N. R., & Komac, B. (2021). Gastronomy tourism: A brief introduction. *Acta Geographica Slovenica*, 61(1).
<https://doi.org/10.3986/ags.10258>
- Eppang, B. M., Renold, R., & Rahayu, M. (2023). Penguatan Interpretasi Berbasis Komunitas di Rammang-Rammang, Desa Salenrang Kecamatan Bontoa Kabupaten Maros. *Bhakti Persada*, 9(2), 108.
<https://doi.org/10.31940/bp.v9i2.108-117>
- Istenič, S. P., & Bajec, J. F. (2021). Luxury food tour: Perspectives and dilemmas on the “luxurification” of local culture in tourism product. *Acta Geographica Slovenica*, 61(1).
<https://doi.org/10.3986/ags.8960>
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1).
<https://doi.org/10.1186/s42779-020-00059-z>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2021). *Designing and conducting mixed methods research in tourism and hospitality*. *Journal of Mixed Methods Research*, 15(4), 491–505.
- Ardiansyah, A., RISNITA, R., & Jailani,

-
- M. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Şorcaru, I. A. (2019). Gastronomy Tourism - A Sustainable Alternative for Local Economic Development. *Annals of Dunarea de Jos University of Galati Fascicle I Economics and Applied Informatics*, 25(1), 103. <https://doi.org/10.35219/eai1584040>
- Iswadi, I., Hanafi, B. P., Thaheransyah, T., Yuliani, T., & Maijar, A. (2021). POLA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MINANGKABAU MELALUI PENDIDIKAN SURAU. *Masyarakat Madani Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jmm.v6i1.13301>
- Welsa, H. (2017). BUDAYA MINANGKABAU DAN IMPLEMENTASI PADA MANAJEMEN RUMAH MAKAN PADANG DI YOGYAKARTA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 1(2), 181. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2017.v1.i2.2095>