

***A PHENOMENOLOGY CULINARY GASTRONOMIC
OF TOURISM ATTRACTION
IN BALE RAOS ROYAL CUISINE RESTAURANT KERATON YOGYAKARTA***

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :
Muhammad Ikhlasul Amal
NIM. 15808144003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

*A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction
in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*

Skripsi

Oleh:
Muhammad Ikhlasul Amal
NIM. 15808144003

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 22 Juli 2019
untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,
Dosen Pembimbing,



Dr. Tony Wijaya, S.E., M.M.
NIP. 197907162014041001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:




*A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction
in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*

Oleh:

Muhammad Ikhlasul Amal

NIM. 15808144003

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 26 Juli 2019
dan telah dinyatakan lulus

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Penny Rahmawaty, S.E., M.Si.	Ketua Penguji		20/8/2019
Dr. Tony Wijaya, S.E., M.M.	Sekretaris		20/8/2019
Wardana, S.E., M.Pd.	Penguji Utama		20/8/2019

Yogyakarta, 21 Agustus 2019
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002/

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ikhlasul Amal
NIM : 15808144003
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul : *A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction in
Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar-benar karya penulis sendiri. Sepanjang pengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 20 Agustus 2019

Penulis,



Muhammad Ikhlasul Amal
NIM. 15808144003

MOTTO

*"Down at Heel Quality
with
The Beyond Measure Rate."*

PERSEMBAHAN

အဖို့ ဇာလကောကု မုဒာဒကု ဝါလကော အဖို့

အဖို့ ဟာမ္မာလ ဟုဗာ သုမုဒာဒကု အဖို့

*A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction
in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*

Oleh:
Muhammad Ikhlasul Amal
15808144003

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi dan mengklasifikasi hasil identifikasi yang telah diperoleh dari fenomena kuliner gastronomi terhadap daya tarik wisata di Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta. Teori yang dijadikan rancang bangun penelitian ini adalah teori tentang *gastronomic culinary*. Analisis aspek fenomenologi menggunakan verifikasi dan langkah-langkah penulisan dengan dasar pijak teori Gardjito, Murdijati.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah peneliti kuliner nusantara, pengelola Bale Raos Restaurant, wisatawan domestik dan mancanegara (*gourmet tourism*) pada Bale Raos Restaurant yang dikategorikan sebagai *gastronomic tourism* dengan *high interest, moderate interest, low interest, dan low / no interest* terhadap wisata kuliner.

Penelitian fenomenologi ini menunjukkan hasil dari sudut pandang pengelola Bale Raos yaitu telah berhasil mencitrakan dirinya sebagai restoran yang menyediakan *royal cuisine* tetapi dalam perjalanannya Bale Raos melakukan penyesuaian terhadap *culinary product* yang dimilikinya sehingga meninggalkan *authenticiry* dan *uniqueness*-nya. Berdasarkan dari peneliti kuliner nusantara, komunikasi cerita dari *culinary product* yang disajikan kurang tersampaikan dengan baik kepada tamu yang datang, sehingga *experience* yang didapatkan wisatawan kurang memiliki esensi. Menurut perspektif *gastronomic tourism* di Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta menunjukkan bahwa wisatawan memiliki berbagai minat dan motivasi tersendiri menurut profesi atau kegiatan sehari-harinya untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Kata kunci: *Gastronomy, Gourmet, Tourism, Experience, Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta*

***A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction
in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta***

**By:
Muhammad Ikhlasul Amal
15808144003**

ABSTRACT

The purpose of this study is to discuss and classify the results obtained from the gastronomic culinary phenomenon of tourist attractions in the Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Yogyakarta Palace. The theory used is the theory of gastronomic culinary. Analysis of aspects of phenomenology uses verification and steps taken on the basis of Gardjito, Murdijati's theory.

This type of research is a qualitative study with interview, observation, and documentation methods. The informants of this research are nantara culinary research, Bale Raos restaurant manager, domestic and foreign tourists (gourmet restaurant) at Bale Raos Restaurant which are categorized as gastronomic tourism with high interest, medium interest, low interest, and low / no interest in culinary tourism.

This phenomenological research shows the results from the point of view of the manager of Bale Raos who has successfully portrayed his party as a restaurant that provides royal cuisine but in its journey Bale Raos conducts research on updated culinary products that require authenticity and uniqueness. Based on the culinary research of the archipelago, communication of stories from culinary products that are presented is less well conveyed to guests who come, so the experience gained by tourists lacks essence. According to the perspective of gastronomic tourism at Bale Raos Royal Cuisine Yogyakarta Palace shows that tourists have various special interests and motivations according to the profession or daily activities for tourism purposes.

Keywords: Gastronomy, Gourmet, Tourism, Experience, Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta.*” Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Setyabudi Indartono, Ph.D., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi selama kuliah.
4. Dr. Tony Wijaya, S.E., M.M., Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan, arahan dan motivasi selama penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
5. Wardana S.E., M.Pd., Narasumber dan Penguji Utama yang telah memberikan masukan dalam seminar proposal, menguji dan mengoreksi skripsi ini.
6. Penny Rahmawaty, S.E., M.Si., Ketua Penguji yang telah memberikan pertimbangan dan masukan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan banyak dukungan dan kelancaran di dalam penulis menyelesaikan Skripsi.
8. Almarhum Tri Nardono sebagai pamucal spiritual dan mental yang telah mewairkan revitalisasinya kepada saya sehingga saya menjadi insan spiritual seperti saat ini.
9. Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta dan Bale Raos Restaurant yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di Bale Raos Restaurant.
10. Para Informan yang bersedia penulis wawancarai sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Wanda 先輩 & Tetet 先生, scriptsweet ni torikumu kōfuku no sapōto to shien.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penulisan yan lebih baik di masa mendatang. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 20 Agustus 2019
Penulis,



Muhammad Ikhlasul Amal
NIM. 15808144003

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah	11
D. Perumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori	14
1. <i>Gastronomic Culinary</i> (Kuliner Gastronomi).....	15
2. Kota Yogyakarta sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner	16
3. Bale Raos	19
B. Penelitian yang Relevan	25
C. Pertanyaan Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Subjek Penelitian.....	29
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Observasi tak berstruktur	31

2. Wawancara.....	32
3. Dokumentasi	32
F. Teknik Analisis Data.....	32
1. Reduksi Data	33
2. Penyajian Data	33
3. Kesimpulan / Verifikasi	33
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34
1. <i>Membercheck</i> / Pengecekan Anggota	34
2. Triangulasi.....	34
BAB IV ANALISIS DATA	36
A. <i>Culinary Gastronomic</i> Bale Raos Berdasarkan Perspektif Pengelola Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta	38
B. Fenomenologi Berdasarkan Perspektif <i>Gourmet Tourism</i> sebagai Peneliti Kuliner Nusantara di Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta	48
C. Fenomenologi Berdasarkan Perspektif <i>Gastronomic Tourism</i> di Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta	56
D. Ringkasan Analisis Data	65
BAB V KESIMPULAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Analisis Data	65
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara	3
Gambar 2. Data Kunjungan Wisatawan Nusantara.....	7
Gambar 3. Data Klasifikasi Daya Tarik Wisata Kota Yogyakarta	8
Gambar 4. Importance of Interest in Food as a Travel Motivation.....	17
Gambar 5. Paket Menu Rijsttafel	42
Gambar 6. Catatan Observasi, 2 Februari 2019 pukul 14:06 WIB	155
Gambar 7. Catatan Observasi, 7 April 2019 pukul 09:51 WIB	156
Gambar 8. Catatan Observasi, 15 Mei 2019 pukul 16:56 WIB	156
Gambar 9. Catatan Observasi, 14 Juni 2019 pukul 18:26 WIB	157

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Kepada Pengelola Bale Raos Restoran Kraton Yogyakarta	74
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Kepada Peneliti Kuliner Nusantara	75
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Kepada Wisatawan (Nusantara)	76
Lampiran 4. Daftar Pertanyaan Kepada Wisatawan (Mancanegara)	77
Lampiran 5. Transkrip Wawancara dengan Rr Nawangsasi Tedjokusumo	78
Lampiran 6. Transkrip Wawancara dengan Romo Mardi	89
Lampiran 7. Transkrip Wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	95
Lampiran 8. Transkrip Wawancara dengan Asahi	102
Lampiran 9. Transkrip Wawancara dengan Ken	109
Lampiran 10. Transkrip Wawancara dengan Ign. Mahendra Duta Saputra	116
Lampiran 11. Transkrip Wawancara dengan Wanda Mukti Sugiarto	127
Lampiran 12. Transkrip Wawancara dengan RM Agus Darmawangsa	141

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia yang terkenal dengan berbagai macam kekayaan alam dan budaya, menjadi salah satu tujuan favorit pariwisata, baik domestik maupun internasional. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, jumlah kedatangan turis di Indonesia mencapai lebih dari 8 juta di tahun 2012. Angka ini menunjukkan bahwa dunia pariwisata Indonesia sedang dalam fase berkembang dan potensi pertumbuhan yang masih terbuka lebar, mengingat masih banyak sumber daya pariwisata di Indonesia yang belum maksimal untuk dimanfaatkan dan masih banyak yang dapat dieksplor ([Kartajaya & Nirwandar, 2013](#)).

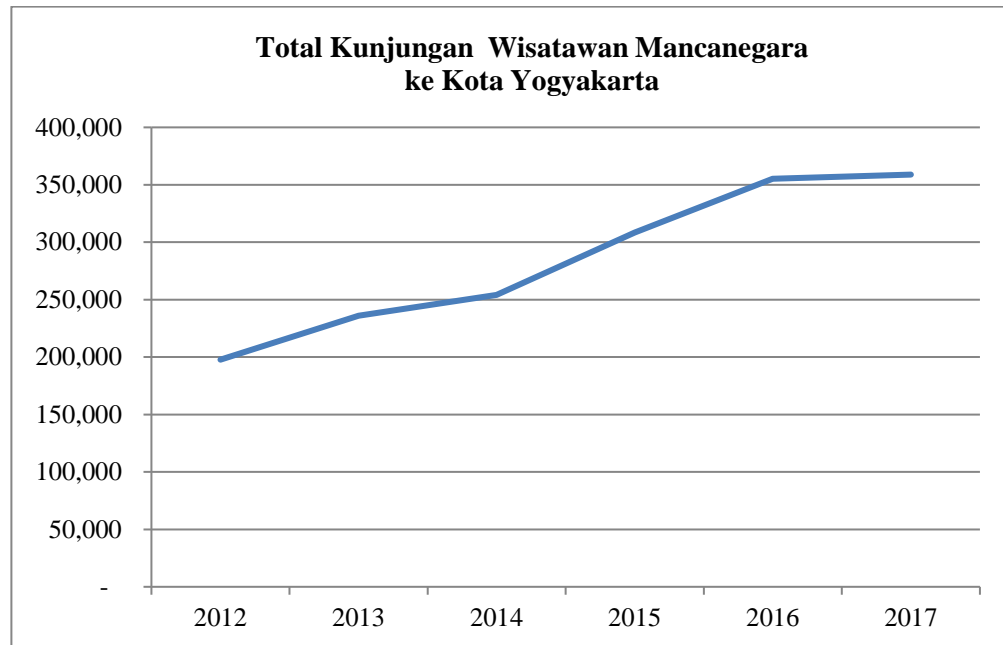
Menyinggung tentang sejumlah sumber daya pariwisata di Indonesia yang secara garis besar belum banyak dieksplor ini tentu memiliki potensi untuk dapat mendorong salah satu pangsa pasar wisata yaitu dibidang kuliner, yang secara umum dapat mengenai dorongan untuk diferensiasi dalam menentukan destinasi wisata, ketertarikan pada kegiatan otentik dan eksperiensial, gaya hidup dan kepetingan dari turis itu sendiri, termasuk berbagai macam makanan yang ditawarkan oleh destinasi wisata tersebut.

Perlu disadari bahwasanya destinasi pariwisata di beberapa kota seperti Kota Popayan (Kolombia), Cheng Du (Cina), Ostersund (Swedia), Zahle (Lebanon), Jeonju (Korea) sudah berani memproklamkan sebagai *Creative Cities of*

Gastronomy. Berdasarkan data UNESCO diperoleh data daftar masakan Negara di dunia yang termasuk kedalam *Creative Cities of Gastronomy* yaitu; Belém (Brazil), Bergen (Norway), Burgos (Spain), Chengdu (China), Dénia (Spain), Ensenada (Mexico), Florianopolis (Brazil), Gaziantep (Turkey), Jeonju (Republic Of Korea), Östersund (Sweden), Parma (Italy), Phuket (Thailand), Popayán (Colombia), Rasht (Islamic Republic Of Iran), Shunde (China), Tsuruoka (Japan), Tucson (United States Of America), dan Zahlé (Lebanon) (sumber: <https://en.unesco.org>). Hal tersebut menunjukkan bahwa *Creative Cities of Gastronomy* disebuah negara dikatakan memiliki kearifan gastronomi lokal yang baik apabila wisata kuliner tersebut memiliki akses yang mudah untuk dikunjungi oleh turis regional maupun internasional.

Mengangkat potensi kearifan gastronomi lokal ke pasar internasional merupakan suatu persoalan dalam sebuah saluran pemasaran. Potensi kuliner di Nusantara yang beragam menjadikan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan kuliner. Saat ini, terdapat contoh kuliner Nusantara yang sudah dikenal dunia yang kini masuk kedalam data UNESCO yang dimiliki oleh negara Indonesia sebagai *the best meat dishes* salah satunya adalah *rendang*. Dengan mengenal kearifan gastronomi lokal, memahami bagaimana seni dapat menghidang masakan akan membantu menghasilkan dan meningkatkan citarasa yang dapat membangun rasa cinta terhadap Tanah Air sendiri. Apabila masyarakat mampu menikmati citarasa yang beragam ini, maka manfaat makanan akan lebih baik dan mampu menanamkan daya tariknya untuk berkunjung ke destinasi wisata suatu kota dalam

rangka mencari pengalaman berwisata kuliner oleh wisatawan mancanegara maupun domestik.



Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara
Sumber: Statistik Kepariwisata DIY, edisi 2012-2017

Dari grafik diatas dapat diketahui pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara per tahun ke Daerah Istimewa Yogyakarta menurut pintu masuk dari tahun 2012 hingga 2017 yakni berada di kisaran angka 19,8 persen. Angka ini dapat memproyeksikan bahwa tingkat eksistensi destinasi wisata di Indonesia mengalami pertumbuhan. Sebagian besar aktivitas yang terdapat dalam destinasi wisatawan mancanegara yang melewati pintu masuk Indonesia kurang lebih hanya sebatas melakukan kegiatan *touring*, *shopping*, serta kegiatan seperti *experiential moment* lainnya. Tetapi, untuk kegiatan *experiential* dibidang kuliner seperti contohnya mencicipi kuliner berbasis kearifan lokal yang terdapat pada

destinasi wisata tersebut masih belum banyak dilakukan bahkan pada destinasi wisata nasional yang eksistensinya sudah merambah cukup baik sekalipun.

Dengan adanya kondisi secara nasional seperti saat ini terdapat kekhawatiran bahwa gastronomi pusaka nusantara yang belum mendapat perhatian baik dari turis mancanegara, terlebih lagi semakin ditinggalkan bangsa kita sendiri. Belum lagi realitasnya gastronomi nusantara yang kurang memiliki daya saing dengan gastronomi negara lain. Saat ini pun terdapat *trend* semakin selektifnya konsumen dalam memilih makanan. Hal tersebut harus segera diantisipasi karena akulturasi budaya semakin kompleks, dan berbaur satu dengan yang lainnya. Oleh karenanya sangat dibutuhkan sebuah pencitraan terhadap gastronomi nusantara untuk membentuk eksistensi gastronomi di negara Indonesia. Disertai dengan adanya inovasi dan kreativitas terhadap kuliner nusantara semakin maju dan berkembang, hal ini adalah upaya untuk menjawab tuntutan persaingan didunia kuliner dalam menarik wisatawan lokal maupun internasional.

Yogyakarta adalah kota yang dapat dikatakan memiliki magnet bagi kunjungan dari wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Seiring dengan pengembangan pembangunan kota yang memiliki beragam aspek yang patut dikaji agar kota ini dapat bertahan dengan kelangsungannya pusakanya. Mengenai salah satu aspek yang dapat dikembangkan adalah dari pusaka gastronomi kota ini. Sedangkan menurut [Gilleisole](#) (2001) gastronomi adalah seni, atau ilmu akan makanan yang baik (*good eating*). Penjelasan yang lebih singkat menyebutkan

gastronomi sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kenikmatan dari makan dan minuman.

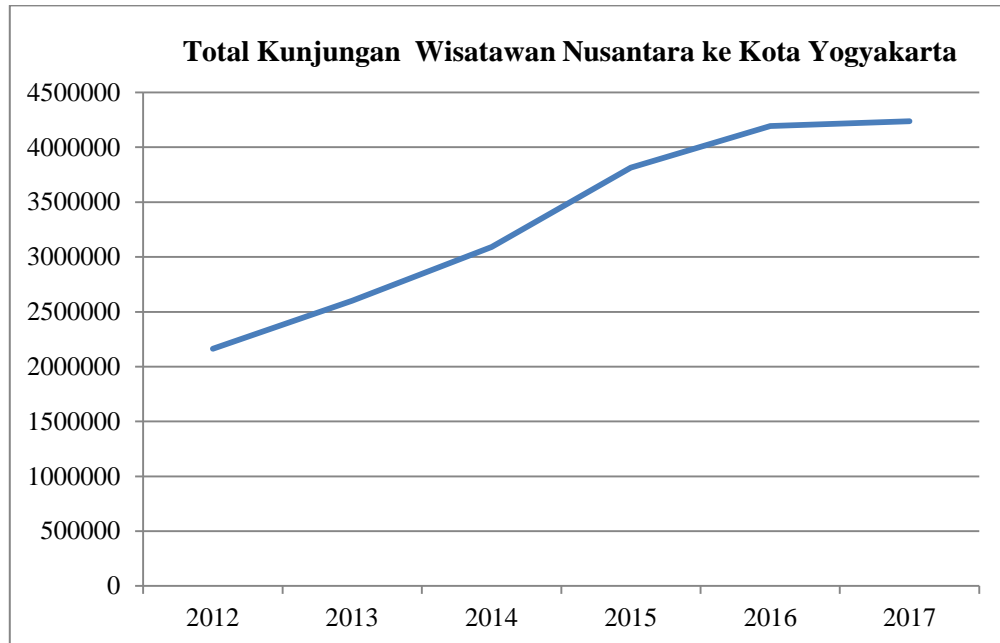
Suryo, Djoko (Guru Besar UGM) mengatakan, secara historis budaya kuliner merupakan salah satu budaya manusia dalam peradaban kehidupannya yang berfungsi sebagai sarana manusia untuk mempertahankan hajat hidupnya. Sedangkan Gardjito, Murdijati (Peneliti Kuliner Nusantara Keturunan Sultan HB VII) menyebutkan gastronomi sebagai studi mengenai hubungan antara budaya dan makanan, di mana gastronomi mempelajari berbagai komponen budaya dengan makanan sebagai pusatnya / seni kuliner sehingga gastronomi adalah produk budidaya pada kegiatan cara membuat makanan dari bahan mentah hingga cara menyajikan hidangan yang telah siap untuk di nikmati yang pengejawantahan warna, aroma, dan rasa dari suatu makanan dapat ditelusuri asal-usulnya dari lingkungan tempat bahan bakunya dihasilkan. (*Favorite Culinary of the King Documentary*, 23 September, 2014).

Suryo, Djoko (Guru Besar UGM) mengatakan bahwa di pulau Jawa, budaya kuliner sudah mulai muncul pada masa kerajaan-kerajaan awal seperti kerajaan mataram kuno sampai ke mataram islam kemudian sampailah kepada warisan kerajaan di Keraton Surakarta dan Yogyakarta. Keanekaragaman kuliner yang dihidangkan kepada sang raja, ataupun saat acara jamuan dengan tamu adalah bukti dari istimewanya kedudukan sang raja diantara rakyatnya. Kuliner akan memiliki perkembangan yang cukup penting, ketika sebuah kerajaan itu berdiri dan memiliki aktivitas terutama dalam interaksi hubungan dengan dunia luar

seperti saat bertemu dengan bagsa-bangsa atau masyarakat diluar lingkungan lokalnya (*Favorite Culinary of the King Documentary*, 23 September, 2014).

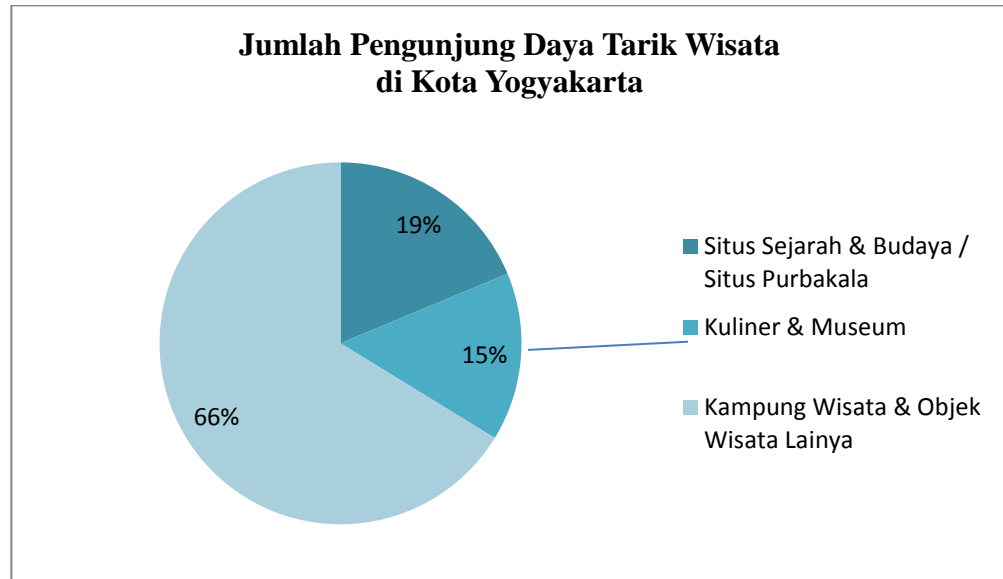
Di sisi lain, hubungan wisatawan lokal maupun mancanegara di Kota Yogyakarta dengan budayanya mengenai kuliner kerajaan dapat dijumpai di berbagai restoran yang terletak di pusat Kota Yogyakarta yang dapat mewakili simbol dari pariwisata Kraton Yogyakarta dengan sajian kuliner bernuasnsa kerajaan seperti di Ndalem Kaneman, Ndalem Puspodiningratan, Ndalem Pakuningratan, Ndalem Yudaningrat, Ndalem Wironegaran, Pesanggrahan Ndalem Ngeksigondo, Bale Raos, Royal Ambarukmo Yogyakarta, IONs Culinari College, dan Desa Wisata Kembang Arum.

[Horng dan Tsai](#) (2010) berpendapat bahwa wisata makanan dapat dianggap sebagai bagian dari turisme budaya. Oleh karena hal tersebut, dari berbagai restoran yang menyediakan masakan kerajaan, Bale Raos Restaurant merupakan suatu bagian penting dari pengalaman turis untuk berkuliner di Keraton Yogyakarta. Restoran ini selain menyajikan menu berbasis kuliner kerajaan juga menawarkan suasana unik yang direndam dalam warisan dan tradisi di Istana Kerajaan Keraton Yogyakarta seperti *live perform* dari instrumen gamelan atau tari klasik yang dimiliki oleh Keraton Yogyakarta, di mana wisatawan dapat mengamati, berpartisipasi, dan mendapatkan pemahaman tentang budaya yang dimiliki oleh orang lain serta unsur historis suatu tempat melalui pengalaman makan dan makan ([Okumus](#), Okumus dan McKercher, 2007; [Lin](#), Pearson dan Cai, 2011).



Gambar 2. Data Kunjungan Wisatawan Nusantara
 Sumber: Statistik Kepariwisata DIY, edisi 2012-2017

Gambar grafik diatas menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan nusantara yang kurang lebih memiliki kuantitas yang sama dari wisatawan mancanegara yakni 18,7 persen. Tetapi peningkatan kuantitas ini tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas dari motivasi wisatawan mancanegara maupun dmoestik untuk berpergian ke suatu destinasi. Adamopoulos (1999) juga menyebutkan bahwa interaksi antara turis dan destinasi telah tunduk pada pertimbangan filosofis dan strategis mereka sejak ditetapkanya *planning*. Dengan kata lain, keadaan yang seperti ini tidak akan menjadi baik bagi tren positif pertumbuhan ekonomi pada sektor pariwisata.



Gambar 3. Data Klasifikasi Daya Tarik Wisata Kota Yogyakarta
 Sumber: Statistik Kepariwisataaan DIY, edisi 2012-2017

Dari pemaparan keadaan yang terdapat saat ini serta diperkuat dengan berbagai anggapan dan situasi yang menunjukkan kegiatan wisata dibidang kuliner dan kegiatan apresiasi terhadap kearifan lokal masih cukup rendah yakni hanya mencapai 15% saja dari jumlah total wisatawan mancanegara maupun domestic yang berkunjung ke Kota Yogyakarta, maka analisis yang mendalam terkait branding wisata kuliner terhadap Bale Raos Restaurant Yogyakarta dilihat dari menu makanan yang disajikan menjadi penting dan menarik untuk diteliti. Harapan dimasa yang akan datang, dengan adanya penelitian ini Bale Raos Restaurant Yogyakarta maupun penyedia wisata kuliner lokal lainnya dapat terus berkembang mengikuti eksistensi dunia kuliner tanpa menghilangkan nilai-nilai historis dan atau kearifan lokal adiluhur yang ingin ditanamkan. Sehingga pernyataan diatas akan memiliki harapan yang selaras dengan pendapat Kim, Kim

dan Goh (2011) bahwa dalam konteks seperti itu, pariwisata makanan akan dengan cepat menjadi salah satu bidang yang paling menarik dan populer dalam industri pariwisata. Hal ini juga searah dengan pendapat Sulisty, Djoko (2014) yang menyatakan bahwa:

Miturut Kepala Disbudpar DIY Ir.H Djoko Budi Sulisty MT Ars MBA., potensi pariwisata Ngayogyakarta pancen cukup komplit. Wiwit saka gunung, laut, waduk, kali, kabeh ana. Saengga ekosistem kang ono ing Ngayogyakarta ugo komplit.

Ngayogyakarta dhewe mujudake tilas kraton (kerajaan) Tegese culture lan heritage kabeh ana ing Ngayogyakarta. Malahan bab mau mujudake keunggulan mligi tumraping DIY kang ora diduweni dening daerah liya kang dudu tilase kerajaan.

Ngrembug babagan wisatawan mancanegara, sasuwene iki Jepang lan Eropa kayata landa lan perancis mujudake pasar potensial tumraping pariwisata Ngayogyakarta. Nanging jroning wektu-wektu kang bakal teko mengko, chino mbok menawa bakal dadi pasar potensial kejaban negaranegara liyane. Yen Indonesia kelebu Ngayogyakarta, bisa ngundang 10% saka 10% warga chino kang plesiran menyang negara-negara liya, Indonesia wis bakal kebanjiran wisatawan. Iki mergo penduduk chino akeh banget lan potensial (Semplur, 2014).

Pendapat tersebut memiliki pesan tersirat bahwa Yogyakarta dapat menarik turis domestik dan mancanegara untuk *ngangsu kawruh* tentang kuliner gastronomi berupa produk seni dan budaya lokal Yogyakarta yang dapat dijadikan dasar pijak daya tarik dari seni dan budaya untuk provinsi lain khususnya dan mancanegara pada umumnya. Beliau juga menggarisbawahi bahwa:

Kanggo luwih mekarake lan majokake pariwisata ing Ngayogyakarta mau mesti wae ora sethithik tantangan lan pepalang kang diadepi. Ing antarane yaiku babagan SDM utowo sumber daya manusiane. Pancen SDM ing Ngayogyakarta relative luwih terdidik dibandingake karo daerah liyane. Ewosemono, SDM kang ono mau isih perlu terus ditingkatake kualitase kanggo ngadepi persaingan kang

soyo abot mengko. Kejobo iki Ngayogyokarto ugo isih mbutuhake maneka sarana lan prasarana kanggo nyengkuyung amrih wisatawan soyo gampang lan betah manggon ing Ngayogyokarto. Dene babagan kabudayan, Joko Budi Sulistyono ngendikakake, Ngayogyokarto pancen ora bisa dikalahke karo daerah liyo ing babagan kabudayan. Mulo kabudayan mau kudu bisa “didol”. Tegese, dikenalake lan dipromosekeing tataran kang luwih jembar meneh, tanpa ngrugekake saka aspek liyane (Semplur, 2014).

Berdasar pernyataan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu mendongkrak sektor gastronomi dalam seni, budaya, dan pariwisata yang terkait dengan saluran pemasaran dan daya tarik dari bidang seni, budaya, dan pariwisata yang berwujud pengalaman kuliner bergastronomi sebagai daya tarik wisatawan.

Maka dari itu penelitian ini dilandasi oleh penelitian Adina (2016) yang berjudul “*Culinary experiences as key tourism attraction, Case Study: Braşov County*” dan melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati et al (2014) tentang gastronomi yang berjudul *Desain Kemasan Produk Seni Budaya Lokal Ke Mancanegara Melalui “Pasugatan Dinner Package” Berbasis Multilingual Cultural Approach Di Kraton Yogyakarta DIY*. Setelah itu, peneliti berusaha menggabungkan ide dalam mengimplementasikan penelitian dengan judul “*A Phenomenology Culinary Gastronomic of Tourism Attraction in Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Keraton Yogyakarta.*”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Gastronomi Nusantara memiliki daya saing yang lemah dengan gastronomi yang dimiliki oleh negara lain.
2. Terdapat ancaman berskala nasional bahwa gastronomi Nusantara semakin ditinggalkan oleh bangsa Indonesia.
3. Trend selektif konsumen akibat akulturasi budaya yang kompleks.
4. Belum terdapat citra untuk pariwisata kuliner berbasis gastronomi di Kota Yogyakarta.
5. Heterogenitas kuliner pada gastronomi Nusantara membuat sukar untuk menampilkan sebuah ikon kuliner lokal Kota Yogyakarta.
6. Kearifan lokal merupakan faktor unik pada kuliner gastronomi yang belum banyak mempengaruhi eksistensi dari suatu destinasi wisata kuliner.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan diteliti yaitu pengalaman kuliner gastronomi sebagai daya tarik wisata kuliner pada Bale Raos Restaurant sebagai elemen kunci yang mewakili citra *Royal Cuisine* yang dimiliki oleh Keraton Yogyakarta.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan batasan masalah yang telah ditentukan, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengalaman kuliner gastronomi dan daya tarik turis dilihat dari produk yang disajikan di kota Yogyakarta berdasarkan aspek fenomenologis.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang dapat berupa seni, budaya, dan daya tarik lainnya yang berwujud pengalaman kuliner bergastronomi sebagai daya tarik wisatawan untuk mendukung pengembangan pariwisata kuliner di Kota Yogyakarta melalui Bale Raos Restaurant.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi pengembangan ilmu manajemen pemasaran mengenai pengalaman untuk wisata kuliner pada restoran, buffet, kafe, atau usaha kuliner sejenis lainnya yang berbasis gastronomi.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama menempuh masa studi dan menambah wawasan mengenai pengalaman kuliner yang memiliki unsur gastronomi.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Manajemen Restoran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi usaha kuliner untuk meningkatkan daya tarik kepada turis mancanegara maupun dalam domestic sehingga memperoleh eksistensinya di dunia kuliner serta membantu para usahawan kuliner dalam mengenalkan produk berbasis kearifan lokal yang dimiliki.

b. Bagi *Gourmet* (Kritikus Makanan, Penulis Makanan, *Cheff Gourmet*, maupun Pembawa Acara Makanan)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *gourmet* (kritikus makanan, penulis makanan, *cheff gourmet*, maupun pembawa acara makanan) dalam memilih restoran. Diharapkan dengan mengetahui keberagaman produk (menu) gastronomi, maka akan semakin meningkatkan rating maupun kredibilitas kritikus makanan, penulis makanan, dan pembawa acara makanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kuliner Gastronomi

Gastronomi adalah konsep yang licin untuk dijelaskan dan didefinisikan. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Santich (2004) dengan hasil meskipun terdapat konsensus umum tentang arti '*gastronomi*' seperti pada karakter gastronomi suatu negara atau wilayah (mengacu pada jenis makanan dan minuman yang diproduksi dan dikonsumsi), spesialisasi gastronomi (makanan dan minuman tertentu di suatu negara, wilayah, restoran atau juru masak) dan pariwisata gastronomi (suatu bentuk pariwisata yang terfokus pada makanan dan minuman, spesialisasi gastronomi khususnya) sendiri tetap sulit dipahami.

Kesulitan yang serupa juga ditemukan dalam buku Archestratus yang membahas '*gastronomia*' (*gastronomy*), seperti yang ditulis Athenaeus (1927:18–19) *Gastro*-berhubungan dengan perut dan, dengan ekstensi, seluruh sistem pencernaan, mulai dari mulut, sementara *nomos* berarti aturan atau regulasi. Karena itu gastronomi mengacu pada aturan atau norma dalam hal makan dan minum. Dari derivasi ini lingkup gastronomi dapat diekstrapolasikan untuk memasukkan saran atau petunjuk tentang

apa yang harus dimakan (dan minum), berapa banyak, bagaimana, di mana dan kapan, mengapa, dalam bentuk apa dan di mana kombinasi.

[Yun et al. \(2011\)](#) mengatakan, terdapat beberapa variasi dalam definisi pengalaman kuliner gastronomi, tetapi jika mengacu pada aspek umum menyatakan bahwa wisata kuliner tidak hanya terpaku pada kegiatan memakan *dine in* saat bepergian untuk berwisata, tetapi lebih untuk mendapatkan berbagai pengalaman wisata kuliner yang menyoroti makanan, minuman, atau hidangan yang unik di tempat tujuan atau menyoroti beberapa aspek lain seperti budaya lokal.

[Scarpato \(2002\)](#) melihat pengalaman kuliner gastronomi sebagai "media pariwisata budaya" dan sebagai sumber daya penting bagi destinasi yang ingin mengembangkan produk dan pengalaman pariwisata berkualitas baru. Wisata kuliner telah diidentifikasi sebagai komponen penting dari pasar pariwisata budaya yang berkembang pesat ([Canadian Tourism Commission, 2002](#)). Pernyataan ini didukung oleh pendapat [Adina \(2016\)](#) yang menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata makanan ke sebuah destinasi wisata akan meningkatkan pengalaman pengunjung. Saat ini masalah-masalah seperti bagaimana kita makan, apa yang kita makan dan di mana kita makan adalah subjek yang menghasilkan perdebatan ekstensif, refleksi dan tindakan penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Unsur-unsur seperti keingintahuan kuliner, keinginan untuk mendiversifikasi menu sehari-hari, keinginan untuk

mencicipi hidangan baru atau terkenal adalah topik nyata yang dapat memfasilitasi dan memperkuat pengetahuan tentang tujuan yang dikunjungi, adat istiadat setempat, sehingga melengkapi pengalaman perjalanan.

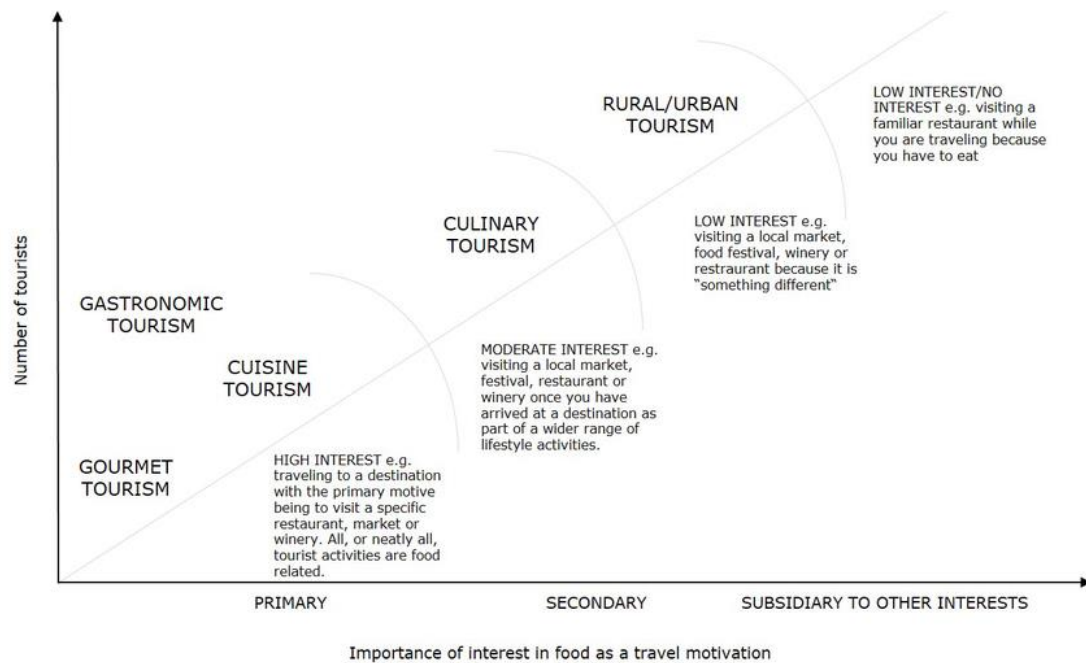
2. Kota Yogyakarta sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner

Yogyakarta memiliki banyak tradisi kuliner yang penting. Situs pariwisata resmi pariwisata Yogyakarta, yaitu www.visitingjogja.com, web tersebut memberi tahu pengunjung bahwa kekhususan pariwisata Yogyakarta didasarkan pada tiga pilar berikut: Situs budaya & sejarah / purbakala, desa / kampung wisata / wisata lainnya, dan museum termasuk gastronomi citarasa masakan daerah.

Ciri utama masakan Rumania adalah varietasnya yang luar biasa sebagai masakan yang dipengaruhi oleh gelombang berulang dari budaya yang berbeda: dari masyarakat Mataram Kuno, Mataram Islam, lalu dilanjutkan imperialisme dan kolonialisme hingga sekarang. Semua pengaruh ini secara bertahap dicampur ke dalam tradisi kuliner Yogyakarta yang bervariasi dan lezat ([Gardjito, 2013](#)).

Di antara berbagai kegiatan pariwisata yang dipromosikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, atraksi yang diwakili oleh keahlian menyajikan hidangan sempat terabaikan. Di sisi lain, di Kota Yogyakarta terdapat beberapa sejenis restoran terkenal untuk

menu tradisional yang disajikan dan suasana khusus mereka yang mewakili simbol pariwisata daerah tersebut seperti Royal Ambarukmo, Pendhapa Ndalem, Ndalem Kaneman, dan The House of Raminten. Potensi yang ada di daerah itu signifikan dan menggembirakan. Beberapa waktu yang lalu, masakan Keraton Yogyakarta telah sempat dianugerahi *Yogyakarta Special Region Gastronomy*. Sejarahnya, koeksistensi budaya dan peradaban yang berbeda mempengaruhi gastronomi lokal, sehingga Yogyakarta membedakan dirinya sebagai tujuan gastronomi yang asli.



Gambar 4. *Importance of Interest in Food as a Travel Motivation*
 Sumber: *The Advantages and Disadvantages of Developing Cuisine, Food and Tourism Relationships: International and Local Perspectives* oleh C. Michael Hall tahun 2010

Pada *Importance of Interest in Food as a Travel Motivation* terdapat tipe wisatawan kuliner. Sumbu horizontal untuk tingkat kepentingan (*The Importance: Primary, Secondary, and Subsidiary*) sedangkan sumbu vertikal menunjukkan jumlah wisatawan kuliner (*Food Tourist: Neophile and Neophobe*). Pada tipe I turis memiliki tingkat ketertarikan atau keterlibatan tingkat tinggi. Mereka adalah orang-orang *expert* yang disebut sebagai *gourmet*. Profesi mereka antara lain seperti cheff, kritikus, peneliti, dan pengamat wisata kuliner. Kegiatan mereka di bidang kuliner memiliki tingkat kepentingan *primary* dengan *neophile* atau mereka yang suka mencoba sesuatu yang baru.

Tipe II adalah *cuisine tourism* dimana prioritas melakukan kegiatan kuliner mereka memiliki tingkat primer dan suka mencoba hal baru seperti berkunjung ke suatu destinasi wisata untuk restoran spesifik tertentu, karena itulah yang memotivasi mereka untuk melakukan kegiatan wisata yang berhubungan dengan suatu masakan (*cuisine*).

Kemudian tipe III yaitu *culinary tourism* adalah mereka yang memiliki tingkat ketertarikan sedang untuk kegiatan wisata kuliner. Contohnya mereka yang mengunjungi festival lokal untuk mencari sensasi karena mereka ingin mencoba berbagai macam kuliner yang terkait dengan gaya hidup / *trend* yang sedang berlaku saat ini.

Terakhir adalah tipe IV, *rural / urban tourism* yakni turis yang hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak sama sekali motivasi melakukan

kegiatan wisata terlebih pada makanan. Mereka hanya mengikuti kata hati mereka dan tidak terlalu terpaku pada nilai-nilai yang akan didapatkan pada saat melakukan kegiatan mencari makanan seperti manfaat ilmu pengetahuan dan pengalaman baru akan tetapi mereka terbiasa pada aktivitas makan normal sehari-hari (*neophobe*).

3. Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta

Adanya trend masyarakat pada saat itu yang cenderung lebih mengenal dan menyukai masakan dari luar negeri, sehingga masakan tradisional seakan-akan hilang dari peredaran dan tidak mempunyai *prestige* dimata masyarakat umum. Untuk itu perlu diangkat kembali kekayaan menu tradisional khususnya kuliner khas Kraton Yogyakarta maupun aneka jajanan tradisional yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya. Untuk mendukung aktivitas pariwisata di Kota Yogyakarta pada khususnya dan wisata kuliner dikota-kota besar pada umumnya serta untuk memelihara kekayaan budaya yang salah satunya adalah aneka ragam kuliner / masakan khas Kraton Yogyakarta maka "Bale Raos" hadir menyajikan masakan-masakan tersebut dengan kemasan yang memikat.

Bale Raos mulai beroperasi sejak 23 Januari 2004, atas prakarsa KGPH Hadiwinoto sebagai upaya merealisasikan gagasan GKR Hemas untuk melestarikan serta membuka pintu kepada masyarakat umum untuk

bisa mengetahui dan menikmati aneka kekayaan kuliner Kraton Yogyakarta. Bale Raos merupakan pilihan tepat untuk berbagai acara baik formal maupun non formal. Antara lain: acara keluarga, menjamu relasi, *gathering*, *private party*, maupun sebagai tempat wisata kuliner yang khas dan *authentic*.

Berikut adalah sajian hidangan gastronomi yang dimiliki Bale Raos Restaurant Kraton Yogyakarta:

1. *Main Course* (Menu Utama) Kuliner Khas Kraton Yogyakarta
 - a. Bebek Suwar-Suwir - Menu khusus Kraton Yogyakarta berupa irisan daging Bebek yang dimasak dengan *kedondong* disajikan dengan saus *kendondong* parut merupakan hasil olahan "Koki Kraton berdarah Belanda" Hidangan favorit dari Sri Sultan Hamengku Buwono IX (1940-1988).
 - b. Gudeg Manggar Set - Jenis Gudeg yang *authentic* dan klasik dari Mangir-Bantul, sering disajikan di Kraton Yogyakarta untuk tamu khusus, dalam kombinasi dengan: gudeg manggar (aliran kelapa rebus), sambel goreng krecek (kulit geef cincang dengan saus sambal), telur pindang (telur rebus), opor ayam (ayam rebus dalam santan).
 - c. Bestik Lidah - Varian sajian Bistik Lidah sapi dengan bumbu kental, disajikan dengan "Kentang Ongklok" dan *serces* (setup sayuran favorit Sri Sultan Hamengku Buwono IX).

- d. Bestik Djawa - Bistik Jawa terbuat dari daging giling dengan kuah semur manis sedang, disajikan bersama dengan pure kentang panggang dan *sauted* sayuran. Menu ini sangat disenangi oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX.
- e. Kambing Panggang - Daging kambing pilihan dipanggang dengan olesan mustard dan minyak zaitun, disajikan dengan rangkaian kari sayuran dan kentang *sauted*. Pilihan saus: bumbu kacang, bumbu kecap atau saus *orange*.
- f. Semur Piyik - Menu khas burung dara muda dalam kuah kental kecap, salah satu Hidangan favorit Sri Sultan Hamengku Buwono VII.

2. *Appetizer* (Hidangan Pembuka)

- a. Salad Mentimun - Variasi aneka salad dari buah timun dan kentang rebus disajikan dengan guyuran dressing saus kacang.
- b. Selada Djawa - Sejenis salad khas Kraton terdiri dari selada air, tomat, kentang goreng, daun selada dengan guyuran saus campuran kuning telur dan mayonnaise serta taburan potongan putih telur.
- c. Salad Huzar - Hidangan pembuka yang dipengaruhi oleh citarasa Eropa, terdiri dari wortel, buncis, timun, bawang merah, kentang

goreng dan putih telur. Disajikan dengan saus mayonnaise. Jenis salad ini biasa dihidangkan Sri Sultan HB VIII (1921-1939).

- d. Kapiro - Hidangan pembuka Khas Kraton bentuknya menyerupai lumpia basah merupakan hidangan ringan kegemaran Sri Sultan Hamengku Buwono VIII (1921-1939). Dibuat dari daging sapi giling, digulung dengan dadaran telur disajikan dengan acar timun dan wortel.
- e. Salad Ayam Panggang - Salad khas dari bale raos terdiri dari aneka sayuran dengan taburan daging ayam panggang disajikan dengan dressing olive oil bersama jeruk nipis.
- f. Pecel Buah - Salah satu variasi dari tradisional salad, terdiri dari aneka macam buah disajikan dengan guyuran bumbu kacang (bumbu pecel) dan emping mlinjo.

3. *Snack / Dessert* (Kudapan / Hidangan Penutup)

- a. Pam Brid - Sejenis pancake ala Kraton dengan topping fla.
- b. Tapak Kucing - Pisang goreng gulung dari pisang Raja pilihan disajikan dengan taburan gula bubuk dan kayu manis, biasa disuguhkan untuk Sri Sultan Hamengku Buwono IX sebagai pengantar minum teh.

- c. Bendul - Hhidangan pengantar minum teh, dibuat dari : adonan ketela pohon dan kelapa muda parut (dipanggang saat akan disajikan) pada Sri Sultan HB IX (1912-1988).
- d. Prawan Kenes - Kudapan unik dari Kraton Yogyakarta, dibuat dari Pisang Kepok Kuning dibelah dua tidak sampai putus dan diikat dengan daun pandan lalu dikukus, setelah dijapit dengan bilah bambu kemudian dibakar, dengan saputan Areh "Kanil" santan kelapa. Salah satu kegemaran Sri Sultan HB VIII (1921-1939).

4. *Minuman*

- a. Sereh Lime - Minuman Tradisional nan klasik yang menyehatkan diramu dari rebusan Batang Sereh, salah satu minuman kegemaran GKR Pembayun (Puti Sri Sultan HB X).
- b. Teh Kayu Manis - Salah satu variasi Minuman Tradisional, merupakan campuran dari Teh Hijau dengan Kayu Manis.
- c. Teh Gajah Ndekem - Teh hitam disajikan panas-panas dalam sebuah Poci dari tanah liat, dnikmati dengan gula batu. Di masyarakat Jawa sering dinikmati dalam suasana santai dan kekeluargaan.
- d. Wedang Jahe Gulo Kelopo - Minuman tradisional Masyarakat Yogya, diramu dari Jahe dan Gula Merah. Sering disajikan pada saat udara dingin di sore hari.

- e. Wedang Sereh - Minuman tradisional nan klasik yang menyehatkan diramu dari rebusan Batang Sereh, salah saatu minuman kegemaran GKR Pembayun (Putri Sri Sultan HB X)
- f. Adu Limo - Minuman tradisional Kraton Yogya, serasa "Jambu" bagi putri-putri Kraton dibuat dari lima ramuan rempah alami. Kencur, cengkeh, kunyit, kayu manis, dan gula merah. Dalam bahasa jawa lima disebut "Limo."
- g. Secang - Minuman khas Kraton Yogyakarta yang menyehatkan, kegemaran dari Sri Sultan Hamngkubuwono IX, (1940-1988), diramu dari aneka bahan alami.
- h. Beer DJawa - Minuman penghangat
- i. Es Camcao - Minuman Khas Jawa dibuat dari daun Camcao, dihidangkan dengan santan kelapa dan sirup gula kelapa. Merupakan kegemaran GKR Hemas.
- j. Es Sapaitu - Minuman dengan cita rasa unik yaitu minuma kuno Sarsaparila yang dituangkan kedalam susu kental manis, biasa disajikan dingin dengan es cube.
- k. Beras Kencur - Minuman Klasik masyarakat jawa yang menyehatkan sejenis jejaman diramu dari pipisan kencur dan beras, berkhasiat untuk memulihkan stamina badan.
- l. Ginger Lime - Minuman yang dibuat dari raamuan Jahe dan Jeruk Nipis.

- m. Es Asem - Minuman menyehatkan diramu dari rebusan Asam Jawa disajikan dengan Gula Kelapa cair.
- | | |
|----------------------|----------------------|
| n. Orange Squash | z. Regular Tea |
| o. Ice Orange | aa. Lemon Tea |
| p. Mixed Fruit Juice | bb. Lime Squash |
| q. Mixed Vegetables | cc. Ice Tea Lechi |
| r. Milk With Soda | dd. Juice Mngga |
| s. Sapparilla | ee. Juuice Apel |
| t. Ice Lime | ff. Juice Strawberry |
| u. Juice Melon | gg. Juice Alpukat |
| v. Juice Semangka | hh. Juice Jambu |
| w. Capucino Coffe | ii. Juice Nanas |
| x. Kopi Tubruk | jj. Juice Tomat |
| y. Hot Tea Pot | |

B. Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini terdapat hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan pendukung dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian tersebut membahas masalah yang sama dengan lokasi penelitian yang berbeda yaitu penelitian yang dilakukan oleh [Adina](#) (2016) dengan judul “*Culinary experiences as key tourism attraction, Case Study: Braşov County.*” Hasil dari penelitian tersebut adalah restoran-restoran, sebagai perusahaan kecil, dapat

memahami bahwa inovasi adalah alat yang dapat membantu mereka bertahan di pasar dan dapat menawarkan keuntungan dalam lingkungan yang sangat kompetitif (Epuran, 2015).

Rumania, yaitu wilayah Transylvania dan Brasov County khususnya, dibedakan dalam peta pariwisata nasional dan internasional melalui fitur gastronomi khusus dan unik. Termasuk wisata kuliner khusus untuk area ini sebagai motivasi kunjungan adalah salah satu cara untuk mendiversifikasi dan melengkapi tawaran pariwisata atau untuk menemukan kembali tujuan liburan yang sudah ditetapkan. Sehingga, untuk menemukan sebuah wisata kuliner dapat diakses dengan cara yang paling tepat bahkan untuk saluran pemasaran dengan cara mempromosikan festival gastronomi lokal, menjaga resep yang tidak diubah atau termasuk program wisata kuliner dalam tawaran dari agen pariwisata yang termasuk didalamnya sehingga akan menciptakan tren positif dalam potensi daya tarik di sektor pariwisata.

Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati et al. (2014) yang berjudul “Desain Kemasan Produk Seni Budaya Lokal Ke Mancanegara Melalui *"Pasugatan Dinner Package"* Berbasis *Multilingual Cultural Approach* Di Kraton Yogyakarta DIY” yang menunjukkan bahwa perlu dibuatnya sebuah buku yang berisi penjelasan lengkap mengenai makanan dan minuman yang ada di Kraton Yogyakarta. Hal ini sangat penting sebagai sarana untuk melestarikan budaya Kraton (berupa masakan tradisional) serta dapat menjadi media pembelajaran yang baik mengandung unsur edukatif.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah maka terdapat pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana pengalaman kuliner gastronomi dan daya tarik turis dilihat dari produk yang disajikan di kota Yogyakarta berdasarkan aspek fenomenologis?”

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Menurut [Moleong](#) (2006) metode kualitatif ini mengumpulkan data-data deskriptif, berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi ([Sugiyono](#), 2015).

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan fenomenologis. Studi fenomenologi merupakan studi yang berusaha mencari "esensi" makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Studi Fenomenologi mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena yang sama ([Creswell](#), 2015).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung di Yogyakarta pada tanggal 1 Februari-31 Juni 2019. Bale Raos Restaurant dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bale Raos Restaurant memiliki sajian hidangan makanan kerajaan Keraton Yogyakarta Hadiningrat.

Keraton Yogyakarta sendiri dapat dikatakan sebagai pusat aktivitas masyarakat yang memiliki hubungan *socioculture monarki* sebagaimana sebutan “kota budaya” yang melekat pada Kota Yogyakarta.

2. Bale Raos Restaurant merupakan salah satu restoran yang berkembang di Yogyakarta.

Mengingat masih minimnya kajian ataupun riset terkait perkembangan wisata kuliner, maka Bale Raos Restaurant menjadi salah satu pilihan yang tepat untuk dijadikan lokasi penelitian.

C. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi yang terkait dengan penelitian ini secara lengkap. Subjek dari penelitian ini adalah peneliti kuliner Nusantara sebagai informan penelitian dengan pertimbangan oleh peneliti kuliner Nusantara tersebut sebagai sumber yang memberikan informasi mengenai pengalaman dalam wisata kuliner gastronomi. Peneliti kuliner Nusantara dijadikan unit pengamatan karena

peneliti merupakan setiap orang yang melakukan aktivitas menggunakan sistem tertentu dalam memperoleh pengetahuan atau individu yang melakukan sejumlah praktik-praktik di mana secara tradisional dapat dikaitkan dengan kegiatan pendidikan, pemikiran, atau filosofis dari usaha yang telah dilakukan oleh Bale Raos Restaurant dalam memberikan peranya dalam wisata kuliner serta kendala yang dihadapi.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti Kuliner Nusantara / Keturunan Sultan HB VII yang paham mengenai tema penelitian yang diajukan.
2. Pengelola wisata kuliner gastronomi Bale Raos Restaurant Yogyakarta
3. Wisatawan domestik dan mancanegara yang memahami tentang kuliner gastronomi yang dimiliki oleh Bale Raos Restaurant Yogyakarta.

Adapun alternatif informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sosiolog atau Guru Besar yang sedang atau pernah meneliti kuliner gastronomi di Kota Yogyakarta.

D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Hanya manusia sebagai instrumen penelitian sajalah yang dapat berhubungan langsung dengan responden atau

objek lainnya, dan hanya manusialah yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan (Moleong, 2001). Instrumen penelitian ini merupakan sebuah alat ukur untuk mengukur data di lapangan. Alat ukur adalah sebuah alat bantu yang menentukan bagaimana dan apa yang harus dilakukan dalam mengumpulkan data (Kriyanto, 2006).

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), dan sumber data dapat berupa data primer maupun sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiono, 2015). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi tak berstruktur

Observasi tidak berstruktur dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena penulis tidak tahu secara pasti apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan. (Sugiyono, 2015)

2. Wawancara

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin sifatnya bebas, namun tetap terikat pada pokok-pokok wawancara yang telah kita buat terlebih dahulu ([Prastowo, 2012](#)). Tujuan diadakannya wawancara dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh keterangan, informasi, dan penjelasan secara mendalam dari informan baik dari turis mancanegara maupun domestic yang berkunjung ke Kota Yogyakarta tentang pengalaman kuliner gastronomi pada hidangan yang disajikan oleh Bale Raos Restaurant serta harapan terhadap pengembangan potensi gastronomi Bale Raos Restaurant Yogyakarta ke depan.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya apabila didukung oleh dokumen yang ada ([Sugiyono, 2015](#)).

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam

periode tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data di sini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian, kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang kita dapat dari penyajian-penyajian tersebut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

3. Kesimpulan / Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-

bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Data dalam pemrosesan dibantu dengan perangkat lunak Qsr NVivo versi 11. Kemudian untuk mendapatkan data yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka dari data yang terlebih dahulu perlu dilakukan pemeriksaan data. Dalam penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Membercheck / Pengecekan Anggota

Teknik *membercheck* data. *Membercheck* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data (Sugiyono, 2015).

2. Triangulasi

Selain itu dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan teknik triangulasi dalam memeriksa keabsahan data. Teknik triangulasi adalah teknik

pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu ([Moleong](#), 2001).

BAB IV

ANALISIS DATA

Berdasarkan data-data yang telah dihimpun di dalam penelitian ini, maka dapat diketahui aspek fenomenologis berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber: Pengelola Bale Raos, Peneliti Kuliner Nusantara (*Gourmet Tourism*), dan Wisatawan Kuliner (*Gastronomic Tourism*) dengan keterangan sebagai berikut:

A. Berdasarkan perspektif Pengelola Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta, adalah sebagai berikut:

(A) : Kode Wawancara dengan Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta (KRT) : Kanjeng Roro Tumenggung (Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo) sebagai *Pengageng* di Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta, Penanggung jawab *Non Government Organization* (NGO) di Kridha Beksa Wirama yang sebelumnya memperoleh gelar Strata satu (S-1) setelah menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen di Universitas Gadjah Mada (UGM). Ketertarikan mengenai panganan lokal dimulai sejak pengalaman yang dialami sewaktu kuliah untuk menambah wawasan mengenai panganan lokal. Adapun kegiatan yang dilakukan antara lain, melakukan survei, blusukan ke daerah terpencil yang terkenal dengan bakmi jawanya, mendokumentasikan kuliner, dan menuangkannya dalam sebuah tulisan.

(MO) : Romo (Romo Mardi) sebagai *Wedana* di Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta, berprofesi sebagai filolog dengan pengutamaan kajian makanan pada naskah yang dapat ditafsirkan melalui *rerengan* atau iluminasi, karena salah satu hobi Romo Mardi adalah wisata kuliner di Yogyakarta yang menurutnya bangga akan kekayaan warisan budaya di tempat kelahirannya, Yogyakarta.

B. Berdasarkan perspektif Peneliti Kuliner Nusantara (*Gourmet Tourism*), adalah sebagai berikut:

(B) : Kode Wawancara dengan Peneliti Kuliner Nusantara

(PRO) : Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito, Guru Besar Ilmu dan Teknologi Pangan Universitas Gadjah Mada mempunyai minat yang sangat kuat menelusuri, mengkaji, dan meneliti bahkan mengembangkan makanan tradisional Indonesia sejak tahun 2003 pada saat penulis menjadi Kepala Pusat Kajian Makanan Tradisional UGM.

C. Perspektif Wisatawan (*Gastronomic Tourism*), adalah sebagai berikut:

(C) : Kode Wawancara dengan Wisatawan di Bale Raos

a. Wisatawan Mancanegara

(ASA) : Asahi

(KEN) : Ken

b. Wisatawan Domestik

(DUT) : Duta (AGS) : Agus

(WND) : Wanda

A. *Culinary Gastronomic Bale Raos Berdasarkan Perspektif Pengelola Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta*

Kuliner Indonesia dapat menjadi salah satu faktor penggerak ekonomi masyarakat. Esthy Reko Astuti, Deputi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara Kementerian Pariwisata mengatakan bahwa kuliner bisa menjadi salah satu potensi yang bisa mendatangkan banyak wisatawan, baik di dalam dan luar negeri. Kuliner itu daya tariknya hingga 30 – 50 persen dan menyerap tenaga kerja 30 persen (Widiarini, 2019). Dari data DISBUD DIY tahun 2014 menunjukkan bahwa apabila Yogyakarta dapat menerima 10% dari 10% warga Cina untuk berdestinasi wisata di Yogyakarta maka Yogyakarta akan memperoleh jumlah wisatawan yang cukup banyak, sayangnya dari data terakhir yang masuk ke DISBUD DIY tahun 2019 menurut pengageng Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta hanya mencapai angka 7 sampai 7,5%. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Ya itu Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, tetapi mungkin perkiraan kami warga negara Cina hanya dapat mencapai angka 7 sampai 7.5 persen karena sebagian besar wisatawan dari luar negerikan bukan dari Cina saja. (A6/KRT)

Dari beberapa data, wisatawan yang datang ke suatu daerah, hampir 50 persen spendingnya ke kuliner," Esthy Reko Astuti (2016). Pentingnya hubungan antara makanan dan pariwisata tidak dapat diabaikan. Setiap

destinasi memiliki berbagai tingkat daya tarik tersendiri yang dapat menarik wisatawan dari berbagai negara (Aruman, 2014).

Dalam makanan, otentisitas penting untuk menarik pengunjung ke tujuan. Di sisi lain, destinasi wisata menggunakan makanan sebagai daya tarik utama. Oleh karenanya, beberapa negara mengembangkan strategi pemasaran yang destinasi wisatanya dengan berfokus pada makanan. Hal tersebut penting bagi pemasar destinasi kuliner untuk mengetahui persepsi target konsumen tentang kuliner destinasi dan bagaimana mempengaruhi niat mereka untuk mengunjungi melalui strategi pemasaran yang efektif. Frochot (2003) mengusulkan untuk menggunakan citra makanan yang dimanfaatkan untuk menunjukkan aspek budaya suatu negara. Dengan demikian, destinasi wisata dapat menggunakan makanan sebagai wakil "pengalaman budaya, status, identitas budaya, dan komunikasinya." Selanjutnya, Hobsbawm dan Ranger (1983) berpendapat bahwa masakan akan sangat dikenal karena rasa dan kualitas mereka dapat dikembangkan menjadi produk wisata. Berikut kutipan wawancara dengan Romo Mardi:

Bale Raos untuk pertama kali sebelum resmi dibuka telah ada sebelum 2004 tetapi hanya menyediakan untuk tamu Kraton saja, dan bukan untuk masyarakat umum. Tidak dikomersialkan seperti sekarang ada buka cabang di Jakarta, mall-mall contohnya JCM. Baru setelah ada inisiasi dari GKR Hemas dan prakarsa Gusti Hadi, maka Bale Raos mencoba untuk mengenalkan *kersanan ndalem* kepada masyarakat. Makanya, itulah mengapa Bale Raos pertama kali berlokasi di dalam dinding Kraton karena selain pengolahannya dari dalam Kraton, SDM yang berkepentingan mengelola juga berasal dari dalam Kraton, produk yang disajikan juga berasal dari dalam sebuah kerajaan.

Semuanya bersasal dari dalam istana. Maka itulah mengapa Bale Raos memiliki lokasi untuk menjadi *start-pack* di Kraton Yogyakarta. (A2/MO)

Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta merupakan salah satu restoran lokal yang beralamat di jalan Magangan Kulon 1 Kraton, Yogyakarta. Bale Raos mulai beroperasi sejak 23 Januari 2004, atas prakarsa KGPH Hadiwinoto sebagai upaya merealisasikan gagasan GKR Hemas untuk melestarikan serta membuka pintu kepada masyarakat umum untuk bisa mengetahui dan menikmati aneka kekayaan kuliner Kraton Yogyakarta. Visi dan misi Bale Raos adalah menjadi restaurant spesifik dan bagi tujuan pokok wisatawan untuk menikmati dan mengenal kekayaan kuliner Kraton Yogyakarta maupun masakan tradisional sekitarnya. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

...demi melestarikan suatu warisan kekayaan yang dimiliki oleh Yogyakarta Bale Raos dibentuk untuk meningkatkan prestis di mata masyarakat dan menyadarkan kepada masyarakat betapa pentingnya sebuah usaha pelestarian warisan dalam hal ini makanan kepada individu dalam suatu masyarakat tersebut yang sebenarnya memiliki peran bahwa merekalah yang menjadi subjek pelestari makanan tradisional atau kuliner nusantara dalam hal ini yang dimiliki oleh Kraton Yogyakarta. (A1/KRT)

Setelah suatu destinasi wisata memiliki sebuah konsep yang ditawarkan untuk menarik wisatawan datang ke destinasi tersebut, tentunya Bale Raos memiliki segmentasi wisatawan. Segmentasi yang disasar oleh Bale Raos adalah segmen *socioculture* yang didalamnya terdapat salah satunya pengelompokan kelas ekonomi sosial. Segmentasi pasar ini didasarkan pada

kondisi sosial-budaya. Segmentasi pasar ini memiliki variabel seperti sosiologis (kelompok) dan antropologis (budaya) dibagi dalam segmen yang sesuai tahap pada, daur hidup keluarga, kelas sosial, budaya dan sub budaya, lintas budaya atau segmentasi pemasaran global.

Dalam kelas sosial, pengelompokan ini sering juga disebut *Social Economy Class (SEC)* atau *Social Economy Status (SES)*. Dalam lingkup riset pemasaran, *SEC* atau *SES* ini tergambar dalam 5 kelompok yaitu, *SES E*, *SES D*, *SES C*, *SES B*, dan *SES A*. Hal tersebut menggambarkan tingkat kesejahteraan sebuah keluarga yang dihitung dari tingkat pengeluarannya, dimana *SES A* berarti dengan tingkat pengeluarannya tinggi dan *SES E* berarti tingkat pengeluarannya rendah. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Untuk segmentasi *socioculture* yang kami sasar dapat hampir dijangkau oleh semua kategori mulai dari usia, tingkat pendidikan, kelas ekonomi seperti diperumpamakan (A, B, C, dan D) maupun warga negara asing. (A4/KRT)

Produk kuliner yang ada di Bale Raos seklias atau nampak dari luar terlihat ditujukan kepada masyarakat *middle-up class* atau masyarakat menengah ke atas. Namun bukan berarti masyarakat menengah ke bawah tidak dijangkau oleh Bale Raos karena sejatinya mereka yang datang adalah wisatawan yang benar-benar memiliki motivasi untuk makan di Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Pada dasarnya, hampir semua *customer* atau konsumen yang datang kesini adalah *gourmet tourism* atau mereka yang benar-benar ingin mencoba sesuatu yang baru. Suatu makanan kerajaan yang menjadi daya tarik untuk orang-orang yang memang memiliki motivasi untuk melakukan aktifitas makan di suatu tempat, itulah *gourmet tourism*. (A5/KRT)

Unsur-unsur seperti rasa ingin tahu kuliner, keinginan untuk mendiversifikasi menu sehari-hari, keinginan untuk mencicipi hidangan baru atau terkenal adalah topik nyata yang dapat memfasilitasi dan memperkuat pengetahuan tentang tujuan yang dikunjungi, adat setempat, melengkapi dengan demikian itulah yang menjadi hasil dari sebuah aktivitas berwisata yaitu adalah pengalaman / *experience travel* (Adina, 2016). Bale Raos memiliki alasan tersendiri dalam hal memilih segmentasi *socioculture* berdasarkan wisatawan yang memiliki minat khusus pada kuliner yang disebut dengan *gourmet tourism*. Oleh karenanya selain menerima *order* menu set atau paket, Bale Raos juga menerima *order* dari tamu *one-off* yang datang di Bale Raos untuk memesan menu *ala carte*.



Gambar 5. Paket menu *Rijsttafel*

Bale Raos juga menyediakan berbagai paket menu untuk dinikmati dengan *occasion* tertentu. Paket yang ditawarkan seperti *buffee, on try style, full service, rijsttafel, meeting* Bale Raos, *coffe break* paket *meeting, alternatif coffe break* paket *meeting*, alternatif menu makan paket *meeting*, dan vegetarian. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Untuk pemesanan paket lainya terdapat; pemesanan paket vegetarian, pemesanan paket *rijsttafel*, maksimal 5 hari sebelum hari pelaksanaan. pemesanan paket *coffe break*, dan yang terakhir adalah pemesanan *meeting* Bale Raos. (A3/KRT)

Sebagai restoran lokal yang menyediakan *royal cuisine / kersanan ndalem / masakan kerajaan* kepada msyarakat umum. Citra masakan nasional dan pariwisata dapat menciptakan identitas nasional. Jika ditelaah pada masa lalu, wisata kuliner Indonesia saat ini sedang mengarah kesitu. [Rahman](#) (2016) mengungkapkan bahwa salah satu unsur kebudayaan masa lampau yaitu kebudayaan Indis yang populer pada masa kolonial adalah budaya makan yang dinamakan *rijsttafel* yang menjadi salah satu daya tarik Bale Raos untuk wisatawan sebagai bentuk upaya pengenalan *royal cuisine / kersanan ndalem / masakan kerajaan* kepada msyarakat umum sebagai program promosi yang dilakukan oleh Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Dari paket *rijsttafel* tersebut mungkin itu adalah sumbang sih kami untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner. (A11/KRT)

Dalam menyajikan produk kulinernya, Bale Raos dalam mencari tamu melakukan sebuah usaha penyesuaian terhadap resep, bumbu masakan, bahan mentah, proses memasak, hingga cara menghidangkan makanan sampai kepada tamu sehingga saat ini, apa yang disebut dengan *royal cuisine / kersanan ndalem* / masakan kerajaan sudah mengalami perubahan. Perubahan inilah yang mendasari Bale Raos untuk mempromosikan produknya supaya lebih dikenal oleh masyarakat sehingga Bale Raos yang dimiliki oleh Kraton Yogyakarta dapat menjadi salah satu destinasi utama bagi para wisatawan kuliner. Berikut kutipan wawancara dengan Romo Mardi:

Kalo itu... kami harus melakukan penyesuaian kepada tamu, karena tamu menjadi raja bagi kami. Kalau menjurus kepada bahan-bahan pembuatan, kami memang sudah menggunakan bahan modern karena kami kan juga harus menjaga waktu kami untuk menyimpan makanan supaya lebih awet, lebih tahan lama. (A8/MO)

Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan Indonesia sedang menuju destinasi wisata kuliner terfavorit di dunia yang berdaya saing. Untuk itu, promosi ke luar negeri dan di dalam negeri terus dilakukan untuk meningkatkan rasa cinta dan minat masyarakat terhadap kuliner tradisional nusantara karena itu adalah salah satu cara yang dilakukan untuk mendorong Pemerintah Daerah bersama dengan *stakeholder* terkait untuk membangun Destinasi Wisata Kuliner Indonesia yang berdaya saing. Selain itu juga menjadi upaya untuk meningkatkan rasa cinta dan minat masyarakat terhadap

kuliner tradisional nusantara. "Kegiatan berdasar *experiential-marketing* ini merupakan salah satu upaya untuk memperkenalkan makanan tradisional nusantara kepada masyarakat luas serta memperkenalkan potensi kekayaan kuliner provinsi di Indonesia khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta," katanya. Pendapat Menteri Pariwisata Arief Yahya didukung oleh pendapat Romo Mardi yang mengatakan bahwa kuliner nusantara dalam hal ini adalah *kersanan ndalem* menjadi sumbang sih perbendaharaan makanan untuk program pariwisata yang kini sedang digalakkan. Berikut kutipan wawancara dengan Romo Mardi:

Ya berarti dalam hal ini *kersanan ndalem* menjadi sebuah perbendaharaan makanan untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner. (A12/MO)

Disamping itu, untuk menungjang *title Yogyakarta Special Region Gastronomy* sebagai program pariwisata, disamping berfokus pada menu makanan terdapat kontribusi Bale Raos untuk program pariwisata yang berlangsung di Daerah Istimewa Yogyakarta. Seperti yang dicatat Ferguson, '*Seperti praktik sosial baru apa pun, keahlian memasak mengacu pada kondisi sosial, ekonomi, dan budaya. Semua elemen makanan, orang-orang dan tempat-tempat, sikap dan ide-ide datang bersama di awal abad ke-19 Paris*' (Ferguson, 2000). Dalam menghadirkan makanan Bale Raos menyajikan suasana menghidangi makanan diiringi dengan *gendhing*, tarian, atau atmosfer suatu tempat istana / kerajaan seperti lukisan, arsitektur dan

perabot lainnya yang menunjukkan label *royal* terhadap masakan kerajaan (Adina, 2016). Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Kalau kita selain memberikan sajian makanan dengan diiringi gendhing terkadang untuk paket tertentu kami menyuguhkan tarian juga, selain itu dapat dilihat bangunan dan suasana Kraton secara fisik maupun lukisan dan arsitektur yang menghiasi pemandangan, semua itu termasuk keadalam ilmu gastronomi, manusia dalam menikmati sesuatu hingga secara keseluruhan suasananya akan dilihat juga dari apa yang tampak. (A13/KRT)

Sebagai restoran yang menyajikan *royal cuisine / kersanan ndalem /* masakan kerajaan, dalam prakteknya Bale Raos belum sepenuhnya menjalankan apa itu yang di anggap dengan *ngangsu kawruh*. Bale Raos hanya menyediakan informasi yang terbatas untuk orang-orang tertentu saja. Padahal yang menjadi menarik dalam *gastronomic culinary* adalah ketika rasa puas suatu minat / motivasi telah terpenuhi. Unsur historis atau cerita tentang keberadaan sebuah produk belum sepenuhnya menjadi esensi yang *vital* dalam tittle *royal cuisine* dikarenakan keterbatasan SDM yang kurang memahami apa yang menjadi tujuan menjual suatu produk di Bale Raos. Dengan persaingan yang semakin ketat di pasar global tanpa kualitas dan tanpa keahlian khusus dalam memperoleh, menilai, dan terus meningkatkan, produk kuliner maka perusahaan tidak akan mampu memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat (Madar, 2014). Hal ini menjadi sebuah kendala yang harus diperbaiki oleh Bale Raos untuk memberikan informasi penting

mengenai produk kuliner yang disajikan. Berikut kutipan wawancara dengan

Romo Mardi:

Cuma, untuk hal-hal seperti menceritakan suatu makanan kepada konsumen, kami rasa kami masih kurang berupaya untuk itu, karna faktor SDM sekarang yang kami miliki, atau kami harus benar-benar memberikan *training* mengenai informasi suatu produk atau *product-knowledge* jadi ya seperti itu mas, usaha kami mengenalkan *royal cuisine* kepada masyarakat. (A7/MO)

Bale Raos dalam menghadapi perkembangan zaman serta kendala yang dimiliki saat ini adalah dengan bertahan bagaimana cara agar *authenticity* dan *uniqueness* dari *gastronomic culinary* yang dimiliki oleh bale Raos terus diminati oleh tamu, karena Bale Raos tidak memiliki kendala dalam biaya yang menjadi sumber daya, melainkan pada kualitas SDM maka perbaikan SDM ini adalah salah satu faktor Bale Raos menjadi penyedia *royal cuisine* yang ideal. Berikut kutipan wawancara dengan Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo:

Pencapaian yang harus dicapai adalah menjaga *authenticity* dan *uniqueness*, kendalanya apa ya... mungkin dalam mempertahankan suatu masakan kerajaan itu diperlukan kehati-hatian yang khusus, kami harus mengerti betul siapa yang menjadi tamu kami, acara apa yang akan kami siapkan, siapa saja tamu yang akan datang kami harus melakukan penyesuaian menu makanan kepada mereka karena kami yang melayani mereka kami harus memberikan yang terbaik. (A18/KRT)

Bale Raos yang berlabel *royal cuisine* mempunyai peran penting untuk mengenalkan apa yang menjadi penting dalam suatu unsur kebudayaan. Menurut [Epuran](#) (2015) lebih dari tiga perempat manajer perdagangan lokal

(78,4%) sebagian besar tertarik untuk memperoleh "informasi" dalam pemasaran untuk mengembangkan kegiatan mereka menjual barang. Perbaikan demi perbaikan dan inovasi harus dilakukan tanpa merubah *authenticity* dan *uniqueness* agar semakin menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bale Raos.

B. Fenomenologi Berdasarkan Perspektif *Gourmet Tourism* sebagai Peneliti Kuliner Nusantara di Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta

Dua ratus tahun yang lalu, kata gastronomi pertama kali muncul di zaman modern tepatnya di Perancis pada puisi yang dikarang oleh Jacques Berchoux tahun 1804. Sedangkan di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, gastronomi mulai ramai di kenal pada era Hamengkubuwana IX kendati popularitas kata tersebut semakin meningkat sejak saat itu, gastronomi masih sulit untuk didefinisikan. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Wisata kuliner di Indonesia yang didengungkan sejak tahun 90 an. Setelah tahun 2000 ini menjadi salah satu pilihan baru wisatawan dunia, termasuk wisatawan yang datang ke Indonesia, terutama wisatawan manca negara itu ingin mendapatkan pengalaman baru dalam menikmati makanan. (B7/PRO)

Ketua Tim Percepatan dan Pengembangan Wisata Kuliner dan Belanja Kementerian Pariwisata, Vita Datau menyatakan tren wisata turis yang datang ke destinasi wisata mencari pengalaman otentik. Namun, kuliner harus bisa

memberikan konteks cerita yang berkualitas. Pada 2030, Kementerian Pariwisata menargetkan 35% turis asing datang karena wisata gastronomi Indonesia, dan diharapkan dapat berkontribusi hingga 60% terhadap produk domestik bruto (PDB). Pasalnya, motivasi wisatawan saat ini untuk perjalanan adalah pengalaman budaya dan kuliner khas suatu daerah. Vita menyebutkan destinasi wisata kuliner menjadi fokus pemerintah di tiga wilayah, yaitu Bali, Joglosemar (Jogjakarta, Solo, Semarang), dan Bandung. Pengembangannya juga dilakukan dengan *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* (Reily, 2019, Pemerintah target Wisata Gastronomi Indonesia Masuk Tiga Besar Dunia, <https://katadata.co.id/berita/2019/04/25/pemerintah-target-wisata-gastronomi-indonesia-masuk-tiga-besar-dunia>, diakses pada 07 Juni 2019 pukul 16:07 WIB). Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Nah, untuk mereka hidangan Jogjakarta itu termasuk hidangan Indonesia itu dirasakan berbeda dengan makanan lain di negara asal mereka sehingga pengalaman itulah yang dicari karena itu yang diutamakan adalah *authenticity* dan *uniqueness*. (B8/PRO)

Pengalaman budaya dan kuliner khas suatu daerah dapat di temukan di dapur lingkungan Kraton. Dalam buku yang berjudul *Kuliner Yogyakarta Pantas Dikenang Sepanjang Masa* oleh Gardjito (2017) menunjukkan bahwa dapur lingkungan Kraton sangat berbeda dengan dapur pada masyarakat umum. Karena perbedaan lingkungan itulah Bale Raos memiliki keunggulan

dalam lokasi. Selanjutnya perkembangan *gastronomic culinary* di Bale Raos menurut Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito membenarkan bahwa pada mulanya Bale Raos dibentuk bukan untuk tujuan komersil melainkan untuk memenuhi kebutuhan pangan didalam istana. Berikut kutipan wawancara dengan Prof.

Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Kemudian, untuk keluarga raja khususnya para istri pada Hamengkubuwono IX, itu masing masing istri punya dapur sendiri-sendiri. Ha, khusus untuk Sri Sultan, dari dulu sampai sekarang ada dapur yang disebut Dapur Rabea / Dapur Rabeyem. Nah, Pawon Rabeya itu yang secara resmi yang menyediakan hidangan untuk raja. (B2/PRO)

Tetapi pada prakteknya pada tahun 2019 ini, Bale Raos telah mengalami perubahan di berbagai produknya, seperti *service* kepada *customer* yang diberikan, apabila dahulu saat menghidangkan makanan menggunakan busana pakem layaknya abdi dalem, karena Bale Raos kini telah menjadi sebuah unit usaha yang dimiliki oleh Kraton Yogyakarta maka *service* yang diberikan sekarang dalam kemasan yang formal internasional. Masakan tradisional sesungguhnya memiliki *authenticity* tidak menggunakan perisa makanan modern seperti *msg*, *ajinomoto*, *baking powder*, dan lain-lainya (Pestek dan Nikolic, 2011). Namun, bukan hanya konsumen lokal yang menunjukkan minat pada bahan-bahan lokal dan makanan dan produk makanan yang diproduksi secara lokal tetapi juga orang-orang yang sedang bepergian (*travelling*), seperti wisatawan pada umumnya. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Bale Raos, waktu dulu pertama-tama masih *pathuk*, tapi sekarang kayaknya banyak dimodifikasi dan dia menggunakan *msg* itu lo saya yang enggak setuju. (B1/PRO)

Gastronomi meliputi studi dan apresiasi dari semua makanan dan minuman. Selain itu, gastronomi juga mencakup pengetahuan mendetail mengenai makanan dan minuman nasional dari berbagai negara besar di seluruh dunia. Peran gastronomi yang terdapat di Bale Raos adalah sebagai landasan untuk memahami bagaimana makanan dan minuman digunakan dalam situasi-situasi tertentu. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Karena *gastronomy* itu, itu ilmu pengetahuan yang terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya. Jadi *gastronomy* itu mulai dari peradaban awal manusia, sejarah bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menggunakan bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menyimpan, sampai bagaimana manusia itu memanfaatkan dengan mengolah, sampai kepada bagaimana memasak, sampai kepada bagaimana menghidangkan, bagaimana tata cara makan, bagaimana menghidangi makanan, bagaimana menilai nikmat makanan itu adalah *gastronomy*. (B5/PRO)

Melalui gastronomi yang terdapat di Bale Raos dimungkinkan untuk membangun sebuah gambaran dari persamaan atau perbedaan pendekatan atau perilaku terhadap makanan dan minuman yang digunakan di berbagai negara dan budaya. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Apakah itu *authentic* cita rasanya dan orang yang menghidangkan itu bisa ditanya keunikan prosesnya bagaimana. Atau mungkin latar belakang sejarah dan budaya dalam

menikmati budaya itu ada. Seperti katakanlah, kalau bir jawa itu strategi untuk menutupi supaya Kraton tidak terlalu diejek oleh Belanda misalnya, karena menunjukkan kalau Kraton masih kaya karena masih bisa memberi minuman pada abdi dalemnya dengan bir yang mahal sekali pada waktu itu. Sehingga Belanda tercengang, ini mengapa, karena bir jawa itu minuman yang kalau di tetesi jeruk nipis berubah warna dari merah menjadi coklat seperti bir. Jadi itu strategi diplomasi melalui minuman. (B9/PRO)

Sebuah destinasi wisata tentunya harus memiliki konsep atau suatu hal yang menjadi latar belakang mengapa wisatawan harus berkunjung ke destinasi wisata di suatu daerah. Dalam hal ini, Bale Raos yang berlokasi di suatu istana kerajaan yang masih memegang eksistensinya tentu hanya disajikan kepada tamu khusus pada awalnya. Perbedaan yang dikondisikan ini terbagi oleh budaya lokal dan sejarah (*historical background*), situasi sosial ekonomi dan lingkungan (*environment*), varietas makanan dan preferensi makanan. Oleh karena itu, makanan lokal telah muncul sebagai sarana untuk menarik wisatawan ke destinasi wisata (Smith dan Costello, 2009; Tikkanen, 2007). Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Yang ketiga, faktornya itu adalah *environment* atau lingkungan. Kalau orang masuk ke Bale Raos itu suasananya kan sudah suasana Kraton. Nah sebetulnya yang mahal itu, karena digiring ke arah suasana, orang jadi terpusat pada: "*Wah ini makanan Kraton.*" Jadi, restoran semacam Bale Raos itu sudah beruntung dibandingkan dengan yang lainya karena tempatnya di situ. Suasananya suasana khas yang tidak dimiliki oleh restoran lain. (B12/PRO)

Sebelum pada akhirnya pada tahun 2004 Bale Raos dibuka untuk masyarakat secara umum oleh GKR Hemas beserta Gusti Hadi untuk

mengenalkan produk kuliner (*culinary product*) yang dimiliki oleh Kasultanan Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Ya, jadi terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya, nah itu *gastronomy*. Nah kalau kuliner itu produk kegiatan di dalam dapur. Bagian *sak-kuku ireng* dari *gastronomy*. Karena tadi sudah saya sebutkan to, bagianya itu luas sekali. Nah memasak itu bagian kecil, produknya disebut hidangan atau *culinary product*. (B6/PRO)

Sebenarnya makanan yang di jual di Bale Raos sama saja dengan masakan yang dijual di luar dinding Kraton. Tetapi karena produk yang dijual di Bale Raos adalah sebuah makanan yang memiliki label *royal cuisine* maka trik *marketing* dari sebuah brand *royal cuisine / kersanan ndalem* inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh Bale Raos untuk menarik wisatawan. Hal tersebut akan selaras dengan pendapat dari Kauppinen et al. (2013) dan Sims (2009) yang mengemukakan bahwa makanan lokal juga dianggap sederhana dan juga sesuatu yang khusus. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Ya, jenisnya sama tapi, dari Kraton itu ada semacam perasaan hormatnya, sehingga semua makanan yang keluar dari dapur Kraton itu dinilai istimewa. Karena itu *paring ndalem*. *Paring ndalem* itu pemberian raja ya, jadi semua dinaggap istimewa. Meskipun itu sederhana sekali wong ya cuma nasi sama tempe bacem, tapi itu dianggap istimewa.

Keistimewaan yang di pandang oleh sebagian orang penikmat *royal cuisine / kersanan ndalem* termasuk dari sudut pandang Prof. Dr. Ir. Murdijati

Gardjito adalah dalam hal tersirat. Masakan yang disajikan oleh Bale Raos memberikan semacam sugesti, perasaan tertentu kepada para penikmat yang hadir di Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Ya, istimewanya itu bukan secara wujud, tetapi secara makna. Jadi kalau wujudnya biasa. Tetapi maknanya bagi si penikmat makanan atau minum itu berbeda. Jadi sulit diterangkan *secara* fisik. Sama-sama segelas teh, tapi kalau itu dari Gedhong Patehan, dia merasa lebih seger lebih *enuk* katanya. Tapi itu semuanya kan karena pola pikir ta. Karena itu tadi, semua yang keluar dari Kraton itu disebut *paring ndalem*. (B4/PRO)

[Kauppinen](#) et al. (2013) dan Sims (2009) mengatakan bahwa makanan lokal memang sejatinya dianggap otentik, murni, dan tradisional. Seharusnya Bale Raos sebagai sebuah restoran yang menyediakan makanan berlabel *royal cuisine* memberikan informasi terhadap wisatawan tentang produknya. Ciri khusus seperti apa yang dimiliki oleh Bale Raos sehingga wisatawan tertarik dan ingin mencoba makanan yang di sajikan oleh Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Jadi, yang dicari itu *authenticity* dan *uniqueness* sehingga rumah makan yang menghasilkan hidangan itu itu harus bisa berceritera kepada penikmatnya, kalau dia tidak mau ngomong, ya harus ada label tentang makanan itu ini kesukaan siapa, kemudian istimewanya apa, cara mengolahnya bagaimana, resep yang digunakan restoran itu berasal dari mana dan sebagainya. Ha, itu yang saya lihat tidak dikerjakan di Bale Raos. (B10/PRO)

Selain menjadi bahan uji coba yang menghasilkan *experience* kepada tamu, dalam perjalanannya Bale Raos masih terdapat ketidak sempurnaan

dalam memberikan produk kepada tamu. Hal seperti ini muncul sebagai masalah pada *culinary-gastronomic food tourism*, yang telah menjadi agak signifikan. Faktanya, Gyimóthy dan Mykletun (2009) melaporkan bahwa turis yang mencari sensasi rasa makanan dan pengalaman (*experience*) makan semakin penting. Sehingga apa yang di cari oleh wisatawan apakah itu *authenticity* dan atau *uniqueness* kurang dapat tersampaikan dengan baik.

Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Ya, ya. Maunya seperti itu. Tapi dalam perjalanannya, itu saya banyakan melihat *sakkarepe dewe*. Jadi, dari sisi *authenticity* sama *uniqueness* itu nggak kena, gitu. Tapi kalo itu wisatawan Nusantara, itu tidak perlu tidak sampai kesitu karena dia cuma kepengen aja. Maka mereka mengabaikan masalah *uniqueness* dan *authenticity*, karena ya dia sendiri tidak tahu. Atau cuma ingin mencoba karena itu restoran seperti Bale Raos itu ya, kalau orangnya tidak cocok betul ya, kalau dia tidak berhati-hati menjaga resepnya itu akan ditinggalkan karena setiap orang hanya mau satu kali, kalau wisatawan Nusantara. Tapi kalau itu wisatawan mancanegara, ya dia biasanya punya *experience*, motivasinya untuk melihat *authenticity* dan *uniqueness* itu lebih besar daripada wisatawan Nusantara. (B11/PRO)

Hal-hal yang baik perlu di pertahankan, serta kelestarian menjaga sebuah warisan nenek moyang perlu di beri perhatian khusus sehingga apa yang menjadi penting dalam sebuah penyajian hidangan dari Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta dapat memegang eksistensinya dan memberikan komunikasi kepada tamu atau wisatawan yang datang dan melakukan wisata di Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito:

Ya, jadi warga Bale Raos itu harus kenal betul masakan itu sehingga kalau pengunjung datang itu bisa menambah minat meningkatkan minat dan nikmat konsumen dalam membeli makanan itu melalui cerita si *pramuladi*, menurut saya. La tukang masaknya harus berpegang pada cita rasa asal yang ingin diciptakan oleh abdi dalem Kraton pada waktu itu, koki Kraton pada waktu itu. Karena setiap raja itu, berdasarkan pengalaman hidupnya itu punya alasan mengapa menyukai masakan itu. (B14/PRO)

Agar Bale Raos tidak ditinggalkan oleh penikmat makanan, Bale Raos perlu melakukan perbaikan didalam prakteknya seperti berpegang pada cita rasa asal yang ingin diciptakan oleh *cheff* atau juru masak yang menciptakan masakan tersebut. Sehingga nilai-nilai dan makna filosofis dari sebuah penciptaan karya dapat terus terjaga dan tidak rusak mengalami perubahan oleh waktu.

C. Fenomenologi Berdasarkan Perspektif *Gastronomic Tourism* di Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta

Fenomena mengenai *gastronomic culinary* sebagai daya tarik wisatawan yang terdapat di Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta memiliki penilaian tersendiri dari apresiasi yang telah diberikan oleh tamu yang datang. Studi *customer* tentang topik ini telah mendokumentasikan bahwa konsumsi makanan oleh wisatawan di suatu tujuan memiliki banyak tujuan (Tikkanen, 2007), bersifat multi-dimensi dan dinamis (Björk dan Kauppinen, 2014) dan yang terpenting, berkontribusi pada pengalaman

perjalanan (Kauppinen et al., 2013). Apresiasi yang diberikan kepada Bale Raos adalah karena Bale Raos sebagai salah satu restoran penyedia *royal cuisine / kersanan ndalem* / makanan favorit raja. Berikut kutipan wawancara dengan Duta:

Yang jelas adalah, orang tidak banyak menyediakan resto itu, *kersanan ndalem*. Jadi, yo kui koyo spesial sih, karena menunya fokus itu. Terus ya walaupun di kalangan lain itu ada, tetapi itu lebih komplit. (C6/DUT)

Fenomena lain yang dapat diamati adalah hal apa yang dilihat oleh mata untuk pertama kali, karena indera penglihatan selalu menomor satukan penilaian. Karena *coverage* atau *packaging* dari sebuah produk, dalam hal ini kuliner, tampilan juga merupakan aspek penting dalam menyajikan sebuah makanan. Berikut kutipan wawancara dengan Wanda:

Heeh, *plating* di makananya sama pelayanannya, terutama itu. Karena nggak semua *royal cuisine* itu enak. Karena apa yang dilihat terlebih dahulu mencolok mata... marketing banget ya... (C7/WND)

Selain tampilan, motivasi dari dalam hati wisatawan juga mempengaruhi minat untuk datang ke sebuah destinasi wisata. Salah satu apresiasi yang diberikan kali ini adalah sebuah perasaan bangga, gengsi, atau *high quality of product* sehingga perasaan tersebut menjadi sebuah pertimbangan tamu untuk datang ke Bale Raos. Morgan (2006) menyiratkan bahwa konsumen semakin mencari pengalaman dan cenderung membayar harga yang lebih tinggi untuk pengalaman positif. Berikut kutipan wawancara dengan Agus:

Sebetulnya apa ya... ee.. intinya opo ya... "gengsi" mungkin. Intinya ya satu masalah *prestige*, kedua juga *ocasion* untuk hal-hal tertentu, yang ketiga ya biasanya ya beda rasanya, gitu. (C10/AGS)

Faktor lain yang menjadi penentu sebuah daya tarik adalah ketika terdapat atraksi atau pertunjukan langsung yang dapat dinikmati oleh tamu yang datang. Karena selain menghidangi makanan, tamu juga akan menikmati suasana dan atmosfer yang dibentuk oleh suatu tempat. Seperti apakah tempat makan yang menyediakan *royal cuisine* itu, penggambaran suasana iringan gamelan dan salah satu sajian tarian yang menemani kegiatan *dine in* dapat menjadi faktor daya tarik suatu destinasi wisata. Berikut kutipan wawancara dengan Asahi:

Aa saya berikan apresiasi sebelumnya! Bagaimana saya mengatakannya, mungkin seperti tari klasik yang di suguhkan, atau musik gamelan yang memberikan atmosfer di restoran juga, semuanya adalah satu kesatuan yang dapat untuk mewakili hal tersebut. (C13/ASA)

Arsitektur dari sebuah bangunan, hiasan atau dekorasi yang terdapat di Bale Raos juga merupakan sebuah daya tarik sendiri, dimana terdapat sebuah ruangan kecil yang masyarakat Jawa sebut dengan *senhong* yaitu suatu tempat yang dikhususkan untuk datangnya Dewi Sri sehingga tempat / ruang kecil yang sengaja di *display* tersebut menjadi menarik. Adapun selain *senhong* mini yang terdapat di Bale Raos, di sepanjang dinding dalam Bale Raos terdapat lukisan kuno yang menambah citra *royal cuisine*. Menariknya, dekorasi tersebut menunjukkan bahwa beberapa konsumen dapat mencari

pengalaman yang dianggap luar biasa karena kebaruan dan keunikan mereka (Keinan dan Kivetz, 2011). Berikut kutipan wawancara dengan Ken dan Agus:

Saya suka arsitektur dan atmosfernya, namun saya pikir slogan restoran ini tidak terlalu adiktif(?) karna slogannya mengatakan makanan kerajaan, tapi beberapa makanan tidak menunjukkan bahwa itu makanan kerajaan, seperti, contohnya puding, menurut saya itu bukan makanan kerajaan(Jawa). Itu adalah makanan Eropa jadi mungkin itu untuk berpura-pura (*pretend, fake*) dan untuk tujuan penjualan (*comersialism*). Mungkin, saya tidak tahu. (C14/KEN)

Jadi bukan untuk puas, kalo mau puas mah lodeh di luar banyak yang lebih enak, yang lebih konsisten rasanya, yang lebih *natural*, cuma kan disitu karena kita bawa *client* kita bawa tamu dari luar jadi kan tempatnya jadi lebih representatif lah untuk membawa tamu untuk makanan tradisi. Sebetulnya dengan SS mungkin lebih enakan SS atau dengan Bale Bebakaran, ada dengan Bale Bebakaran. Tetapi kan beda, kalo kita bawa *client* kitaa bawa tamu karena *ambience* nya juga beda ya *image*-nya juga beda. (C12/AGS)



 **dmickolai**
Jakarta, Indonesia
210 likes, 25 photos

Rasa standart
Dilulas pada 31 Desember 2017 via perangkat selular

Layanan ramah, namun krn yang mengantarkan makanan & yg mengambil order hanya boleh dilakukan oleh org yg berbeda, jadi sering kali di respon lama.
Kami datang berkelompok & tampaknya hanya org tertentu yg di assign pd meja2x Kami, sehingga saat Sy mengacungkan tangan utk menambah order, waiters yg lain tidak menanggapi dg cepat.
Kualitas makanan standart, begitu juga minumannya.

Harga vs rasa : krg ok
Harga vs volume : ok
[Tampilkan lebih sedikit](#)

Tanggal kunjungan: Desember 2017
[Lihat semua 22 ulasan dari dmickolai tentang Yogyakarta](#)
[Tanya dmickolai tentang Bale Raos](#)

[Terima kasih dmickolai](#)

Ulasan ini adalah opini subjektif dari anggota TripAdvisor, bukan dari TripAdvisor LLC.

Gambar 8. Catatan Observasi, 15 Mei 2019 pukul 16:56 WIB
Sebab sesuatu yang di sebut dengan *royal cuisine*, baik dari bahan mentah sampai menjadi sebuah produk kuliner yang termasuk didalamnya resep, bahan, tata cara, perabot, hingga SDMnya yang berproses di dalamnya

semua berasal dari dalam Kraton Yogyakarta. Berikut kutipan wawancara dengan Wanda:

Namanya *royal cuisine* kan pasti semuanya sumbernya dari dalem. (C16/WND)

Terlepas dari semua hal yang dimiliki oleh Bale Raos Kraton Yogyakarta seperti sajian hidangannya, dalam sejarahnya dari dulu hingga sekarang masyarakat awam yang tidak tahu menahu tentang masakan kerajaan sebagian dari mereka yang memiliki motivasi akan itu menjadi timbul sebuah pertanyaan untuk dirinya sendiri. Pertanyaan itulah yang dapat menjadi salah satu contoh daya tarik yang dimiliki oleh Bale Raos. Berikut kutipan wawancara dengan Agus:

Karena saya rencananya untuk mencoba karena kadang kan mereka tanya "makanan Kraton tu koyo opo sih?" gitu. Kehidupan di Kraton tu kayak apa? Bilang padahal di dalem Kraton itu juga ya sebenarnya *westernize* juga. Tapi menunya juga menu lokal, tapi di *westernize*-in. (C17/AGS)

Adapun sebuah usaha komersialisasi yang dilakukan oleh Bale Raos menjadikan wisatawan yang gemar kuliner, atau kuliner sebagai *life style* mereka akan tertarik untuk mencoba warisan nenek moyang yang dahulu disimpan secara *private* kini dapat dinikmati oleh siapapun dari menu yang disediakan oleh Bale Raos yang memiliki judul *royal cuisine*. Berikut kutipan wawancara dengan Duta:

Ya iya. Karena kan ini kan kamu membahasnya tentang *royal cuisine* ya kalo *royal cuisine* dari pandangan Kraton mungkin harusnya sama, sesuai pakem. Tetapi kalau ini, ya

tentunya Kraton membikin Bale Raos untuk mencari keuntungan dong. Selain disamping untuk pemenuhan kebutuhan kuliner Kraton, untuk menjamu tamu tamu khususnya Sultan, pastinya dia juga butuh duit untuk yang lain dong, untuk ambil keuntungan dong. Ya mungkin itu sudah, yo bener komersil la pie meneh. (C15/DUT)

Kenyataan yang kemudian terdapat pada Bale Raos yang melakukan komersialisasi secara terbuka dalam membuka sebuah usaha bisnis tidak dibarengi dengan *quality control* yang baik membuat Bale Raos mendapatkan kritikan dalam prosesnya melayani tamu. *Culinary product* yang disajikan Bale Raos kemudian mendapatkan penilaian terhadap rasa makanan yang tidak konsisten. Berikut kutipan wawancara dengan Agus:

Ya sebetulnya kalau masalah royal cuisine itu sebenarnya masakan yang sehari-hari orang Indonesia. Juga baik yang di Bale Raos, ataut di Solo itu Omah Sinten gitu kan makanan dari Kraton sebenarnya ya sama aja. Sama-sama sayur-sayur lodeh juga, masakan kampung. Cuma kan karena ini HB X pernah di Belanda, jadi dia kan agak di bule-bulekan sedikit. Tapi, secara umum sih sama aja. Bahkan kalo di Bale Raos sendiri kadang-kadang sering rasa inkonsisten, gitu lho. Kemarin terakhir malah terlalu asin, mungkin karena ganti itu, jadi ganti aaa tukang masaknya atau apa malah semua masakan terakhir asin, gitu. Jadi inkonsisteni malah menurut saya. Tapi secara umum oke. (C18/AGS)

Disamping kritik dari penikmat hidangan yang disajikan, Bale Raos memiliki bagian yang menjadi menarik untuk wisatawan mancanegara adalah ketika sebagian dari memiliki ketertarikan yang tinggi (*high interest*) sehingga memunculkan motivasi yang tinggi untuk datang menghidangi *royal cuisine* di Bale Raos. Seperti contoh pada sebuah kisah menarik yang terdapat dalam

buku Jejak Rasa Nusantara Sejarah Makanan Indonesia yang ditulis oleh [Rahman](#) (2016) terkait bukti bagian penting dari ilmu gastronomi dikisahkan tentang Julie yang hobi memasak, bermain dengan resep baru untuk bertahan hidup pada masa kebijakan Jepang tahun 1941 gastronomi memiliki bagian menarik bagi masing-masing individu. Orang-orang seperti Julie ini yang termasuk / sering disebut dengan *neophile* karena mereka memiliki bagian khusus, yang dimaksud adalah afinitas yang kuat terhadap kebaruan masakan yang menjadi bagian penting dalam hidup mereka. Berikut kutipan wawancara dengan Asahi:

Oh ya, tentu saja ada dimana masakan ini memiliki bagian menarik. Khusus untuk saya, pengertian tentang *gastronomy* di Yogyakarta *gastronomy* yang dimaksud mungkin adalah seperti keseluruhan apa yang sebenarnya sedang saya nikmati saat ini di sini, seperti hal baru "*apakah hal itu.*" Ya, meskipun ini adalah Kota Jogja yang memiliki kerajaan, tetapi yang menjadi menarik adalah dimana suatu kerajaan ini dapat mengemas sebuah makanan kerajaan menjadi "sederhana" dan kesederhanaan itulah yang menjadi daya tarik saya. Hal ini adalah semacam budaya, tetapi terlepas dari itu; budaya, sejarah, dan bagian apa adanya ... Itu adalah budaya, semangat, dan faktor tersebut menempati substansi di atasnya bukan begitu? (C1/ASA)

Untuk wisatawan dalam negeri, hal-hal yang memotivasi mereka cukup beragam mulai dari untuk mencoba otentisitas dan keunikan dari *kersanan ndalem*, bagaimana tata cara menghidangi makanan dengan tata cara Jawa yang urut dari yang paling tua hingga ke yang paling muda, bagaimana memulai makanan harus dari orang yang menjadi pemimpin di meja makan tersebut, atau semua unsur budaya yang menjadi motivasi bagi mereka untuk

mengetahui hal tersebut. Tetapi tidak menjadi jaminan bahwa wisatawan mancanegara juga tidak ingin tahu mengenai hal tersebut. Oleh karenanya, baik wisatawan mancanegara maupun dalam negeri-pun memiliki motivasi mereka tersendiri. Berikut kutipan wawancara dengan beberapa informan:

Motivasinya adalah tittle *royal cuisine* itu. Dan tertarik nyoba, dari Kraton. (C9/WND)

Coba-coba masakan Kraton itu seperti apa, apakah apalagi ini klangenanya HB X pengen apa, nanti setelah kedua, ketiga, keempat, nanti ada menu-menu yang saya sukai disitu, juga selain menu-menunya juga eee masalah yaitu tadi kadang untuk bawa tamu dari luar, untuk membawa temen sendiri, dan itu dan saya juga kadang kesitu kadang ada sekul jene, dan saya pernah kesitu juga karena ada *ocasion* tertentu saya kesitu. (C11/AGS)

...karena aku seneng masak, masakan itu juga kan, masakan *royal cuisine*. Terus aku disitu kayak membandingkan gitu lo *authentic*-nya seperti apa. Karena apa yang ditulis oleh Bu Murdijati itu beda karena kayak bendhul ki nek bendhul dari bukune Bu Mur ki bendhul ki gur di tumbuk terus dikepel. Sedangkan nek di Bale Raos itu sudah disesuaikan dengan lidah yang sekarang dan diterima oleh masyarakat untuk semua kalangan dan kui enak yo. (C5/DUT)

Motivasi saya, karena saya seorang mahasiswi Prancis yang mempelajari antropologi, saya juga mempelajari budaya Asia, termasuk budaya Jawa, saya pikir Yogyakarta merupakan contoh yang tepat untuk merasakan budaya Jawa, maka motivasi saya untuk datang ke restoran ini adalah untuk merasakan budayanya. (C4/KEN)

Aa, motivasi kah ... baiklah, jika anda menanyakanya untuk saya itu adalah sebuah hal baru yang saya cari yaitu adalah pengalaman yang menyenangkan. Kemudian itu adalah makanan-makanan yang memiliki rate *SSR (super super rare)* di dalam kategori kami, sehingga itu akan dapat menyegarkan mata anda dari kebosanan akan makanan. (C2/ASA)

Sejak pertama kali dibuka kepada masyarakat umum hingga saat ini Bale Raos memiliki misi: yang pertama melestarikan kekayaan budaya khususnya dalam hal keanekaragaman hidangan khas Kraton Yogyakarta pada khususnya maupun makanan tradisional di Yogyakarta pada umumnya, yang kedua mengangkat citra makanan tradisional dimata masyarakat nasional maupun international. Ketiga memberikan alternatif pilihan sajian hidangan bagi masyarakat Yogyakarta maupun wisatawan yang berada di Yogyakarta pada khususnya, serta masyarakat pada umumnya diberbagai kota di Indonesia.

Oleh karena itu Bale Raos yang bertujuan untuk melestarikan kebudayaan Kraton khususnya kuliner harusnya tetap menjaga *authenticity* dan *uniqueness* walaupun harus berusaha berkembang dan menyesuaikan peradaban masa kini sebagai penjaga warisan luhur yang terdapat dari Kraton Yogyakarta yakni *royal cuisine* atau *kersanan ndalem*. Sedangkan untuk kekurangan yang dimiliki seperti *service* yang dinilai kurang maksimal walupun secara *overall* hidangan yang disajikan dapan memuaskan rasa ingin tahu perlu diperlakukan evaluasi dan riset untuk kedepan supaya Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta dapat tetap memegang eksistensi dan memberikan komunikasinya kepada wisatawan dengan baik.

D. Ringkasan Analisis Data

Berdasarkan analisis yang penulis lakukan terkait studi fenomenologi daya tarik wisata kuliner gastronomi di Bale Raos dari berbagai fenomena, maka dibuat ringkasan sebagai berikut:

Tabel 1. Ringkasan Analisis Data

Pengelola Bale Raos	Peneliti Kuliner Nusantara	Wisatawan Bale Raos
<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi Bale Raos adalah <i>socioculture</i>. Segmentasi pasar ini didasarkan pada kondisi sosial-budaya. Segmentasi pasar ini memiliki variabel seperti sosiologis (kelompok) dan antropologis (budaya) dibagi dalam segmen yang sesuai tahap pada: Daur hidup keluarga, kelas sosial, budaya dan sub budaya, lintas budaya atau segmentasi pemasaran global. 2. Program promosi yang dilakukan oleh Bale Raos yaitu pengadaan paket menu termasuk paket <i>rijsttafel</i>. 3. Bale Raos melakukan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gastronomi pada mulanya didengungkan di Indonesia pada tahun 2000. 2. Masakan kerajaan kini dapat dinikmati oleh masyarakat akibat unit usaha yang di bentuk oleh Kraton Yogyakarta yakni Bale Raos sebagai bentuk komersialisasi <i>kersanan ndalem</i>. 3. Gastronomi merupakan seni manusia dalam menikmati hidanganya. 4. Bale Raos selain unggul pada menu <i>royal cuisine</i> juga beruntung karena faktor <i>environment</i>. 5. <i>Kersanan ndalem</i> memiliki nilai makna 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagian besar tamu yang datang ke Bale Raos adalah <i>gourmet tourism</i>. 2. Faktor <i>materiil</i> dan <i>immateriil</i> dari unsur historis yang dimiliki Bale Raos menjadi daya tarik wisatawan. 3. Kegiatan yang gemar dilakukan oleh wisatawan (hobi) mempengaruhi motivasi untuk datang ke Bale Raos. 4. Wisatawan merasa terpuaskan akan pengetahuan tentang <i>kersanan ndalem</i>, tetapi tidak untuk produk yang disediakan oleh Bale Raos. 5. Secara keseluruhan dari hidangan sampai kepada <i>service</i> yang

<p>penyesuaian produk kepada tamu agar tamu dapat menikmati produk yang dimiliki oleh Bale Raos.</p> <p>4. Keterbatasan SDM menjadikan pelayanan Bale Raos kurang maksimal baik dalam komunikasi historis produk kuliner.</p>	<p>perasaan hormat yang tinggi bagi penikmatnya selain dari wujud benda.</p> <p>6. Kontribusi <i>kersanan ndalem</i> sebagai perbendaharaan makanan untuk pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.</p>	<p>diberikan oleh Bale Raos wisatawan tidak merasakan keluhan yang berarti, tetapi perlu diberlakukannya perbaikan kedepan.</p>
---	---	---

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan kepada pengelola Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta, peneliti kuliner nusantara yang mengamati Bale Raos, dan wisatawan Bale Raos dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari perspektif pengelola Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta, mengakui bahwasanya sebagai restoran yang menyanggah *royal cuisine* sebagai kuliner warisan Kraton Yogyakarta telah berhasil menyediakan *kersanan ndalem* kepada wisatawan dalam negeri maupun mancanegara. Visi dan misi yang dimiliki Bale Raos untuk mengenalkan *kersanan ndalem* kepada wisatawan dapat terealisasi walaupun masih terdapat kualitas pelayanan dan produk kuliner yang *inconsistent*.
2. Dari sudut pandang peneliti kuliner nusantara kemudian adalah *wayah dalem* dan ahli dibidangnya, Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito menerangkan bahwa Bale Raos sudah meninggalkan *pakem* dari apa yang disebut sebagai masakan tradisional. Meskipun faktor *environment* dan *culinary product* yang dimilikinya menjadi keunggulan bersaing yang tidak dimiliki oleh restoran lain.

3. Dari wisatawan dalam negeri dan mancanegara, sebagai restoran yang menyanggah *royal cuisine* / masakan kerajaan memang sudah berhasil. Kebanyakan dari wisatawan yang berkunjung adalah mereka yang benar-benar memiliki motivasi untuk melakukan wisata kuliner atau mereka yang disebut dengan *gourmet tourism*. Pengalaman yang mereka miliki serta fenomena berkuliner di dalam dinding Kraton membayarkan apresiasi rasa ingin tahu wisatawan walaupun tidak sepenuhnya seperti yang diharapkan.

B. Saran

Berdasarkan masukan-masukan yang disampaikan oleh pengelola Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta, peneliti kuliner nusantara yang mengamati Bale Raos, dan wisatawan Bale Raos maka terdapat beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan, antara lain:

1. Untuk yang utama adalah tetap menjaga *authenticity* dan *uniqueness* dari produk Bale Raos karena produk tersebut berupa *kersanan ndalem* / *royal cuisine* yang harus dijaga kelestariannya.
2. *Service* perlu mencakup beberapa *moment of truth* sehingga selain penguasaan produk yang dijual, tamu akan merasa nyaman dengan interaksi positif yang diberikan oleh Bale Raos.
3. Usaha mengenalkan unsur *historis* dari suatu makanan, bagaimana prosesnya, atau unsur filosofis dari sebuah masakan hingga menjadi makanan perlu dikomunikasikan kepada tamu untuk sebuah *experience*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamopoulos, J., & Kashima, Y. 1999. *Social psychology and cultural context*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Adina, Codruta. 2016. *Culinary experiences as key tourism attraction, Case Study: Braşov County*. University of Braşov: Transilvania
- Athenaeus, 1927. *The Deipnosophists*, Book, Vol. I. William Heinemann, London, pp. 18–19 (C.B. Gulick, English Trans)
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. 2014. *Culinary-gastronomic tourism—a search for local food experiences*. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Canadian Tourism Commission. 2002. *Acquiring A Taste for Cuisine Tourism: A Product Development Strategy*. Ottawa: CTC
- Creswell, J W. 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih antara Lima Pendekatan*. (A. Lintang, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dinas Kebudayaan DIY. 2014. *Kersanan Ndalem – Favorite Culinary of the King Documentary*. Yogyakarta: Disbud DIY
- Dinas Kebudayaan DIY. 2014. *Sempulur*. Yogyakarta: Disbud DIY
- Epuran, G., 2015. The role of innovation in the trade industry. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, Vol. 8(57), Series V, No.2, pp. 57-62.
- Ferguson, P.P., 2000. *Is Paris France?*. *The French Review* 73 (6), 1052–1064
- Gardjito, Murdijati, Anton Djuwardi dan Eni Harmayani. 2013. *Pangan Nusantara: karakteristik dan prospek untuk percepatan diversifikasi pangan*. Kencana
- Gardjito, Murdijati. 2017. *Kuliner Yogyakarta Pantas Dikenang Sepanjang Masa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Gilleisole. 2001. *European Gastronomy Into The 21 Century*. Great Britain: Oxford University
- Gnoth, J., & Deans, K. (n.d.). *Developing the tourism experience model*. Retrieved from <http://anzmac.org/conference/2012/papers/532ANZMACFINAL.pdf>. Accessed on 11 February 2014
- Gyimóthy, S. and Mykletun, R. 2009. *Scary food: commodifying culinary heritage as meal adventures in tourism*. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 15 No. 3, pp.

259-273.

- Hall, C. Michael. 2010. *The Advantages and Disadvantages of Developing Cuisine, Food and Tourism Relationships: International and Local Perspectives*. Department of Management, University of Caterbury, Christchurch, New Zealand.
- Hornig, J.S., and Tsai, C.T., 2010. *Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis*. *Tourism Management*, 31, pp. 74–85.
- Kartajaya, Hermawan dan Nirwandar, Sapta. 2013. *Tourism Marketing 3.0 Turning Tourist to Advocate*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kauppinen-Räsänen, H., Gummerus and J. Lehtola, K. 2013. *Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time*. *British Food Journal*, Vol. 115 No. 5, pp. 666-685.
- Keinan, K. and Kivetz, R. 2011. *Productivity orientation and the consumption of collectable experiences*. *Journal of Consumer Research*, Vol. 37 No. 6, pp. 935-950.
- Kim, Y.H., Kim, M.C., and Goh, B.K., 2011. *An examination of food tourist's behavior: Using the modified theory of reasoned action*. *Tourism Management*, 32(5), pp. 1159–1165.
- Kriyanto, R dan Bugin, B. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Leisen, B. 2001. *Image segmentation: the case of a tourism destination*. *Journal of services marketing*, 15(1), 49-66.
- Lin, Y.C., Pearson, T.E., and Cai, L.A., 2011. *Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective*. *Tourism and Hospitality Research*, 11, pp. 30–48.
- Madar, A., 2014. *Hotel Services Quality Assessment Using Servqual Method*. Case Study: Athenee Palace Hotel. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, Vol. 7(56), Series V, No.2, pp. 71-76.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morgan, M. 2006. *Making space for experience*. *Journal of Retail and Leisure*

- Property, Vol. 6 No. 4, pp. 305-313.
- Nurhayati, Endang, Suharti dan Andayani, Rahmi D. 2014. *Desain Kemasan Produk Seni Budaya Lokal Ke Mancanegara Melalui "Pasugatan Dinner Package" Berbasis Multilingual Cultural Approach Di Kraton Yogyakarta DIY*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Okumus, B., Okumus, F., and McKercher, B., 2007. *Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey*. *Tourism Management*, 28, pp. 253–261.
- Pestek, A. and Nikolic, A. 2011. *Role of traditional food in tourist destination image building: example of the city of Mostar*. *UTMS Journal of Economics*, Vol. 2 No. 1, pp. 89-100.
- Prastwo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Rahman, F. 2016. *Budaya Kuliner di Indonesia Masa Kolonial 1870-1942*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rahman, F. 2016. *Jejak Rasa Nusantara Sejarah Makanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Santich, Barbara. 2004. *The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training*. Australia: The University of Adelaide, SA 5005
- Scarpato, R. 2002. *Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies*. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 51-70). London and New York: Routledge
- Smith, S. and Costello, C. 2009. *Segmenting visitors to a culinary event: motivations, travel behavior, and expenditures*. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, Vol. 18 No. 1, pp. 44-67.
- Soekarto 1990. *Dasar-dasar pengawasan dan standarisasi mutu pangan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tikkanen, I. 2007. *Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: Five cases*, *British Food Journal*. Vol. 109 No. 3, pp. 635-653.

Yun, Dongkoo, Hennesey, Sean M and MacDonald, Roberta. 2011. *Understanding Culinary Tourists: Segmentations based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Food-related Behaviour*. University of Massachusetts – Amherst

Zahnd, M. 2008. *Model baru perancangan kota yang kontekstual: kajian tentang kawasan tradisional di kota Semarang dan Yogyakarta: suatu potensi perancangan kota yang efektif* (Vol. 3). Kanisius

Data

<https://visitingjogja.com/10193/statistik-pariwisata-2017/> diakses pada 30 Maret 2018 pukul 13:21 WIB

https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g294230-d878258-Reviews-Bale_Raos-Yogyakarta_Region_Java.html diakses pada 07 Juni 2019 pukul 16:07

Artikel Website

Widiarini, A D. 2019. *Dorongan Wisata Kuliner, Aceh Akan Gelar AFC 2019*. <https://travel.kompas.com/read/2019/07/03/120000827/dorong-wisata-kuliner-aceh-akan-gelar-acf-2019?page=all> diakses pada 02 April 2019 pukul 14:26 WIB

Aruman, E. 2014. *Apa Hubungan Kuliner dan Destinasi Wisata?*. <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/branding/apa-hubungan-kuliner-dan-destinasi-wisata/> diakses pada 02 April 2019 pukul 14:32 WIB

Reily, M. 2019. *Pemerintah target Wisata Gastronomi Indonesia Masuk Tiga Besar Dunia*. <https://katadata.co.id/berita/2019/04/25/pemerintah-target-wisata-gastronomi-indonesia-masuk-tiga-besar-dunia> diakses pada 07 Juni 2019 pukul 16:07 WIB

LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN

Kepada Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta

Oleh: Muhammad Ikhlasul Amal

1	Apa yang menjadi latar belakang Bale Raos sehingga produk yang ditawarkan adalah makanan favorit sultan (<i>kersanan ndalem</i>), dan mengapa letak tempat makan terdapat di dalam Kraton Yogyakarta?
2	Apa saja yang ditawarkan oleh Bale Raos kepada <i>gastronomic tourism</i> ?
3	Siapa saja segmentasi dan target tamu Bale Raos? Apakah sejauh ini berhasil menasar segmen yang ada? Apakah hubungan "jumlah pengunjung" dan "minat berwisata kuliner" ke Bale Raos? (Apakah searah atau berbanding terbalik?)
4	Menurut survey yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan (2014) menunjukkan bahwa jika Yogyakarta dapat mengundang 10% dari 10% warga Cina yang berwisata di negara lain, Yogyakarta akan mendapatkan wisatawan dengan jumlah yang banyak. Mendapat tersebut apakah Yogyakarta dapat menarik turis domestik dan mancanegara untuk <i>ngangsu kawruh</i> tentang kuliner gastronomi (<i>culinary gastronomic</i>)?
5	Bagaimana usaha Bale Raos dalam menyesuaikan menu, cara penyajian, letak tempat makan, yang masuk kedalam faktor <i>royal cuisine</i> terhadap wisatawan?
6	Bagaimana usaha Bale Raos dalam mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada wisatawan?
7	Bagaimana program promosi yang dilakukan oleh Bale Raos berkaitan dengan <i>royal cuisine</i> ? Model komunikasi seperti apa yang saat ini menjadi strategi pemasaran Bale Raos? (Apakah termasuk <i>experiential marketing</i> ?)
8	Bagaimana kaitan <i>gastronomic culinary</i> Bale Raos dengan program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta?
9	Apa saja usaha yang telah dilakukan Bale Raos untuk menyajikan makanan sesuai dengan <i>gastronomic tourism</i> ? (misal dengan menyediakan pelatihan <i>table manner</i>)
10	Apakah terdapat postingan khusus seperti dalam website, atau sosial media tentang produk (<i>royal cuisine</i>) untuk menjadi nilai tambah atau yang membedakan Bale Raos dengan tempat makan lainnya?
11	Apakah Bale Raos pernah menerima masukan / apresiasi yang disampaikan oleh tamu kepada pengelola? Kalau ada, apa yang sekiranya tamu sampaikan kepada pengelola Bale Raos?
12	Apa saja pencapaian, kendala, dan harapan yang dimiliki oleh Bale Raos?

DAFTAR PERTANYAAN

Kepada Peneliti Kuliner Nusantara

Oleh: Muhammad Ikhlasul Amal

1	Apa yang dilakukan oleh orang pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan pangan jika dibandingkan dengan orang yang berada di dalam dinding kraton? Apakah kuliner dapat menjadi unsur dari budaya yang dibawakan kraton kepada wisatawan?
2	Bagaimana perkembangan kuliner gastronomi (<i>gastronomic clinary</i>) seperti <i>royal cuisine</i> Kraton Yogyakarta saat ini?
3	Bagaimana kontribusi kuliner gastronomi (<i>gastronomic clinary</i>) Kraton Yogyakarta khusus untuk wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta?
4	Apakah yang menjadikan <i>kersanan ndalem</i> memiliki nilai lebih dibandingkan dengan makanan yang dibuat di luar kraton?
5	Bagaimana perkembangan dunia kuliner (ditinjau ketika memiliki latar belakang sejarah saat sebuah kerajaan memiliki aktivitas dengan dunia luar) terhadap <i>gastronomic tourism</i> di Yogyakarta?
6	Apa saja yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat makan sebagai alat promosi maupun sosialisasi?
7	Apa yang memotivasi wisatawan untuk datang ke Bale Raos?
8	Bagaimana pengaruh <i>royal cuisine</i> yang dimiliki Bale Raos terhadap <i>gastronomic tourism</i> ?
9	Seberapa banyak usaha yang dilakukan Bale Raos untuk mengubah bahan mentah menjadi hidangan makanan yakni menu makanan yang disajikan Bale Raos?
10	Apakah menu yang disajikan oleh Bale Raos dapat dijadikan indikator keberhasilan dari citra <i>royal cuisine</i> Kraton Yogyakarta?
11	Seberapa besarkah tingkat ketertarikan wisatawan setelah mengetahui bahwasanya terdapat <i>culinary gastronomic</i> di Bale Raos Kraton Yogyakarta?
12	Apa saja yang menjadi kelebihan dan kekurangan serta apresiasi yang dapat diberikan kepada Bale Raos?

DAFTAR PERTANYAAN

Kepada Wisatawan (Nusantara) di Bale Raos

Oleh: Muhammad Ikhlasul Amal

1	Apakah yang anda ketahui tentang makanan yang ada di Yogyakarta maupun <i>royal cuisine</i> ?
2	Apakah yang menjadi daya tarik <i>gastronomic culinary</i> ini untuk anda?
3	Apa motivasi anda untuk makan di Bale Raos?
4	Hidangan apa yang biasa anda makan di Bale Raos?
5	Seberapa seringkah anda makan di Bale Raos?
6	Bagaimana pendapat umum anda terhadap Bale Raos?
7	Bagaimana pendapat anda tentang <i>royal cuisine</i> yang dihidangkan oleh Bale Raos?
8	Bagaimana pengaruh hubungan antara pengetahuan (sejarah) yang anda miliki mengenai <i>royal cuisine</i> terhadap <i>tourism attraction</i> (daya tarik wisata) untuk datang ke Bale Raos.
9	Menurut anda, apakah makanan yang disajikan Bale Raos sesuai dengan selera wisatawan?
10	Ciri khusus apa yang anda dapatkan ketika makan di Bale Raos untuk mewakili <i>royal cuisine</i> ?
11	Banyaknya tempat makan baru dengan keunggulan <i>culinary gastronomic</i> -nya yang tersedia apakah menurut anda Bale Raos masih mampu bersaing?
12	Di era sekarang ini, apakah menurut anda peran <i>royal cuisine</i> masih penting?
13	Apakah yang anda rasakan dengan hidangan yang disajikan oleh Bale Raos? Apakah anda merasa puas? Mengapa anda puas / tidak puas?
14	Apakah hidangan <i>royal cuisine</i> yang dimiliki Bale Raos cocok dengan kultur budaya yang ada di Yogyakarta? (Pendidikan, Budaya, dan Pariwisata)
15	Apakah spesifikasi hidangan yang disajikan Bale Raos sudah dapat mewakili <i>culinary gastronomic</i> yang dimiliki oleh Yogyakarta?
16	Apakah apresiasi, harapan, kesan dan pesan yang akan anda berikan untuk Bale Raos Kraton Yogyakarta?

DAFTAR PERTANYAAN

Kepada Wisatawan (Mancanegara) di Bale Raos

Oleh: Muhammad Ikhlasul Amal

1	What do you know about food in Yogyakarta or royal cuisine?
2	What is the attraction of this gastronomic culinary for you?
3	What is your motivation to having meals at Bale Raos?
4	What dishes do you usually eat at Bale Raos?
5	How often do you eat at Bale Raos?
6	What is your general opinion about Bale Raos?
7	What do you think about royal cuisine served by Bale Raos?
8	How is the influence of relationship between knowledge (history) that you have regarding royal cuisine to the tourism attraction to come to Bale Raos?
9	In your opinion, does the food served by Bale Raos suit the tastes of tourists?
10	What special characteristics do you get when you eat at Bale Raos to represent royal cuisine?
11	The number of new eating places with the advantages of the available gastronomic culinary do you think Bale Raos is still able to compete?
12	In the current era, do you think the role of royal cuisine is still important?
13	What do you feel about the dishes served by Bale Raos? Are you satisfied? Why are you satisfied / not satisfied?
14	Does the royal cuisine owned by Bale Raos match the cultural culture in Yogyakarta? (Education, Culture and Tourism)
15	Does the specification of the dishes served by Bale Raos already represent the gastronomic culinary owned by Yogyakarta?
16	What appreciation, hope, impression and message will you give to Bale Raos Kraton Yogyakarta?

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta

Informan : Rr Nawangsasi Tedjokusumo
 Waktu : Kamis, 13 Juni 2019, pukul 19:10 – 21:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlis	0:04,4 - 0:20,9	Langsungan nggih, nomor satu apa yang menjadi latar belakang Bale Raos sahingga produk yang ditawarkan inggih menika adalah makanan favorit sultan utawi (<i>kersanan ndalem</i>), dan mengapa letak tempat makannipun terdapat di dalam Kraton Yogyakarta?
Rr Nawangsasi Tedjokusumo	0:20,9 - 2:23,3	Yang menjadi latar belakang Bale Raos adalah ketika sebuah <i>trend</i> menjadi lenmark suatu peluang usaha. Nah <i>trend</i> yang dimulai sejak tahun 2000 dibidang pariwisata ekonomi kreatif yaitu adalah wisata kuliner. Karena sub sektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pada tanggal 23 Januari 2004, GKR Hemas itu bersama dengan KGPH Hadiwinoto ingin membuka dan mengenalkan sebuah warisan adiluhur yang dimiliki oleh Yogyakarta kepada masyarakatnya yaitu kuliner khas Kraton. Mengapa kuliner khas Kraton atau yang biasa disebut <i>kersanan ndalem</i> ini di lestarikan? Karena masyarakat atau generasi X, Y, dan Z bertepatan dengan tahun 2000 <i>trend</i> makanan yang sedang berkembang adalah masakan barat atau <i>western</i> atau masakan luar negeri. Sehingga makanan di

		dalam negeri sendiri kurang diminati padahal makanan-makanan tersebut adalah warisan Nusantara. Oleh karenanya demi melestarikan suatu warisan kekayaan yang dimiliki oleh Yogyakarta, Bale Raos dibentuk untuk meningkatkan <i>prestige</i> di mata masyarakat dan menyadarkan kepada masyarakat betapa pentingnya sebuah usaha pelestarian warisan dalam hal ini makanan kepada individu dalam suatu masyarakat tersebut yang sebenarnya memiliki peran bahwa merekalah yang menjadi subjek pelestari makanan tradisional atau kuliner Nusantara dalam hal ini yang dimiliki oleh Kraton Yogyakarta.
Mukhlas	2:23,3 - 2:31,2	Lajeng nomor dua, apa saja yang ditawarkan oleh Bale Raos kepada <i>gastronomic tourism</i> ?
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	2:31,2 - 4:56,2	Aaa di... di dalam menawarkan menu-menu kita ada paket aa misalnya paket Buffee "A1" atau "A2" yang harganya 90.000 rupiah per pax mendapatkan terdiri dari hidangan utama, minuman dan hidangan penutup. Misalnya hidangan utama; Sup ayam, nasi putih, sayur klenyer daging sapi, gurame paneer, buncis jamur kuping, tebu kremes, sambal + lalapan, krupuk. Minuman; <i>Tradisional drink, mineral water</i> . Hidangan penutup; Arseng pisang. Kemudian ada paket Buffee "B1" dan "B2" harganya 115.000 per pax, paket on try style harga 100.000 rupiah per paxnya, mendapatkan hidangan pemubuka, hidangan

		<p>utama, minuman dan hidangan penutup. Yang terakhir dari paket menu adalah paket full service dengan harga 135.000 per pax mendapatkan tambahan <i>welcome drink</i>. Misalnya: paket on try style "1A" harga 100.000 rupiah per paxnya dapat hidangan pembuka; Soup tomat. Hidangan utama; nasi merah putih, dendeng ragi, singgang ayam, gulai daun singkong, baceman, sambal terasi, karak. Minuman; <i>Tradisional drink</i> / Teh, <i>mineral water</i>. Hidangan Penutup; Puding secang + ginger vla.</p> <p>Untuk pemesanan paket lainnya terdapat; pemesanan paket vegetarian, pemesanan paket <i>rijsttafel</i>, maksimal 5 hari sebelum hari pelaksanaan. pemesanan paket coffe break, dan yang terakhir adalah pemesanan meeting Bale Raos.</p>
Mukhlas	4:56,2 - 5:18,9	Lalu yang ketiga itu siapa saja segmentasi dan target tamu Bale Raos? Apakah sejauh ini berhasil menasar segmen yang ada? Lalu, priapun hubungan "jumlah pengunjung" dan "minat berwisata kuliner" ke Bale Raos? Apakah searah atau berbanding terbalik?
Rr Nawangsasi Tedjokusumo	5:18,8 - 7:33,9	Karena produk yang kami sajikan adalah didasarkan pada kondisi sosial-budaya yang terfokus kepada daur hidup masyarakat pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari, yang kedua adalah karna kelas sosial, yang ketiga ialah budaya dan sub budaya, dan yang terkahir adalah segmentasi pemasaran global. Untuk segmentasi <i>socioculture</i> yang kami sasar dapat hampir dijangkau oleh semua kategori mulai dari usia, tingkat pendidikan, kelas ekonomi seperti diperumpamakan (A,

		<p>B, C, dan D) maupun warga negara asing. Hal ini mengapa segmentasi kami luas? Pasar kami memang dapat dimasuki oleh kriteria dari kalangan manapun selagi mereka memiliki kemampuan dan motivasi untuk datang di Bale Raos karena selain itu segmen kami terpusat pada <i>socioculture</i> dan produk yang kami sajikan adalah bahan pangan yang dibutuhkan oleh setiap manusia sehari-hari. Jadi, untuk masyarakat kelas bawah sampai kelas atas dapat mencoba apa itu makanan yang menjadi favorit raja pada masa itu karena tujuan kami mendirikan Bale Raos adalah untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai <i>kersanan ndalem</i>. Sebagai contoh masyarakat menengah kebawah dapat memesan menu <i>ala carte</i> yang tidak harus mencakup hidangan utama sampai hidangan penutup. Misalkan masyarakat pada segmentasi kelas ekonomi menengah ke bawah hanya ingin mencoba hidangan pembuka saja, atau jajanan tradisional yang kami miliki boleh saja, tidak harus pesan satu pax paket. Sedangkan untuk masyarakat menengah keatas yang mereka ingin mencoba menu pax kami sediakan dalam berbagai pilihan seperti yang saya sampaikan tadi. Pada dasarnya, hampir semua <i>customer</i> atau konsumen yang datang kesini adalah <i>gourmet tourism</i> atau mereka yang benar-benar ingin mencoba sesuatu yang baru. Suatu makanan kerajaan yang menjadi daya tarik untuk orang-orang yang memang memiliki motivasi untuk melakukan aktifitas makan di suatu tempat, itulah <i>gourmet tourism</i>.</p>
Mukhlas	7:33,9 -	Terus yang nomor empat, menurut survey yang dilakukan

	8:06,8	oleh Dinas Kebudayaan (2014) menunjukkan bahwa jika Yogyakarta dapat mengundang 10% dari 10% warga Cina yang berwisata di negara lain, Yogyakarta MENIKA akan mendapatkan wisatawan dengan jumlah yang banyak. Mendapatkan hal tersebut apakah Yogyakarta dapat menarik turis domestik dan mancanegara untuk ... napa nggih? <i>ngangsu kawruh</i> tentang kuliner gastronomi (<i>culinary gastronomic</i>)?
Rr Nawangsasi Tedjokusumo	8:06,8 - 9:27,7	Kalau survei yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan itu biasanya dilakukan tiap bulan dan diakumulasikan kedalam satu tahun dalam <i>Sempulur</i> ? Ya itu Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, tetapi mungkin perkiraan kami warga negara Cina hanya dapat mencapai angka 7 sampai 7.5 persen karena sebagian besar wisatawan dari luar negerikan bukan dari Cina saja. Oleh karena itu pemerintah harusnya mendukung sub sektor ini yaitu wisata kuliner ini supaya lebih maju. Beberapa pelaku industri kuliner apalagi di Yogyakarta melihat ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dikelola secara lebih serius. Salah satu di antaranya adalah perlunya akses perizinan usaha melalui satu pintu sehingga lebih mudah dan efektif. Para pebisnis kuliner baru sebaiknya mendapatkan panduan dari pemerintah, bisa dari pelatihan bisnis, informasi perizinan, sampai pada pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha sehingga apa yang menjadi tujuan ekonomi kreatif dapat di bantu oleh pelaku industri seperti Bale Raos kami.

Mukhlas	9:27,7 - 9:41,9	Lajeng nomor gangsal, bagaimana usaha Bale Raos dalam menyesuaikan menu, cara penyajian, letak tempat makan, yang masuk kedalam faktor <i>royal cuisine</i> terhadap wisatawan?
Rr Nawangsiasi Tedjokusumo	9:41,9 - 9:44,0	Pripiun? bagaimana?
Mukhlas	9:43,9 - 9:56,6	Bagaimana usaha Bale Raos dalam menyesuaikan menu, cara penyajian, letak tempat makan, yang masuk kedalam faktor <i>royal cuisine</i> terhadap wisatawan?
Rr Nawangsiasi Tedjokusumo	9:56,6 - 11:44,2	Kalo itu... kami harus melakukan penyesuaian kepada tamu, karena tamu menjadi raja bagi kami. Kalau menjurus kepada bahan-bahan pembuatan, kami memang sudah menggunakan bahan modern karena kami kan juga harus menjaga waktu kami untuk menyimpan makanan supaya lebih awet, lebih tahan lama. Kalau untuk memasaknya ya kami menggunakan gula organik, kami menggunakan msg disamping kami memang menggunakan bumbu tradisional tetapi porsi yang masih wajar saja dan tidak terlalu mencolok ya msgnya nggih to. Karena, kalau kami tidak melakukan penyesuaian dan hanya berpatok pada resep jaman dahulu, kami tidak akan dapat menjual apa yang menjadi <i>kersanan ndalem</i> kepada masyarakat. Memang ini terdengar sangat komersial, tetapi aaa... kami berfikir ini adalah sebuah usaha juga kami menjaga <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> dari <i>kersanan ndalem</i> tersebut. Untuk orang yang memasak, yang menjadi <i>pramuladi</i> , yang menghadirkan makanan, yang

		memasak masakan di dalam Kraton sendiri memang sudah ada bagianya sendiri-sendiri, sedangkan kami di buat untuk tujuan memperoleh keuntungan disamping memenuhi kebutuhan didalam, didalam usaha Bale Raos ini sendiri. Selain itu juga untuk menjadi sebagai salah satu sumber pemasukan untuk Kraton Yogyakarta.
Mukhlas	11:44,2 - 11:49,7	Teras bagaimana usaha Bale Raos dalam mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada wisatawan?
Rr Nawangsasi Tedjokusumo	11:49,7 - 13:29,5	Kami terkadang masuk di <i>event-event</i> yang berhubungan dengan sosial budaya seperti yang mas ikuti kemarin “Peluncuran Buku Pakualam V: Aristokrat Modernis dari Timur” disana kami contohnya mengenalkan dori grill kepada tamu karena dori grill adalah makanan kesukaan Rafles ketika Rafles masih berada di Pakualaman, kami menyajikan juga de oppor yang masyarakat Jawa suka makan ayam dan ini menjadi sebuah bentuk akulturasi budaya dengan cara makan seperti tadi malam, bertemu dengan orang asing dalam suatu acara tertentu membahas mengenai kisah Pakualam V yang menjadi topik untuk perubahan zaman pada suatu ilmu filolog yang ada di dialam Pakualaman merupakan salah satu cara kami mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada masyarakat. Kalau secara online, karena keterbatasan konten kami tetap memiliki <i>website</i> , sosial media seperti facebook, twitter, dan instagram. Tetapi yang lebih menarik ketika ada orang live report baik di <i>youtube channel</i> maupun <i>instastory</i> , itulah <i>eWOM</i> yang dilakukan oleh masyarkat secara tidak sadar dan tidak langsung turut serta menjadi subjek

		<p>pengenal masakan kerajaan kepada masyarakat lainnya. Baik melalui postingan di <i>feed</i>, <i>review</i> di <i>trip advisor</i> maupun <i>worksheet</i> lainnya yang menyediakan konten unntuk produk yang kami miliki.</p>
Mukhlas	13:29,5 - 13:44,3	<p>Bagaimana program promosi yang dilakukan oleh Bale Raos berkaitan dengan <i>royal cuisine</i>? Sargeta di beri contoh mawon, model komunikasi seperti apa yang saat ini menjadi strategi pemasaran Bale Raos?</p>
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	13:44,3 - 15:40,8	<p>Untuk <i>experience</i>, untuk pertanyaane tadi opo? Untuk <i>marketing</i>-nya nggih? Untuk <i>marketing</i> menurut karena hakikatnya adalah suatu konsep pemasaran yang bertujuan untuk membentuk konsumen-konsumen yang sadar dengan menyentuh emosi mereka dan memberikan suatu <i>feeling</i> yang positif terhadap produk dan <i>service</i> kan? Nah ya itu yang kami lakukan, itu yang kai berikan kepada <i>customer</i>.</p> <p>Dengan mencoba masakan kerajaan diharapkan masyarkaak dapat lebih menghargai warisanya sendiri. Makanan tradisional yang diangkat oleh raja dan memiliki <i>prestige</i> sehingga makanan tersebut tidak kalah saing dengan makanan luar negeri. Harapanya ya itu setelah merasakan emosi dibalik suatu proses pembuatan, sehingga dapat menyentuh perasaan mereka sehingga customer akan memberikan kesan yang baik untuk warisan budayanya sendiri. Untuk caranya ya yang sudah seperti saya sebutkan diatas, dengan cara seperti yang sudah saya sebutkan diatas dengan hubungan masyarakat,</p>

		<p><i>event sponsorship</i>, maupun dari mulut ke mulut. Karena untuk instagram dan <i>facebook ads</i> yang kami rasa masuk ke dalam <i>viral marketing</i> masih belum kami coba karena suatu alasan tertentu, kami memiliki segmentasi <i>socioculture</i> yang kami sasar. Sehingga tidak pada semua orang awampun mengerti apa itu Bale Raos. Tetapi untuk mereka yang minimal itu memiliki motivasi hingga kepada <i>gourmet</i> tadi yang akan paham mengenai <i>gastronomy</i> di Yogyakarta ini.</p>
Mukhlas	15:40,8 - 15:50,3	<p>Bagaimana kaitan <i>gastronomic culinary</i> Bale Raos dengan program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta?</p>
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	15:50,3 - 17:04,8	<p>Aaah dengan program pariwisata yang berkaitan dengan <i>experience</i> atau pengalaman pelanggan mengenai <i>kersanan ndalem</i> yang di miliki oleh Kraton Yogyakarta. Salah satu program yaitu mungkin kami memiliki paket yang kami namakan paket <i>rijsttafel</i>. Nah, dalam paket ini terdapat unsur kebudayaan Indis yang populer pada masa kolonial adalah budaya makan yang dinamakan <i>rijsttafel</i>. Jika diartikan secara harafiah, <i>rijst</i> berarti nasi dan <i>tafel</i> berarti meja, disatukan menjadi "hidangan nasi." Orang-orang Belanda menggunakan istilah ini untuk menyebut jamuan hidangan Indonesia yang ditata komplet di atas meja makan. <i>Rijsttafel</i> diartikan sebagai "sajian nasi yang dihidangkan secara special." Yang dianggap spesial dari <i>rijsttafel</i> adalah perpaduan budaya makanan Pribumi dan Belanda sebagaimana tampak dari pelayanan, tata cara makan, serta hidangnya. Dari paket <i>rijsttafel</i> tersebut</p>

		mungkin itu adalah sumbang sih kami untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner.
Mukhlas	17:04,8 - 17:20,4	Nomor sembilan, apa saja usaha yang telah dilakukan Bale Raos untuk menyajikan makanan sesuai dengan <i>gastronomic tourism</i> ? contonipun dengan menyediakan pelatihan table manner, utawi sanesipun?
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	17:20,3 - 17:55,6	Kalau kita selain memberikan sajian makanan dengan diiringi gendhing terkadang untuk paket tertentu kami menyuguhkan tarian juga, selain itu dapat dilihat bangunan dan suasana Kraton secara fisik maupun lukisan dan arsitektur yang menghiasi pemandangan, semua itu termasuk keadalam ilmu gastronomi, manusia dalam menikmati sesuatu hingga secara keseluruhan suasananya akan dilihat juga dari apa yang tampak.
Mukhlas	17:55,6 - 18:08,3	Nomor sepuluh apakah terdapat postingan khusus seperti dalam <i>website</i> , atau sosial media tentang produk (<i>royal cuisine</i>) untuk menjadi nilai tambah atau yang membedakan Bale Raos dengan tempat makan lainnya?
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	18:08,3 - 19:09,9	Postingan ada di <i>website</i> seperti yang saya katakan tadi dan baru-baru ini instagram. Kami kan memang menyediakan masakan kesukaan raja atau <i>royal cuisine</i> jadinya ya itu lah fokus dari kami, itulah yang membedakan kami dengan restoran lainnya, meskipun cara penyajian kami secara internasional, tetap dari kanan. Menu kami berbeda dengan Gadri Resto, maupun cara penyajian di Royal Ambarukmo karena kami memiliki fokus di resep masakan. Dan itu yang jelas tidak dimiliki

		secara lengkap oleh restoran lain, ya mungkin itulah kelebihan kami, ya itulah keunggulan kompetitif yang kami miliki karena kami memang berbeda. Karena kami berbeda, sehingga kami dapat <i>survive</i> dengan apa yang kami miliki hingga sekarang ini.
Mukhlis	19:09,8 - 19:20,8	Nomor sebelas apakah Bale Raos pernah menerima masukan / apresiasi yang disampaikan oleh tamu kepada pengelola? Kalau ada, napa inggih menika yang sekiranya tamu sampaikan kepada pengelola Bale Raos?
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	19:20,8 - 19:35,9	Silahkan nanti untuk <i>review</i> secara objektif bisa dilihat di <i>trip advisor</i> . Tetapi kadang pertanyaan yang sering diajukan kepada kami ya kami diminta untuk berceritera tnetang makanan yang kai sajikan kepada customer, ya itu.
Mukhlis	19:35,8 - 19:45,6	Lajeng pungkasanmenika nomor dua belas, napa mawon pencapaian, kendala, dan harapan yang dimiliki oleh Bale Raos?
Rr Nawangasasi Tedjokusumo	19:45,6 - 20:26,6	Pencapaian yang harus dicapai adalah menjaga <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> , kendalanya apa ya... mungkin dalam mempertahankan suatu masakan kerajaan itu diperlukan kehati-hatian yang khusus, kami harus mengerti betul siapa yang menjadi tamu kami, acara apa yang akan kami siapkan, siapa saja tmauyang akan datang kami harus melakukan penyesuaian menu makanan kepada mereka karena kami yang melayani mereka kami harus memberikan yang terbaik. Untuk harapan semoga apa yang telah menjadi pencapaian selama ini dapat dipertahankan dan kami dapat melakukan yang lebih baik.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta

Informan : Romo Mardi
 Waktu : Kamis, 13 Juni 2019, pukul 21:00 – 11:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlis	0:00,0 - 0:22,7	Langsung nomor setunggal apa yang menjadi latar belakang Bale Raos sahingga produk yang ditawarkan inggih menika adalah makanan favorit sultan utawi (<i>kersanan ndalem</i>), dan mengapa letak tempat makan terdapat di dalam Kraton Yogyakarta?
Romo Mardi	0:22,7 - 2:10,3	Karena ya... <i>scope</i> kuliner yang disajikan di sini itu berfokus pada <i>kersanan ndalem</i> yang berisi masakan kerajaan atau favorit atau kesukaan raja-raja, jadinya ya... informasi yang disajikan pula pengolahannya berada di dalam tembok Kraton. Oleh karena itu, Bale Raos untuk pertama kali sebelum resmi dibuka telah ada sebelum 2004 tetapi hanya menyediakan untuk tamu Kraton saja, dan bukan untuk masyarakat umum. Tidak di komersialkan seperti sekarang ada buka cabang di Jakarta, mall-mall contohnya JCM. Baru setelah ada inisiasi dari GKR Hemas dan prakarsa Gusti Hadi, maka Bale Raos mencoba untuk mengenalkan <i>kersanan ndalem</i> kepada masyarakat. Makanyaa, itulah mengapa Bale Raos pertama kali berlokasi di dalam dinding Kraton karena selain pengolahannya dari dalam Keraton, SDM yang berkepentingan mengelola juga berasal dari dalam Kraton, produk yang disajikan juga berasal dari dalam sebuah kerajaan. Semuanya bersasal dari dalam istana. maka itulah mengapa Bale Raos memiliki lokasi untuk menjadi

		<i>start-pack</i> di Kraton Yogyakarta.
Mukhlis	2:10,3 - 2:18,7	Nomor dua, apa saja yang ditawarkan oleh Bale Raos kepada <i>gastronomic tourism</i> ?
Romo Mardi	2:18,7 - 3:03,6	<i>Customer</i> dapat memilih menunya sendiri secara <i>custom</i> . Misale pingin hidangan penutup tok seperti manuk nom, atau pingin hidangan pembuka saja, mau pilih menu <i>set</i> maupun <i>ala carte</i> semua bisa dinikmati sama kastemer kalangan manapun. Cuma selain <i>custom</i> dari <i>customer</i> yang <i>one-off</i> kami juga menyediakan buat mereka yang melakukan reservasi atau pemesanan sebelum hari untuk kepentingan tertentu. Atau untuk kalangan tertentu misalnya para vegetarian. Menu lain paket silahkan nanti di lihat sendiri di brosur banyak dan komplit.
Mukhlis	3:03,6 - 3:32,4	Nomor tigo, siapa saja segmentasi dan terget tamu Bale Raos? Apakah sejauh ini berhasil menyasar segmen yang ada? Lalu, bagaimana hubungan "jumlah pengunjung" dan "minat berwisata kuliner" ke Bale Raos? Maksud saya apakah searah atau berbanding terbalik?
Romo Mardi	3:32,4 - 5:31,2	Tentu saja segmentasi yang kami tuju ialah segmen sosial-budaya atau <i>socioculture</i> . Jadi begini, mereka itu tidak harus melakukan makan formal seperti <i>fine dining</i> karena pada zaman sekarang kritikus makanan pun datang hanya untuk mereview sesuatu yang sedang menjadi <i>trend</i> sehingga mereka dapat memberikan kilas balik kepada suatu dapur tentang masakan yang telah dikeluarkanya sampai kepada meja tamu. Untuk perbandingan <i>customer</i> yang masuk karena kami memliki devisi marketing kami tidak menunggu <i>customer</i> secara <i>one-off</i> saja, tetapi kami juga melakukan promosi untuk dan menjadi

		<p><i>sponsor</i> di berbagai acara diluar. Misalnya untuk seminar, atau menjamu tamu suatu instansi, jadi kami melakukannya untuk selain melebarkan sayap kami, kami juga menjadi pengenalan kepada masyarakat mengenai produk yang kami sajikan terlepas kami belum memiliki cerita dan cara penyajian filosofi yang tepat dari sebuah makanan sehingga sejarahnya dapat diketahui oleh customer, seperti itu. Kami memiliki target <i>sales</i> perbulan dan pertahunya, dan alhamdulillah selama 2 tahun ini selalu <i>surplus</i> walaupun kadang di bulan musim hujan kami hanya memiliki sedikit customer <i>one-off</i>... kami berusaha melakukan penjualan produk untuk berbagai <i>event</i> yang sekiranya ada hubungannya dengan budaya atau yang berhubungan dengan Kraton sehingga kami tidak memiliki masalah mengenai jumlah <i>customer</i> yang datang di Bale Raos.</p>
Mukhlis	5:31,2 - 6:04,8	<p>Nomor sekawan, menurut survey yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan tahun 2014 menunjukkan bahwa jika Yogyakarta dapat mengundang 10% dari 10% warga Cina yang berwisata di negara lain, Yogyakarta akan mendapatkan wisatawan dengan jumlah yang banyak. Mendapatkan hal tersebut apakah Yogyakarta dapat menarik turis domestik dan mancanegara untuk ... apa ya... seperti <i>ngangsu kawruh</i> tentang kuliner gastronomi (<i>culinary gastronomic</i>)?</p>
Romo Mardi	6:04,8 - 7:37,5	<p>Kalau <i>ngangsu kawruh</i> itu tergantung pada minat suatu konsumen mas. Tetapi untuk usaha pelestarian warisan kerajaan dalam hal ini <i>kersanan ndalem</i> adalah produk yang kami jual yaa dalam tanda kutip, maka ya itulah yang akan mereka dapatkan. Biasanya sih kami memberikan penjelasan kepada mereka yang benar-benar ingin untuk mengetahui sejarah suatu</p>

		<p>makanan, bagaimana prosesnya sehingga itu bisa memiliki suatu manfaat gizi didalam tubuh, kami memiliki penjelasan tersendiri untuk orang-orang yang mungkin, melakukan penelitian, semisal wartawan mahasiswa atau peneliti, kami akan sediakan informasi tersebut karena yang selain ini adalah resep kerajaan yang kami jaga kelestariannya, kami tidak sekomersil itu terhadap <i>customer</i>. Cuma, untuk hal-hal seperti menceritakan suatu makanan kepada konsumen, kami rasa kami masih kurang berupaya untuk itu, karna faktor SDM sekarang yang kami miliki, atau kami harus benar-benar memberikan <i>training</i> mengenai informasi suatu produk atau <i>product-knowledge</i> jadi ya seperti itu mas, usaha kami mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada masyarakat.</p>
Mukhlas	7:37,5 - 7:49,0	<p>Lalu nomor lima, bagaimana usaha Bale Raos dalam menyesuaikan menu, cara penyajian, letak tempat makan, yang masuk kedalam faktor <i>royal cuisine</i> terhadap wisatawan?</p>
Romo Mardi	7:49,0 - 8:25,3	<p>Mau tidak mau kami harus melakukan penyesuaian kepada tamu yang menjadi raja kami. Karena bagaimanapun kami juga harus bisa memenuhi kebutuhan pasar, kami yo tidak semena-mena menjual barang yang kita suka tetapi kami juga melihat pangsa pasarnya itu bagaimana, sesuai atau tidak, apakah perlu dilakukan penyesuaian mungkin bumbu, atau tampilan, dan lan sebagainya.</p>
Mukhlas	8:25,3 - 8:32,4	<p>Nomor enam, bagaimana usaha Bale Raos dalam mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada wisatawan?</p>
Romo Mardi	8:32,4 - 9:02,8	<p>Ya kalo menjadi <i>catering</i> contohnya pas <i>dhaup ageng</i> pernikahan anaknya Sultan... itu kan nanti kami juga di promosikan sehingga masyarakat juga akan sedikit mengenal</p>

		dan setidaknya yaa taulah Bale Raos, begitu. Ya sebenarnya ga cuma acara Kraton aja, banyak acara lainnya, tapi kami kan menghidangkan produk juga harus sesuai tema, begitu.
Mukhlis	9:02,8 - 9:21,9	Lajeng bagaimana program promosi yang dilakukan oleh Bale Raos berkaitan dengan <i>royal cuisine</i> ? E... bisa diberi contoh mawon, model komunikasi seperti apa yang saat ini menjadi strategi pemasaran Bale Raos? (Apakah termasuk <i>experiential marketing</i> ?)
Romo Mardi	9:21,9 - 9:37,5	Tidak salah jika mas menyebutkan <i>experiential</i> ya karena itu merupakan suatu pengalaman yang dimiliki orang ketika makan disini... masuk saja itu kedalam <i>experience</i> .
Mukhlis	9:37,5 - 9:45,3	Terus nomor delapan, bagaimana kaitan <i>gastronomic culinary</i> Bale Raos dengan program pariwisata yang ada di DIY?
Romo Mardi	9:46,3 - 10:15,8	Tentang kuliner atau mencakup secara keseluruhan <i>gastronomy</i> di Yogyakarta, produk kami hanya terbatas pada resep masakan kerajaan. Ya berarti dalam hal ini <i>kersanan ndalem</i> menjadi sebuah perbendaharaan makanan untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner.
Mukhlis	10:15,8 - 10:27,8	Nomor sembilan, apa saja usaha yang telah dilakukan Bale Raos untuk menyajikan makanan sesuai dengan <i>gastronomic tourism</i> ? (contonya dengan menyediakan pelatihan <i>table manner</i> , atau lainnya?)
Romo Mardi	10:27,8 - 10:53,6	Kalau pelatihan <i>table manner</i> mungkin belum kecuali memang kami ada MOU dengan lembaga yang mengajak. Atau acara seminari, atau musim-musim di bulan Ramadhan yang kadang kalo makan di hotel itu ada <i>all you can eat</i> , ya hampir-hampir sama saja.

Mukhlis	10:53,6 - 11:06,3	Nomor sepuluh apakah terdapat postingan khusus seperti dalam website, atau sosial media tentang produk (<i>royal cuisine</i>) untuk menjadi nilai tambah atau yang membedakan Bale Raos dengan tempat makan lainnya?
Romo Mardi	11:06,3 - 11:18,1	Kami ada <i>website</i> dan sosial media, semuanya terus kami kembangkan karena sekarang kan mau gak mau harus ikut era digital biar apdet.
Mukhlis	11:18,1 - 11:33,4	Nomor sebelas... Apakah Bale Raos pernah menerima masukan / apresiasi yang disampaikan oleh tamu kepada pengelola? Kalau ada, apa ya itu yang sekiranya tamu sampaikan kepada pengelola Bale Raos?
Romo Mardi	11:33,3 - 11:51,3	Banyak mas yang jelas, tapi semua masukan tadi saya yakin juga kalau diambil hikmahnya pasti akan menghasilkan evaluasi yang baik untuk <i>planning</i> kedepan bagaimana Bale Raos akan menapak waktu.
Mukhlis	11:51,3 - 12:00,3	Terakhir itu apa pencapaian, kendala, dan harapan yang dimiliki oleh Bale Raos?
Romo Mardi	12:00,3 - 12:12,5	Pencapaian, asalkan tamu yang datang terpuaskan itu adalah harga yang pantas untuk kami. Lainnya mungkin ya penting, tapi tamu adalah yang terpenting untuk kami.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Peneliti Kuliner Nusantara

Informan : Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito
Waktu : Jumat, 8 Februari 2019, pukul 10:00 – 11:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	0:00.0 - 0:15.6	Bale Raos, waktu dulu pertama-tama masih <i>pathuk</i> , tapi sekarang kayaknya banyak dimodifikasi dan dia menggunakan MSG itu lo saya yang enggak setuju.
Mukhlas	0:15.6 - 0:20.7	Jadi bumbunya sudah berbeda nggih bu?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	0:20.7 - 0:36.3	Ya, saya pernah makan disana beberapa kali, itu kok terasa ada MSG nya. Padahal jala masakan jawa, itu tidak pakai MSG.
Mukhlas	0:36.3 - 0:43.6	Terakhir kapan ibu makan di bale raos?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	0:43.6 - 0:58.9	Terakhir itu, tahun 17 pokoknya, bulanya saya lupa.
Mukhlas	0:58.9 - 1:05.1	Baik ibu, langsung pada poin-poin intinya saja ya.
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	1:05.0 - 1:21.5	Iya, semakin cepat semakin baik, kalau begitu anda duduk disini saja, supaya saya lebih baik mendengar. Putri kalau saya ada kesulitan di bantu nggih.
Mukhlas	1:21.5 - 1:32.4	Yang pertama menika, apa yang dilakukan masyarakat pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan pangan? karena masyarakat di dalam dan diluar Kraton kan berbeda, seperti itu nggih?

Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	1:32.4 - 2:33.4	Jadi, kalau di Kraton, kalau masyarakat umum itu masak sendiri ya kebanyakan. Tapi kalau di Kraton, itu di Kraton ada beberapa dapur. Tapi yang paling besar, Pawon Wetan sama Pawon Kilen. Pawon yang wetan itu namanya Sekullanggen, yang Pawon Kilen itu namanya juga nama masakan tapi saya juga terlupa, nenti mungkin ingat. Kemudian, untuk keluarga raja khususnya para istri pada Hamengkubuwono IX, itu masing masing istri punya dapur sendiri-sendiri. Ha, khusus untuk Sri Sultan, dari dulu sampai sekarang ada dapur yang disebut Dapur Rabea / Dapur Rabeyem. Nah, Pawon Rabeya itu yang secara resmi yang menyediakan hidangan untuk raja. Kalau yang Pawon Kilen sama Pawon Wetan tadi, Sekullanggen tadi, oh Gebulen. Pawon Wetan namanya Sekullanggen yang kilen namanya Gebulen. Dari nama masakan sego langngi sama nasi kebuli. Ha, Warung Gebulen dan Sekullanggen khusus menyediakan makanan untuk para abdi dalem dan bangsawan yang bertugas di Kraton pada momen-momen tertentu.
Mukhlas	3:40.5 - 3:49.2	Jadi, makanan yang dimakan untuk abdi dalem dan makanan masyarakat pada umumnya apakah sama?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	4:10.2 - 5:35.0	Oh, sama. Sama. Ya, jenisnya sama tapi, dari Kraton itu ada semacam perasaan hormaatnya, sehingga semua makanan yang keluar dari dapur Kraton itu dinilai istimewa. Karena itu <i>paring ndalem</i> . <i>Paring ndalem</i> itu pemberian raja ya, jadi semua dinaggap istimewa. Meskipun itu sederhana sekali wong ya cuma nasi sama tempe bacem, tapi itu dianggap istimewa. Air teh saja kalau air teh nya dari Kraton juga, ha

		<p>kalau air teh itu ada bagian di Kraton yang disebut Patehan. Patehan itu dari kata teh. Patehan itu menyatakan tempat untuk membuat teh, itu tiap hari membuat teh untuk semua abdi dalem yang <i>caos</i>. <i>Caos</i> itu yang <i>seba</i> yang piket-lah kalau bahasa umumnya, yang masuk Kraton pada hari itu. Nah itu minumannya dari Gedhong Patehan, dan yang membuat itu namanya juga abdi dalem patehan. Yang di dapur tadi juga Gebulen, abdi dalem Sekullanggen.</p>
Mukhlis	5:35.0 - 5:36.2	Sendiri-sendiri ngaten nggih?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	5:36.2 - 5:50.3	Ya. Enggak, giliran pada hari tertentu tugasnya Gebulen, hari tertentu tugasnya Sekullanggen, tergantung perintahnya.
Mukhlis	5:50.3 - 5:52.4	Kalau orangnya sama nopo benten nggih?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	5:52.4 - 6:14.5	Ya jelas namanya saja beda, abdi dalem Gebulen sama abdi dalem Sekullanggen. Kalau sudah namanya begitu itu ya yang di Gebulen di Gebulen terus. Ha teneh ngko kesel banget, ora di bayar e.
Mukhlis	6:14.4 - 6:26.0	Jadi, apa yang di maksud makanan di dalam Kraton istimewa, terus perkembanganya?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	6:26.0 - 7:03.9	Ya, istimewanya itu bukan secara wujud, tetapi secara makna. Jadi kalau wujudnya biasa. Tetapi maknanya bagi si penikmat makanan atau minum itu berbeda. Jadi sulit diterangkan secara fisik. Sama-sama segelas teh, tapi kalau itu dari Gedhong Patehan, dia merasa lebih seger lebih <i>enuk</i> katanya. Tapi itu semuanya kan karena pola pikir ta. Karena itu tadi, semua yang keluar dari Kraton itu disebut <i>paring</i>

		<i>ndalem.</i>
Mukhlas	7:07.7 - 7:15.8	Terus kontribusi kuliner <i>gastronomy</i> Kraton ...?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	7:15.7 - 7:58.3	Karena <i>gastronomy</i> itu, itu ilmu pengetahuan yang terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya. Jadi <i>gastronomy</i> itu mulai dari peradaban awal manusia, sejarah bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menggunakan bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menyimpan, sampai bagaimana manusia itu memanfaatkan dengan mengolah, sampai kepada bagaimana memasak, sampai kepada bagaimana menghadirkan, bagaimana tata cara makan, bagaimana menghadirkan makanan, bagaimana menilai nikmat makanan itu adalah <i>gastronomy</i> .
Mukhlas	7:59.0 - 7:59.1	Luas sekali nggih...
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	8:03.1 - 8:32.0	Ya, jadi terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya, nah itu <i>gastronomy</i> . Nah kalau kuliner itu produk kegiatan di dalam dapur. Bagian <i>sak-kuku ireng</i> dari <i>gastronomy</i> . Karena tadi sudah saya sebutkan to, bagianya itu luas sekali. Nah memasak itu bagian kecil, produknya disebut hidangan atau <i>culinary product</i> .
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	8:32.0 - 8:33.8	Terus?
Mukhlas	8:33.8 - 8:51.9	Terus kalau menurut ibu, kan masakan yang dihidangkan di Bale Raos menika kan seperti seputar menu kerajaan kan nggih, terus kira-kira motivasi apa yang dimiliki orang-orang untuk datang ke Bale Raos?

<p>Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito</p>	<p>8:51.9 - 11:47.7</p>	<p>Ya, sebetulnya begini, sebetulnya itu terkait dengan wisata kuliner. Wisata kuliner di Indonesia yang didengungkan sejak tahun 90 an. Setelah tahun 2000 ini menjadi salah satu pilihan baru wisatawan dunia, termasuk wisatawan yang datang ke Indonesia, terutama wisatawan manca negara itu ingin mendapatkan pengalaman baru dalam menikmati makanan. Nah, untuk mereka hidangan Jogjakarta itu termasuk hidangan Indonesia itu dirasakan berbeda dengan makanan lain di negara asal mereka sehingga pengalaman itulah yang dicari karena itu yang diutamakan adalah <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i>. Apakah itu <i>authentic</i> cita rasanya dan orang yang menghidangkan itu bisa ditanya keunikan prosesnya bagaimana. Atau mungkin latar belakang sejarah dan budaya dalam menikmati budaya itu ada. Seperti katakanlah, kalau bir jawa itu strategi untuk menutupi supaya Kraton tidak terlalu diejek oleh Belanda misalnya, karena menunjukkan kalau Kraton masih kaya karena masih bisa memberi minuman pada abdi dalemnya dengan bir yang mahal sekali pada waktu itu. Sehingga Belanda tercengang, ini mengapa, karena bir jawa itu minuman yang kalau di tetesi jeruk nipis berubah warna dari merah menjadi coklat seperti bir. Jadi itu strategi diplomasi melalui minuman. Jadi, yang dicari itu <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> sehingga rumah makan yang menghasilkan hidangan itu itu harus bisa berceritera kepada penikmatnya, kalau dia tidak mau ngomong, ya harus ada label tentang makanan itu ini kesukaan siapa, kemudian istimewanya apa, cara mengolahnya bagaimana, resep yang digunakan restoran</p>
---	-------------------------	--

		itu berasal dari mana dan sebagainya. Ha, itu yang saya lihat tidak dikerjakan di Bale Raos.
Mukhlas	11:47.7 - 11:56.6	Kalau restoran yang mirip-mirip kalih bale raos? Kayak Gadri niku? Itu juga nyediain <i>kersanan ndalem</i> nggih?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	11:56.6 - 12:13.1	Ehm.. saya ga tau pasti ya. Waktu saya lihat daftar menunya kok, tidak menunjukkan kekhasan Kraton tapi macem-macem, ada barat ada Indonesia.
Mukhlas	12:13.1 - 12:24.1	Kalau begitu, menu yang disajikan oleh Bale Raos sudah dapat dikatakan untuk mewakili masakan Kraton?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	12:24.1 - 14:39.2	Ya, ya. Maunya seperti itu. Tapi dalam perjalanannya, itu saya bannyak melihat <i>sakkarepe dewe</i> . Jadi, dari sisi <i>authenticity</i> sama <i>uniqueness</i> itu nggak kena, gitu. Tapi kalo itu wisatawan Nusantara, itu tidak perlu tidak sampai kesitu karena dia cuma kepengen aja. Maka mereka mengabaikan masalah <i>uniqueness</i> dan <i>authenticity</i> , karena ya dia sendiri tidak tahu. Atau cuma ingin mencoba karena itu restoran seperti Bale Raos itu ya, kalau orangnya tidak cocok betul ya, kalau dia tidak berhati-hati menjaga resepnya itu akan ditinggalkan karena setiap orang hanya mau satu kali, kalau wisatawan Nusantara. Tapi kalau itu wisatawan mancanegara, ya dia biasanya punya <i>experience</i> , motivasinya untuk melihat <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> itu lebih besar daripada wisatawan Nusantara. Yang ketiga, faktornya itu adalah <i>environtment</i> atau lingkungan. Kalau orang masuk ke Bale Raos itu suasananya kan sudah suasana Kraton. Nah sebetulnya yang mahal itu, karena digiring ke arah suasana, orang jadi terpusat pada: " <i>Wah ini makanan Kraton.</i> " Jadi, restoran semacam Bale Raos itu sudah

		beruntung dibandingkan dengan yang lainnya karena tempatnya di situ. Suasananya suasana khas yang tidak dimiliki oleh restoran lain. Masakan yang sama juga dijual di Jakarta, karena dia juga buka cabang di Jakarta. Tapi saya belum pernah datang dan belum pernah tahu minat konsumen.
Mukhlas	14:46.8 - 15:03.8	Untuk pertanyaan terakhir, apa yang menjadi kelebihan, kekurangan, atau apresiasi dari ibu yang akan diberikan untuk Bale Raos?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	15:03.8 - 15:10.8	Yaa, menjaga autentisitas! Sama menjelaskan <i>uniqueness</i> daripada prosesnya.
Mukhlas	15:10.8 - 15:15.0	Itu saja?
Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito	15:15.0 - 16:17.0	Ya, jadi warga Bale Raos itu harus kenal betul masakan itu sehingga kalau pengunjung datang itu bisa menambah minat meningkatkan minat dan nikmat konsumen dalam membeli makanan itu melalui cerita si <i>pramuladi</i> , menurut saya. La tukang masaknya harus berpegang pada cita rasa asal yang ingin diciptakan oleh abdi dalem Kraton pada waktu itu, koki Kraton pada waktu itu. Karena setiap raja itu, berdasarkan pengalaman hidupnya itu punya alasan mengapa menyukai masakan itu.
Mukhlas	16:17.0 - 16:21.8	Nggih buk sampun.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

Informan : Asahi
Waktu : Senin, 20 Mei 2019, pukul 20:00 – 21:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlis	0:00.0 - 0:10.9	Allright let's start with number 1, what do you know about food in Yogyakarta or <i>royal cuisine</i> ?
Asahi	0:10.9 - 0:36.0	Aaa sou desu ne, watashi ga shiteru kagiri, ryoyaru-teki na ryori wa jonai ni dasasete igai dato, maa ee toku tokubetsuna kehai to-iuka, a sonna mono ga shimasi. Ouu-sama wa o tabemono desukara ne.
		ああ、そうですね、わたしが してる かぎり、リョヤル一的な りよりは じよないに ださせて いがい だと、 まあ ええ とく とくべつな けはいと一いうか、 あ そんな ものが します。おう一様は お たべもの ですからね。
		Oh baiklah, sejauh yang saya ketahui, baik masakan umum saya biasa memasak maupun menikmati begitu juga masakan kerajaan saya juga bisa melakukannya (memasaknya). Kemudian yang membedakan adalah karena " <i>oh ini adalah makanan Sang-Raja.</i> "
Mukhlis	0:36.0 - 0:40.7	What is the attraction of this <i>gastronomic culinary</i> for you?
Asahi	0:40.7 - 1:37.3	Ahh mo, kyomishinshin desu. Toku ni Jogjakarta no watashi teki ni wa Jogjakarta no, nani? gastronomikaru ryori no sa wa masa ni imi wa mada ni, e masa ni nandarou? Eee Jogja wa Jogja no machi ni wa arui i ni mada, nande-te iu no, sheritsu no oukoku dearu koto. Sonna kanji desu, demo maa bunka, rekishi to bumme ga sono mama sono ... ryori ni to amatte-te masa ni sono bunka, rekishi to ue ni buta na kanji desu. Hai, sonna kanji.
		ああも、きよみしんしんです。とくに ジョグジャカルタの わたし てきには ジョグジャカルタの、なに？ ガ

		ス津呂のみか りよりの さは まさに いみは まだに、ええ まさに なんだろう？ ええ ジョグじゃは ジョグじゃの まちには あるい いに まだ、なんでーていうの、 しえりつの 王国 であること。そんあ かんじ です、 でも まあ 文化、歴と ぶつめが そのまま その 。。。 りよりにと あまってーて まさに その 文化、霊視と 上に ぶたな かんじです。 はい、 そんあ かんじ です。
		Oh ya, tentu saja ada dimana masakan ini memiliki bagian menarik. Khusus untuk saya, pengertian tentang <i>gastronomy</i> di Yogyakarta, <i>gastronomy</i> yang dimaksud mungkin adalah seperti keseluruhan apa yang sebenarnya sedang saya nikmati saat ini di sini, seperti hal baru " <i>apakah hal itu.</i> " Ya, meskipun ini adalah Kota Jogja yang memiliki kerajaan, tetapi yang menjadi menarik adalah dimana suatu kerajaan ini dapat mengemas sebuah makanan kerajaan menjadi "sederhana" dan kesederhanaan itulah yang menjadi daya tarik saya. Hal ini adalah semacam budaya, tetapi terlepas dari itu; budaya, sejarah, dan bagian apa adanya ... Itu adalah budaya, semangat, dan faktor tersebut menempati substansi di atasnya bukan begitu? Ya, sepertinya hal itu yang dimaksud.
Mukhlas	1:37.3 - 1:43.5	What is your motivation to having meals at Bale Raos?
Asahi	1:43.5 - 2:07.6	Ah, motivasi ka ... sou desu ne, maa sou shitte ie ba funiki desu ne, sore to ... are dashimono, sou so dashimono tamani dansu to ka gameran to ga hirou saretemasu yo ne.
		ああ、モチふえしょんか 。。。 そうですね、まあ そう しって いえ ば ふにき ですね、 それと 。。。 あれ 出し物、そうそ 出し物 たまにだんすとか が目ラン と が 疲労 されてますよね。
		Aa, motivasi kah ... baiklah, jika anda menanyakanya untuk saya itu adalah sebuah hal baru yang saya cari yaitu adalah pengalaman yang menyenangkan. Kemudian itu adalah makanan-makanan yang memiliki rate <i>SSR (super super rare)</i> di

		dalam kategori kami, sehingga itu akan dapat menyegarkan mata anda dari kebosanan akan makanan.
Mukhlas	2:07.6 - 2:11.0	What dishes do you usually eat at Bale Raos?
Asahi	2:11.0 - 2:13.0	Dendeng Age. Dendeng Age desu mo saiko niku desu, hai.
		デンデンぐ ア下。デンデンぐ ア下 ですも 最古 にく です、はい。
		Dendeng Age. Dendeng Age adalah makanan olahan daging terbaik disini, sepertinya begitu.
Mukhlas	2:13.0 - 2:17.5	How often do you eat at Bale Raos?
Asahi	2:17.5 - 2:22.8	Maikai, Jogja ni kitemasu! Zettai, zettai raigetsu no shimasu.
		毎回、ジョグじゃに きてます！絶対、絶対 らいげつの します。
		Setiap kali, saya sudah datang kurang lebih 5 kali dengan mungkin bulan depan! Sangat menanti untuk bulan depan.
Mukhlas	2:22.8 - 2:26.0	What is your general opinion about Bale Raos?
Asahi	2:26.0 - 2:49.7	Maa, watashi ni wa kampeki desu nee, kampeki tada itten dake monku iwasete ii desu ka? Ano ... mahou no konna ga teiku shitte desu ka?
		まあ、わたしには かんぺき ですねえ、かんぺき ただ いったん だけ もんく いわせて いいですか？ あの。。。まほうの 凝んなが ていくしって ですか？
		Baik, menurut saya mencakup keseluruhan sudah baik, yang hampir mencapai keseluruhan karena ada sesuatu hal janggal yang rasa rasakan, apakah perasaan saya benar atau tidak mengenai hal itu saya menanyakan kepada diri saya? Seperti bahan bumbu <i>kotak ajaib</i> ?

Mukhlas	2:49.7 - 2:50.4	Ajonomoto?
Asahi	2:50.4 - 2:59.0	Ajinomoto ga chotto nanka, oome desu ne, chikai. Maa sore dake desu.
		味の素が ちょっと なんか、 おおめ ですね、ちか い。まあ、それだけ です。
		Ya, seperti ajinomoto, lebih dekat hubunganya, tetapi lebih terasa (sedap) sedikit, ya mungkin bisa disebut seperti itu.
Mukhlas	2:59.0 - 3:01.8	What do you think about <i>royal cuisine</i> served by Bale Raos?
Asahi	3:01.8 - 3:27.5	Aaa watashi wa, maa dochi datte niku ga daikobutsu nante, Bare Raosu ni dasarete-iru niku ryori ga, maa sekai ichi to arimasu.
		ああ わたしは、まあ どちらだって にくが だいこぶつ なんて、 バレ ラオスに だされてーいる にく りよ りが、 まあ せかい いち と あります。
		Aa, saya melihatnya sebagai perpaduan antara sesuatu yang klasik, baik itu terdengar seperti surga bumbu dapur, Bale Raos memiliki cita rasa yang cukup baik.
Mukhlas	3:27.5 - 3:38.6	How is the influence of relationship between knowledge (history) that you have regarding <i>royal cuisine</i> to the tourism attraction to come to Bale Raos?
Asahi	3:38.6 - 3:50.5	Sou desu ne, yahari kokushin toka desu ne. Dento to rekishi ni.
		そうですね、やはり こくしん とか ですね。でんと と 歴史に。
		Bukankah memang begitu, ternyata masih memadukan antara cara memasak tradisional. Dengan latar belakanag sejarahnya tentu saja.
Mukhlas	3:50.5 - 3:54.3	In your opinion, does the food served by Bale Raos suit the tastes of tourists?
Asahi	3:54.3 -	Kitto arimasu, zettai.

	3:56.0	
		Saya yakin begitu, pasti.
		きっと あります、ぜったい。
Asahi	3:56.0 - 4:05.3	Toku ni European-jin no kuchi ni zettai.
		とくに エウロペ案一人の くちに ぜったい。
		Terlebih spesifik untuk mulut orang-orang Eropa.
Mukhlas	4:05.3 - 4:11.5	What special characteristics do you get when you eat at Bale Raos to represent <i>royal cuisine</i> ?
Asahi	4:11.5 - 4:16.2	Dento tekina supaisu desu.
		でんと てきな スパイス です。
		Itu pasti adalah bumbu-bumbunya yang luar biasa.
Mukhlas	4:16.2 - 4:22.6	The number of new eating places with the advantages of the available gastronomic culinary do you think Bale Raos is still able to compete?
Asahi	4:22.6 - 4:30.6	Mochiron shinsei na Ousama ruori nante!
		もちろん しんせいな 王様 りより なんて!
		Tentu saja, karena ini adalah restoran masakan raja satu-satunya bukan!
Mukhlas	4:30.5 - 4:33.2	In the current era, do you think the role of <i>royal cuisine</i> is still important?
Asahi	4:33.2 - 4:38.8	Aah daiji-daiji, zettai daiji. Bunka wo onzan suru tame ni, daiji.
		ああ だいじ だいじ、ぜったい だいじ。ぶんかをおんざん する ために、だいじ。
		Aah penting-penting, sangat penting. <i>Royal</i> disini adalah faktor yang sangat penting.

Mukhlas	4:38.8 - 4:46.6	What do you feel about the dishes served by Bale Raos? Are you satisfied? Why are you satisfied / not satisfied?
Asahi	4:46.6 - 4:55.0	Maa, sore wa zehi, gochisou minna sama ni zen-guraiten kudasai.
		まあ、それは ぜひ、ごちそう みんな一様に ぜんーぐあいてん ください。
		Hmm, dari segala aspek, mungkin sudah cukup untuk mengatakan kepada mereka " <i>terimakasih atas masakannya yang enak.</i> " Tentu saja kami tidak akan ragu untuk pergi ke sana lagi.
Mukhlas	4:55.0 - 5:01.2	Does the <i>royal cuisine</i> owned by Bale Raos match the cultural culture in Yogyakarta? (Education, Culture and Tourism)
Asahi	5:01.2 - 5:04.8	Tetsu gaku-teki ni wa, Ichi shiteru to omoimasu.
		てつ がくてき には、いち してると おもいます。
		Untuk kolaborasinya, menjadi suatu satuan pengetahuan mengenai hal itu, adalah hal yang utama saya pikir begitu.
Mukhlas	5:04.8 - 5:12.4	Does the specification of the dishes served by Bale Raos already represent the gastronomic culinary owned by Yogyakarta?
Asahi	5:12.4 - 5:24.9	Aaa hijou ni ara wa shitemasu nee! Nante iu ka shokuji shinagara danshu o misetani, ongaku wo kikusetari wa mou, Bare Raosu hitotsushi desu ne.
		ああ ひじょうに あらは してなすねえ！なんていつか しょくじ しながら 踊るを みせたに、音楽を きくえたりは もう、バレ ラオス ひとつし ですね。
		Aa saya berikan apresiasi sebelumnya! Bagaimana saya mengatakanya, mungkin seperti tari klasik yang di suguhkan, atau musik gamelan yang memberikan atmosfir di restoran juga, semuanya adalah satu kesatuan yang dapat untuk mewakili hal

		tersebut.
Mukhlis	5:24.9 - 5:32.3	And the final question is what appreciation, hope, impression and message will you give to Bale Raos Kraton Yogyakarta?
Asahi	5:32.3 - 5:39.2	Motto hane wo hirogareruyouni! Kyou kara mo.
		もっと 半えを 風呂がれるように! きょうから も。
		" <i>Lebih lebarkan sayapmu!</i> " mulai dari sekarang.
Mukhlis	5:39.2 - 5:40.7	Hai arigatou gozaimasu.
		はい、ありがとうございます。
		Baik, terimakasih banyak.
Asahi	5:40.7 - 5:42.5	Kochirakoso arigatou gozaimasu.
		こちらこそ ありがとうございます。
		Sama-sama.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

Informan : Ken

Waktu : Rabu, 13 Februari 2019, pukul 18:30 – 20:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlis	0:20,9 - 0:26,5	Just go to the point-point that i want ask to you ya? First, what do you know about food in Yogyakarta and <i>royal cuisine</i> ?
Ken	0:26,5 - 0:41,4	Je suis désolé parce que c'est anglais, alors j'explique, j'essaye a expliquer en français parce que mon anglais pas très bien, ça va?
		Saya minta maaf karena ini bahasa inggris, saya akan mencoba menjelaskan dalam bahasa Prancis karena bahasa Inggris saya tidak terlalu baik, tidak apa-apa?
Mukhlis	0:41,4 - 0:55,8	Oh yes, yes. Oke the center of this question is just number two... What is the attraction of this gastronomic culinary for you?
Ken	0:55,8 - 1:37,2	Je pense que c'est restaurant est très bon, mais c'est sujet d'architecture parce que c'est très javanais et l'atmosphère est très culturelle. C'est très unique et authentique c'est représenté très bien, la culture de javanais ici et(?) autre restaurant mais je ne trouve pas la cuisine javanais authentique ici.
		Menurut saya restoran ini sangat bagus, namun dari sudut pandang arsitektur, karna bangunannya sangat kental dengan kultur Jawa. Sangat unik dan autentik, sangat baik dalam merepresentasikan kultur Jawa disini dan...(?) restoran lain, tapi saya tidak menemukan makanan khas Jawa disini.
Mukhlis	1:37,2 - 1:41,0	And what is your motivation to having meals at Bale Raos?
Ken	1:41,0 - 2:23,5	Ma motivation, parce que je suis une étudiante en français j'ai étudié anthropologie, j'ai étudié aussi la culture d'Asie, la culture

		d'asiatiques je aussi étudié la culture javanaise je pense que Yogyakarta est très bon exemple pour sentir la culture javanaise, alors mon motivation pour aller à cette restaurant est pour sentir la culture.
		Motivasi saya, karena saya seorang mahasiswi Prancis yang mempelajari antropologi, saya juga mempelajari budaya Asia, termasuk budaya Jawa, saya pikir Yogyakarta merupakan contoh yang tepat untuk merasakan budaya Jawa, maka motivasi saya untuk datang ke restoran ini adalah untuk merasakan budayanya.
Mukhlas	2:23,5 - 2:27,6	Then What dishes do you usually eat at Bale Raos?
Ken	2:27,6 - 3:16,7	Ca dépend, ça dépend de mes sentiments mais généralement, normalement je mange c'est quoi? du riz frire oui? j'essaie certaines alimentations, certaines nourritures qui représente la culture javanaise, comme le thé de cinnamomes, j'oublie le nom mais c'est un boissons, jean jambre(?)
		Itu tergantung, tergantung dengan perasaan saya, tapi biasanya, saya makan apa itu namanya? nasi goreng? ya? saya juga mencoba beberapa makanan yang merepresentasikan budaya jawa, seperti teh kayu manis, lalu saya lupa namanya namun itu sebuah minuman seperti.. wedang jahe?
Mukhlas	3:16,7 - 3:18,3	How often do you eat at Bale Raos?
Ken	3:18,2 - 3:22,4	Parfois, trois foi
		Kadang-kadang, tiga kali
Mukhlas	3:22,4 -	Oke, and then what is your general opinion about Bale Raos?

	3:36,3	
Ken	3:36,3 - 4:19,1	J'aime l'architecture et l'atmosphère mais je pense que le slogan de c'est restaurant n'est pas très addictive parce que le slogan est la cuisine royal, mais certain nourriture ne signifie pas la nourriture de royal comme, par exemple pudding, je pense que c'est ne pas le nourriture de royale. c'est le nourriture de l'euro péen alors peut-être pour feindre et pour commercialiser, peut-être, je ne sais pas.
		Saya suka arsitektur dan atmosfernya, namun saya pikir slogan restoran ini tidak terlalu adiktif(?) karna slogannya mengatakan makanan kerajaan, tapi beberapa makanan tidak menunjukkan bahwa itu makanan kerajaan, seperti, contohnya puding, menurut saya itu bukan makanan kerajaan(Jawa). Itu adalah makanan Eropa jadi mungkin itu untuk berpura-pura (<i>pretend, fake</i>) dan untuk tujuan penjualan (<i>comercialism</i>). Mungkin, saya tidak tahu.
Mukhlas	4:19,1 - 4:23,0	And what do you think about <i>royal cuisine</i> served by Bale Raos?
Ken	4:23,0 - 5:05,8	Je pense que le royale cuisine ici est peut-être très authentique parce que, mais, oui mais certaines nourritures ne représente pas le nourriture de javanais. je pense que le goût bon et oui c'est ça.
		Saya pikir makanan kerajaan sangat autentik karna.. bahanya, ya tapi beberapa makanan tidak merepresentasikan makanan Jawa. namun menurut saya rasanya enak, ya seperti itu.
Mukhlas	5:05,7 - 5:23,8	And... How is the influence of relationship between your knowledge (history) and the tourism attraction to come to Bale Raos?
Ken	5:23,8 -	Le relation historique comme le touriste comme moi, pour le

	6:39,4	touriste comme moi c'est le...(?) de tourisme parce que c'est historique ici la restaurant ...(?) le nourriture particulière, c'est le nourriture javanaise avec le slogan le cuisine royale alors il y a aussi beaucoup de décoration qui semble avec de décoration du palais pour moi comme le touriste qui ne connais pas beaucoup de culture devient le parti de culture c'est intéressant.
		Relasi historik(?) untuk turis seperti saya, ini adalah ...(?) wisata, karena makanan di restaurant ini...(?) merupakan makanan yang istimewa (khusus), ini adalah makanan Jawa dengan slogan bertuliskan makanan kerajaan lalu ada juga banyak dekorasi yang mirip dengan dekorasi di istana raja. Bagi saya sebagai seorang turis yang tidak begitu paham dengan budaya(Jawa) menjadi salah satu bagian dari kebudayaan ini. Ini sangat menarik.
Mukhlas	6:39,4 - 6:44,2	Oke, does the food suit your tastes or not?
Ken	6:44,2 - 6:47,4	pas tellement.
		Tidak terlalu
Mukhlas	6:47,4 - 6:49,1	pas tellement ?
Ken	6:49,0 - 6:50,3	pas tellement
		Tidak terlalu
Mukhlas	6:50,3 - 7:02,6	Then, What special characteristics do you get when you eat at Bale Raos to represent <i>royal cuisine</i> ?
Ken	7:02,6 - 7:09,8	Est-ce que vous voulez répète? can you repeat? Bisakah anda mengulanginya?

Mukhlis	7:09,8 - 7:33,1	The special characteristics do you get, what is the ambience, the architecture, the things that can represent of the <i>royal cuisine</i> Bale Raos Yogyakarta.
Ken	7:33,1 - 8:14,4	C'est de food ou de situation. Pour la gastronomie, pour moi je préfère le décoration et l'architecture. Parce que j'aime les art, alors ce que m'intéresse beaucoup est le décoration et l'atmosphère je sens plus dans le palais comme le royale.
		Ini tentang makanan atau tentang situasinya. Untuk makanan, bagi saya, saya lebih memilih dekorasi dan arsitekturnya, karena saya menyukai seni, maka yang banyak menarik perhatian saya adalah dekorasi bangunan dan atmosfernya lebih membuat saya merasa sedang di kerajaan(Jawa).
Mukhlis	8:19,4 - 8:35,0	Then, the number of new eating places with the advantages of the available gastronomic culinary do you think Bale Raos is still have chance to compete? to the other who have tittle of <i>royal cuisine</i> ?
Ken	8:35,0 - 9:37,9	Oui et non. oui parce que peut-être, parce que le slogan et le <i>cuisine royale</i> , alors il y a beaucoup la ...(?) de tourisme. de manque le touriste pour visiter de ce restaurant mais, pour moi c'est juste pour les touristes qui riche mais pour le touriste, comme locaux pour le personne, le peuple d'indonésie ...(?) c'est repas très intéressant parce que c'est un petit peu cher.
		Ya dan tidak. Ya karena, mungkin karena slogannya merupakan makanan kerajaan, maka banyak minat...(?) wisata. Kekurangannya adalah turis yang berkunjung ke restoran ini tapi menurut saya restoran ini hanya untuk turis yang kaya saja. Tapi tidak untuk turis lain seperti turis lokal, atau seperti orang-orang(turis) Indonesia... untuk makan hidangan disini(?) karena

		harganya yang agak mahal.
Mukhlas	9:37,9 - 9:43,0	In the current era, do you think the role of <i>royal cuisine</i> is still important? (to the traditional food of Yogyakarta)
Ken	9:43,0 - 10:41,0	Je je pense que c'est nourriture traditionnelle, parce que c'est le partie..... Le nourriture traditionnelle est important c'est le parti de patrimoine culturel et je pense que le locaux ici le propriétaire de cette restaurant essaye de conserve ou sauvegarde de patrimoine culturel par foudre(?) de <i>cuisine royale</i> . C'est le partie de sauvegarde patrimoine culturel particulièrement le c'est quoi? c'est le patrimoine culturel immatériel.
		Saya pikir itu makanan tradisional, karena itu bagiannya... Makanan tradisional sangat penting karna itu salah satu bagian dari peninggalan budaya, dan saya pikir pemilik restoran ini berusaha menjaga peninggalan budaya dengan...? (caranya mendirikan restoran) makanan kerajaan. Ini adalah cara menjaga peninggalan budaya khususnya peninggalan budaya immaterial.
Mukhlas	10:41,0 - 10:56,4	Are you satisfied of <i>royal cuisine</i> by Bale Raos? Why are you satisfied / not satisfied?
Ken	10:55,7 - 11:40,9	Parce que c'est bien d'architecture le bien de décoration pour le goût je pense je me suis pas, pas satisfait parce que le goût ne pas bien.
		Tertarik. Karena arsitektur yang bagus. Namun saya tidak terlalu tertarik dengan makanannya karena rasanya tidak cocok dengan saya.
Mukhlas	11:40,9 - 11:43,1	Its ok, its ok.
Mukhlas	11:43,1 -	And does the <i>royal cuisine</i> owned by Bale Raos match the

	12:01,3	cultural culture in Yogyakarta? (example is western food, what do you think?)
Ken	12:01,3 - 12:02,7	Western food?
Mukhlis	12:02,6 - 12:04,6	Ya, in Bale Raos, in here.
Ken	12:04,5 - 12:29,6	Oui, je ne trouve pas la cuisine Eroupean, alors je ne peut pas pour le répondre de ce question, je suis désolée.
		Ya, saya tidak menemukan makanan Eropa murni, jadi saya tidak dapat merespon pertanyaan tersebut saya minta maaf.
Mukhlis	12:29,6 - 12:46,6	Then the last question. What appreciation, hope, impression and message will you give to Bale Raos Kraton Yogyakarta?
Ken	12:46,6 - 13:49,6	J'apprecie que la propriétaire peut travailler très fort pour conserver le patrimoine culturelle de Yogyakarta. Pour moi c'est très important. Je souhaite que bale raos peut attirer beaucoup de visiteur et peut le augmenter et développer le goût et développer le décoration.
		Saya mengapresiasi bahwa pemilik ini bekerja sangat keras untuk tetap menjaga peninggalan budaya Yogyakarta. Bagi saya itu sangat penting. Saya harap Bale Raos dapat menarik banyak pengunjung dan dapat meningkatkan dan mengembangkan rasa makanannya dan dekorasi(tempatnya).
Mukhlis	13:49,6 - 13:51,0	Oke, thankyou for your time.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

Informan : Ign. Mahendra Duta Saputra
Waktu : Minggu, 24 Maret 2019, pukul 13:00 – 14:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlas	0:19,2 - 0:32,6	Jadi langsung ke intine wae yo, nomor satu ki, sejauh mana to Mas duta ngerti <i>royal cuisine</i> / <i>kersanan ndalem</i> / tau <i>kersanan ndalem</i> itu sejauh mana?
Duta	0:32,6 - 1:18,3	Ee, sejauh mana saya tau tentang <i>royal cuisine</i> , yang jelas itu bentuk legitimasi gitu gak sih? Dadi kekuatan sang raja gitu lo. pokoknya itu powernya raja, tentang kekuatan yang lain, Bukan kekuatan fisik, kekuatan magis, tapi <i>royal cuisine</i> itu dadi juga salah satu kekuatan untuk mendukung kewibawaan raja, tapi bentuknya makanan. Dengan keunikan-keunikane, dengan cara penyajiannya, dan lain sebagainya itu.
Mukhlas	1:18,3 - 1:22,5	Mas Duta sudah pernah ke Bale Raos?
Duta	1:22,4 - 1:28,0	Sudah, ke Bale Raos kalo ga salah sudah 3 kali.
Mukhlas	1:28,0 - 1:29,7	Terus Mas Duta makan disana motivasinya apa?
Duta	1:29,7 - 3:25,6	Motivasinya... karena aku seneng masak, masakan itu juga kan, masakan <i>royal cuisine</i> . Terus aku disitu kayak membandingkan gitu lo <i>authentic</i> -nya seperti apa. Karena apa yang ditulis oleh Bu Murdijati itu beda karena kayak bendhul ki nek bendhul dari bukune Bu Mur ki bendhul ki

		<p>gur di tumbuk terus dikepel. Sedangkan nek di Bale Raos itu sudah disesuaikan dengan lidah yang sekarang dan diterima oleh masyarakat untuk semua kalangan dan kui enak yo. Sedangkan resep asli tu malah mungkin kurang diterima banyak orang. Soalnya kalo aku baca ditempatnya Bu Mur kayak bikin roti jog, bikin roti jog itu pake air kelapa terus disitu resepnya kalo nggak salah pake tape, nah sekarang kan udah pake ragi, walaupun memang harus diinapkan semalaman, atau mungkin mempercepat ragi itu biar naik pakai air panas. Dadi kui mau ono penyesuaian-penyesuaian dan kalo yang aku masak dari resep itu bantet. Sedangkan kalo di Bale Raos, itu enggak. Jadi mungkin udah ada penyesuaian bahan-bahan mungkin pakai <i>baking powder</i>, atau nganggo pengembang-pengembang lain sing ndadikne empuk. Nah itu kemudian yang bisa di terima masyarakat untuk semua kalangan.</p>
Mukhlas	3:25,6 - 3:40,0	<p>Tapi kalo menurut Bu Murdijati kemarin kalau waktu aku wawancara kemaren tu malah kayak bertentangan gitu lo. Soalnya kalo resep-resep <i>kersanan ndalem</i> apalagi masakan kerajaan itu harusnya tradisional. Nah, tradisional itu tidak menggunakan bahan-bahan seperti MSG, <i>baking powder</i>, dll.</p>
Duta	3:39,9 - 4:48,9	<p>Ya sekarang tergantung peruntukannya untuk siapa. Sakiki cobo nek Sultan kon <i>dahar</i> hidangan kui masih mau nggak? untuk jaman sekarang. Dadi harus ada penyesuaian, restoran itu tentunya. Ya sekarang gini, makanan Thailand, panganan Thailand mungkin kalo untuk udah dibawa ke Indonesia harus udah ada penyesuaian atau makanan-makanan Eropa harus ada penyesuaian. Demikian pun sebaliknya gitu lo, iki</p>

		<p>contohnya. Siapa yang menjadi calon <i>customer</i> yo kui sing diperhatikan gitu. Soale bener-bener ketika aku masak dengan resep asli, kui bedo banget ketika kui wis ditambahi bumbu sing menjadi moderen. Mungkin kalo secara visual kui meh podo kabeh, ya to? tampilane kui di foto ki podo kabeh. Tapi opo? rasa dari itu. Kadang roti jog kae nek sesuai pakeme kadang pait, malah pait. Nah, itu kayak gitu sih.</p>
Mukhlis	4:49,9 - 5:03,9	Jadi itutu malah jadi kayak komersialisasi gitu ya? Terus resepnya diubah biar sama kayak segmentasi pasar?
Duta	5:03,9 - 5:53,6	Ya iya. Karena kan ini kan kamu membahasnya tentang <i>royal cuisine</i> ya kalo <i>royal cuisine</i> dari pandangan Kraton mungkin harusnya sama, sesuai pakem. Tetapi kalau ini, ya tentunya Kraton membikin Bale Raos untuk mencari keuntungan dong. Selain disamping untuk pemenuhan kebutuhan kuliner Kraton, untuk menjamu tamu tamu khususnya Sultan, pastinya dia juga butuh duit untuk yang lain dong, untuk ambil keuntungan dong. Ya mungkin itu sudah, yo bener komersil la pie meneh.
Mukhlis	5:53,5 - 6:00,0	Jadi Mas Duta kalo disana makan apa? Menu favoritnya disana?
Duta	6:00,0 - 6:05,8	Aku kalo di Bale Raos itu jarang makan makanan utama.
Mukhlis	6:05,0 - 6:05,1	Jadi kayak pembuka sama penutup doang?
Duta	6:05,0 - 6:20,0	Aku biasanya pembuka. Pembuka sama penutup. Penutup tu biasanya gudir, e kok gudir. Manuk nom, terus songgo buwono, terus bendhul gitu.
Mukhlis	6:20,0 -	Kenapa ga tertarik makanan utama?

	6:20,9	
Duta	6:20,9 - 6:22,8	Bhahahaha larang.
Mukhlas	6:22,8 - 6:24,1	Sama aja yo hargane.
Duta	6:24,1 - 7:08,1	Loh, sama aja dengan opo? kamu membandingkan dengan mana dulu? Aku bikin semur piyik kemarin itu kalo aku jual dengan harga 30 ribu, aku udah untung lho. Iya, udah untung dan bisa-bisa aja. Sedangkan kalau disitu dengan, 75 ribu mikir dua kali dong. Sedangkan untuk kudapan memang murah. 19 ribu, its oke karena tujuanku kesana memang membandingkan itu.
Mukhlas	7:08,1 - 7:17,5	Terus kalo kayak gitu, menurut Mas Duta dari segala harga, tempat, suasana yang menarik di Bale Raos itu apa? yang bikin kepo.
Duta	7:17,4 - 8:24,2	Yang jelas adalah, orang tidak banyak menyediakan resto itu, <i>kersanan ndalem</i> . Jadi, yo kui koyo spesial sih, karena menunya fokus itu. Terus ya walaupun di kalangan lain itu ada, tetapi itu lebih komplit. Tapi, nggak menutup kemungkinan juga. Karena buku-buku resep itu sudah keluar, ya ada Bu Murida, Joyokusuma, Bu Mur membuat, terus ada beberapa juga. Ya tentunya masyarakat pun bisa membikinnya. Tapi, apa yang membikin istimewa di Bale Raos ya itu tadi. Karena dia <i>tagline</i> nya udah <i>royal cuisine</i> dan aaaa masih di lingkungan Kraton, yang punya juga masih Kraton jadinya orang itu, " <i>Wah nice ini.</i> "
Mukhlas	8:24,2 - 9:11,7	Terus kalau hubungan, pengaruh hubungan antara pengetahuan sejarah-sejarha makanan sama <i>kersanan</i>

		<p><i>ndalem</i>-nya / makanan itu terhadap daya tarik turis itu itu menarik nggak sih? Jadi misalnya ya di makanan HB X sakiki kok makanane ikan-ikan air tawar, terus kayak daging-daging, itukan pasti punya sejarah sendiri-sendiri. Nah itu menarik ga sih buat turis? atau mereka cuma makan karena pengen nyoba tok. Jadi bukan karena pengetahuan <i>history</i> di balik itu.</p>
Duta	9:11,6 - 11:57,8	<p>Ya tentunya itu bakal menarik karena untuk orang-orang <i>gourmet</i>, aaa begini. Orang ke Bale Raos itu kan pasti dia ada dua tipe, yang siji memang tipe buat makan itu mesti banyak, dan ada orang yang cuma buat nyoba. Orang yang kadang makan juga terkadang merasa "<i>Weh, iya ya menarik</i>" terus koyo umpamanya eee <i>history</i> dibalik itu pasti dia juga akan penasaran kan. Nah terus, eee eh sik piye piye? ho'oh to. Terus bar kui ya terus bakal makan dan ee Bale Raos membuat buku menu itu menurutku udah oke sih. Karena dia juga di dalam situ menceritakan ini menu spesial kesukaan GKR Hemas, ini menu spesial kesukaan HB ke X terus opo dan apa dan sebagainya. Aaa orang itu bikin yang makan tu menjadi koyo "<i>Heee aku makan panganane Sultan lho iki</i>" jadinya <i>history</i> di balik itu sangat penting juga apalagi mungkin habis itu senengnya lebih ke makanan modern dan <i>large</i> dan mungkin masalah pengaruh peradaban. Ya makin berkembang jamanya juga makin berkembang pola pikirnya beliau kemudian membuat beliau punya banyak kesempatan untuk menyoba masakan lain. Kalau dulu kan hanya untuk itu-itu saja. Nah, mungkin Sultan juga dawuh tetapi beliau kan juga mungkin terbatas dengan ruang geraknya. Ya</p>

		<p> mungkin cuma di Kraton cuma di lingkungan situ aja. Sedangkan Sultan sekarang ke IX kayaknya banyak makanan-makanan Eropa, Western, dicampur dengan makanan Jowo contohnya ya HB X juga kayak gitu. Gene ki <i>history</i> dibalik itu tu juga mempengaruhi. Kayak ya itu tadi, ya mungkin beliau punya program "<i>Among Tani Dagang Layar</i>" KPN DIY dia juga ditonjolin, ya kayak gitu sih.</p>
Mukhlas	11:58,2 - 12:06,4	<p> Sekarang intinya makanan yang di sediakan Bale Raos udah cocok sama selera masyarakat?</p>
Duta	12:06,4 - 12:16,8	<p> Oh iya! karena bumbunya juga tergantung. Terutama bumbunya itu tadi sudah disesuaikan.</p>
Mukhlas	12:16,7 - 12:22,6	<p> Kalau karakteristik spesial yang Mas Duta dapatkan ketika makan di Bale Raos itu apa? Maksudnya apa makan-makan tok apa sambil lihat tarian, disana kan kalo mau lihat itu kan ada jadwalnya.</p>
Duta	12:22,6 - 12:49,8	<p> Enggak, aku kemarin makan-makan aja sih dan waktu itu juga cuma pengen makan aja dateng sore menikmati disitu karaktere, maksude karakteristik ki opo?</p>
Duta	12:49,8 - 12:57,4	<p> Ya karakter yang membedakan dari restoran lain selain dia menyediakan kuliner Kraton.</p>
Duta	12:57,4 - 13:11,9	<p> Menurutku karena aku kesitu waktu ga ada tarian sama aja sih. Maksude dalam arti cuma menyediakan makanan Kraton dan suasananya.</p>
Mukhlas	13:11,9 - 13:30,4	<p> Terus menurut mas Duta, kayak Raminten, Gadri, gitu kan juga <i>basic</i> Jawa-Jawa gitu kan itu apa Bale Raos masih punya kesempatan untuk berkompetisi dengan mereka ga sih? walaupun konteksnya Jawa gitu?</p>
Duta	13:30,4 -	<p> Mereka punya segmen masing-masing, segmen Bale Raos tu</p>

	15:30,0	<p>lebih ke <i>high class</i>. Sedangkan Raminten dia lebih kepada <i>middle</i>-lah, dia lebih murah, dia lebih aaa jadi mereka itu ada segmentasinya masing-masing. <i>High class</i> ya bukan <i>low class</i> tapi lebih kepada segmen sing piye yo, Gadri itu lebih kepada komunitas tertentu dan <i>branding</i> dia itu kalah sama Bale Raos dan Gadri itu kayak kurang konsisten apa mungkin lebih ke ini sih, karena kalo Bale Raos itu dia banyak <i>support</i>. <i>Support catering</i>, sedangkan Gadri itu enggak. Support keluar ya, kalau Gadri itu enggak. Jadi Bale Raos lebih dikenal. Kalau Gadri itu kayak ga <i>support</i> keluar, tapi internal aja, jadi dia kalo mau ya nyipin di dalem. Terus Bale Raos itu dia lebih ya itu tadi <i>support</i> banyak event. Jadi uwong ki ngertine Bale Raos. "<i>Ooo Bale Raos yo!</i>" <i>Branding</i>-nya oke melalui mulut ke mulut. Jadi itu tadi, segmentasine dewe-dewe sedangkan nek Raminten walaupun ngedol makanan seperti itu tapi ya itu tadi segmentasine beda, dan dia tidak khusus. Iya to? Jadine uwong ki ngertine nek kersanan ndalem yo ning Bale Raos, begitu.</p>
Mukhlis	15:30,0 - 16:00,4	<p>Menurut Mas Duta, embel-embel "<i>royal</i>" itu penting nggak sih. Kan sama-sama bikin lodeh gitu kan misal, terus pasar juga ada sayur lodeh. Nah, karena itu yang bikin kerajaan, jadinya makanan kerajaan itu embel-embel kayak gitutu masih penting nggak sih? Kan makananya sama, cuma yang satu ada embel-embelnya yang satu enggak ada. Menurut Mas Duta bagaimana?</p>
Duta	16:00,8 - 17:18,5	<p>Aaah, ngaranku untuk hal ini menjadi penghargaan untuk lodeh nggak sih? Nah, jadi sudut pandangnya kita ambil dair mana dulu ni. Nah umpunya makanan yang rendahan</p>

		<p> mungkin bisa diangkat jadi bagus kan. Jadinya ya itu tadi Bale Raos menjadi sebuah wadah mewadahi <i>kersanan ndalem</i> yang kemudian itu makanan tradisional masyarakat kemudian diangkat ke kerajaan. Kayak gudeg, gudeg manggar, itu jadi <i>royal cuisine</i> kan? di <i>suguhkan</i> oleh Bale Roas untuk menjamu tamu negara. Bayangke lho, <i>babal kambil</i> dadi sayur nggo nyuguhke tamu-tamu kenegaraan itu luar biasa nggak? Nah itu kayak penghargaan makanan-makanan gitu nilai tambah, bukan nilai tambah sih. Yo penghargaan, nek nilai tambah ki ngko iso merubah bentuk, nek iki penghargaan.</p>
Mukhlis	17:18,5 - 17:24,8	Terus gimana Mas setelah makan disana? Puas atau enggak?
Duta	17:24,8 - 17:40,2	Dari sudut pandang apa dulu ni? <i>Customer</i> -nya? dari aku? maksude dari <i>customere</i> apa dari mana?
Duta	17:40,1 - 17:46,9	Cukup nyaman, untuk sekelas resto itu sangat mendukung. Aaaa profesional.
Mukhlis	17:46,9 - 17:51,3	Walaupun bajunya pake batik?
Duta	17:51,2 - 17:53,7	Ada permasalahan?
Duta	17:53,7 - 18:10,9	A, kalau kayak yang di Ambarukmo itu kan pakai jarik, pake baju tradisional abdi dalem, itu kan bisa jadi nilai tambah kalau dibandingkan.
Duta	18:10,8 - 19:48,8	Mungkin iya, tetapi mungkin itu sebagai kalau Ambarukmo karena dia jarang, aa maksude gini. Toh dulu pun, dulu ya, di Kraton itu kalau menjadi pelayan nggak <i>jarikan</i> kok, ya kayak gitu-itu. Cuma pakai <i>blangkon</i> , nah bentuknya dulu

		kayak " <i>salaotho</i> " baju " <i>salaotho</i> " gitu. Itu kayak gitu kalo lihat di foto-foto. Jadi nggak ada permasalahan ketika kui kudu nganggo <i>jarik</i> . Ya Ambarukmo menjual itu karena apa? karena dia pengen meng- <i>authentic</i> -kan bahwa <i>Royal Ambarukmo</i> iki mbiyen bekase Kraton lo. Nah, dia tu mau njual itunya, menurutku lho. Lha, nek Bale Raos, menurutku ya itu tadi malah sakjane nggak masalah karena kalo kamu lhat di foto-foto jamuan jaman dulu itu sing <i>nyinom</i> malah pake celana panjang. Yang <i>laden-laden</i> itu pake <i>iket</i> celana panjang itu namanya <i>Jonges</i> . Jongos hahaha.
Mukhlas	19:49,6 - 20:00,2	Pertanyaan terakhir, menurut Mas Duta, <i>culinary gastronomic</i> di Bale Raos itu sudah bisa mewakili kuliner di seluruh Yogyakarta apa belum?
Duta	20:00,1 - 20:06,7	<i>Gastronomy</i> apa sek ini? Bagian apa dulu ni?
Mukhlas	20:06,7 - 20:14,2	Dari bumbu-bumbu, cara penyajian, bahan, terus cara makan . . . ?
Duta	20:14,2 - 20:27,2	Kalau cara penyajian, yang jelas mereka mengikuti internasional, sedangkan kalau Kraton kalau secara Kraton harus di <i>tandhu</i> , kudu di <i>payungi</i> , <i>jodhang</i> .
Mukhlas	20:27,2 - 20:29,1	Kalau tu lebih ke Ambarukmo ya kalau yang itu?
Duta	20:29,1 - 21:23,7	Royal Ambarukmo pun by request kan nggak kemudian selalu ada kan. Ya itu tadi, mewakiline dalam mewakili <i>gastronomy</i> untuk bumbu mungkin iya. Tapi kalau penyajian dia lebih modern dong, dia mengikuti kelas internasional. Nggak ada to abdi dalem, eh opo pelayane terus kudu <i>laku dodok</i> , nggak ada kan? Iya kan? Nah, terus juga nggak ada to

		<p><i>le mangan kudu ngenteni urut tuwo</i>, kalau kita di Kraton kan kudu <i>urut tuwo</i> to? Nah, beda lho bro. Terus, mewakili ya itu tadi, kalau untuk bumbu itu mewakili. Bumbu kalo di Indonesia yo rmepah-rempah, ada cengkeh, mint, polo, terus penyajiannya kan kalo internasional kan juga harus kanan, ga boleh kiri. Ya itu, ilmu <i>gastronomy</i> yang lain apalagi ya. Ya cuma itu to, lebih ke itu to, kalau bumbu sudha lengkap.</p>
Mukhlis	21:56,0 - 22:04,5	<p>Nah pertanyaan terakhir, apresiasi Mas Duta, saran, kritik atau apa gitu sesuatu yang mau disampaikan untuk Bale Raos?</p>
Duta	22:04,5 - 25:38,4	<p>Mmmm, untuk modernisasi yang jelas bale raos udah modernisasi dia udah punya dua cabang. Dia buka di mall itu merupakan modernitas, di Jakarta sama di JCM namanya Bale Raos Express apa ya, menurutku itu sudah bagus. Menu dia jaga kualitas. Kritik, apa ya? mmm ya mungkin web sih, aku juga jarang buka web nya dia, iyayaya aku pernah buka sekali tapi rodo ra apik, tapi instagram dia udah mulai bagus, terus Pak Toyo udah mulai konsisten, terus tim Bale Raos juga sudah oke. Ya itu tadi, kalo aku bilang aku punya saran atau kritik, itu dikembalikan ke menu yang lama, ngono kui sesuai dengan paugeran bumbu nggak bisa. Nggak cocok sama keadaan sekarang, jadi menurutku wis oke. Nggak ada kritikan khusus, juga kalo kayak aku makan, kemaren kayak kita makan di Kepatihan Pakualaman dia udah ngeluarin dori. Setidaknya itu udah ngewakilin <i>minok</i>, terus dia ada opor, ya to? ada bajigur, ya itu kayak minuman dan jadi ada modernya, ada tradisionalnya, itu sudah di <i>colabs</i> dengan baik oleh Bale Raos sehingga tamu datang ke Jogja itu "<i>Aku</i></p>

		<p><i>mau makanan tradisional-internesyenelnya khas Jogja pengen di colabs dalam satu wadah" ya Bale Raos. Ya nyatanya kan kemaren kita gitu. Ada dori, dori opo wingi kae, grill. Itu internasional banget lo, ya mungkin nek awakdewe mbiyen bebek panggang opo singgang ayam kui kan di panggang, kalo kemaren itu kan pan teflon. Terus por, itu nasional, eh western karo Indonesia banget, terus bajigur, dawet, dia udha tau gitu, ketika dia ngurusin dua kerajaan ini menu khasnya dari Puro Pakualaman itu seperti apa sudah paham walaupun dia punyanya Kraton Jogja. Bisa mengasuh baik dan dia bisa nata, mungkin kenapa kok dia bisa bilang <i>fish grill</i>, ya menurut sejarah Puro itu di bentuk oleh Inggris dan Inggris itu terkenal dengan kulinernya fish, contone dori, ya dia di kemas bener-bener oleh Bale Raos.</i></p>
Mukhlas	25:38,3 - 25:43,1	Sudah, Terimakasih mas Duta waktunya.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

Informan : Wanda Mukti Sugiarto
Waktu : Kamis, 23 Mei 2019, pukul 15:30 – 17:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlas	0:00,0 - 0:19,3	Halo, langsung nomor satu ya. Yuk nomor satu, apa yang anda ketahui tentang makanan yang ada di Yogyakarta maupun <i>royal cuisine</i> ?
Wanda	0:19,3 - 1:00,1	Apa ya mas? Makanan yang ada di Yogyakarta? yang paling familiar gudeg, ya contohnya gudeg. Pastilah hampir semua orang tahu. Lainnya ... bakpia hehe...
Mukhlas	1:00,1 - 1:02,4	Terus kalau <i>royal cuisine</i> ? kamu tahunya apa?
Wanda	1:02,3 - 1:47,5	Kalau <i>royal cuisine</i> itu ... ini harus formal ya? Yang diketahui tentang <i>royal cuisine</i> itu yang jelas klasik, lalu formal.
Mukhlas	1:47,5 - 1:50,3	Apanya yang klasik dan formal?
Wanda	1:50,3 - 1:53,4	Suasananya kalo aku.
Mukhlas	1:53,3 - 1:54,6	Suasana apa?
Wanda	1:54,5 - 2:04,0	Suasana restorannya, suasana tempat makanya, terus <i>servings</i> ... gitu-gitu...
Mukhlas	2:03,9 - 2:05,1	Emang cara tahu kalau itu formal dilihat dari apa?
Wanda	2:05,1 - 2:32,4	Formal atau enggaknya dilihat dari <i>set-up</i> meja makan sama tata letak, itu bisa kelihatan formal. Kerep-kerepe kalo aku gitu si.

		Jadi harus kayak <i>fine dining</i> , semacam begitu.
Mukhlas	2:32,4 - 2:43,7	Sebenarnya dari semua pertanyaan ini poin pentingnya ada di nomor dua, apa yang menjadi daya tarik <i>gastronomic culinary</i> disini?
Wanda	2:43,6 - 3:05,2	Apaan ya... <i>gastronomic culinary</i> ? Yang jadi menarik? Kalo aku banyak ke <i>plating</i> -nya sih.
Mukhlas	3:05,1 - 3:06,0	<i>Plating</i> di makananya?
Wanda	3:06,0 - 3:28,9	Heeh, <i>plating</i> di makananya sama pelayanannya, terutama itu. Karena nggak semua <i>royal cuisine</i> itu enak. Karena apa yang dilihat terlebih dahulu mencolok mata... marketing banget ya...
Mukhlas	3:29,8 - 3:31,0	Masalah gitu?
Wanda	3:30,9 - 3:44,0	Bukanya engga masalah, masalahnya itu bagus enggak? itu <i>excellent</i> berarti. Kalau setau saya karena <i>street food</i> itu lebih <i>authentic</i> daripada makanan-makanan yang di sini.
Mukhlas	3:44,0 - 3:48,7	Karena itu adalah sebuah usaha-usaha komersialisme makanya kamu mengatakan seperti itu? Lebih <i>authentic</i> daripada <i>royal cuisine</i> ?
Wanda	3:48,7 - 3:49,7	Ya, nek aku.
Mukhlas	3:49,6 - 3:57,8	Bukankah itu terlihat sedikit kejam? Untuk makanan yang memiliki embel-embel <i>royal cuisine</i> ?
Wanda	3:57,7 - 3:59,9	Iya... gimana, menurutku begitu sih. Kalau dia menjaga resepnya dengan baik ya.
Mukhlas	4:02,7 - 4:07,9	Oh berarti Bale Raos selama ini tidak menjaga resepnya dengan baik?
Wanda	4:07,9 -	Kemungkinan iya, karena saya baca resep dari salah satu Gusti.

	5:49,5	Iya soalnya aku baca apa yang dimaksud tidak begitu. Karena begini... karena kalau tau tata caranya di HB IX dia menerima masakan dari semua isterinya kan? terus habis itu dan makanan-makanan itu kan maksudnya otomatis yang tau keluarga dekat doang. Namanya <i>royal cuisine</i> kan pasti semuanya sumbernya dari dalam. Terus habis itu, sampe mana tadi aku lupa. Nah terutama, kalau masakan kesukaan yang di maksud disajikan dalam acara peringatan wafatnya raja itu bagaimana tapi yang aku tahu yang aku baca di buku itu adalah masakan yang disukai Sultan yang akan di buat. Dan pada saat peringatan hari wafatnya. Biasanya itu, otomatis, resepnya nggak mungkin beda jauh karena setiap <i>selapanan</i> ada dibuat. Harusnya nggak mungkin bergeser. Ngeriti?
Mukhlis	5:49,4 - 5:56,2	Sebenarnya agak sedikit nggak paham... berarti kalau yang sekarang tu bergeser gitu?
Wanda	5:56,2 - 6:00,8	Seharusnya... ya kurang tahu tapi aku nggak yakin kalau itu resep asli.
Mukhlis	6:00,8 - 6:01,8	Tapi mas yakin bergeser atau tidak?
Wanda	6:01,8 - 6:02,6	Bergeser.
Mukhlis	6:02,5 - 6:03,8	Karena ada MSG?
Wanda	6:03,8 - 7:53,3	Bukan karena ada MSG aja, tapi karena memang dari segi rasa, kalau saya sih nggak tahu. Kalau aku sih MSG juga kadang-kadang baca artikel MSG itu juga bukan terlalu kasus untuk suatu hal, kadang itu strategi suatu lembaga atau suatu kelompok yang memviralkan MSG supaya dia tidak banyak

		menggunakan MSG. Ya padahal itu kan juga tanggungan juga. Belum jelas, kalau aku merasa belum tercerahkan dengan apa yang membahayakan dari MSG tersebut. Nggak masalah selagi makanan itu karena kita emang deal dengan suatu <i>authentic</i> , makanan yang <i>authentic</i> kalau memang kita ada MSG di suatu makanan masuk dari resep aslinya kenapa bisa? Walaupun dia harus menggeser bahannya dengan cara diganti atau substitusi kan harusnya rasanya nggak mungkin jauh banget dari yang aslinya. Karena yang aku tahu dalam menilai makanan yang pertama kan penampilan. Karena penampilannya itu harusnya memang enggak bohong, yang pertama, itu pertama. Tapi, mengenai rasa, ya begitulah... walaupun penampilan itu pertama tetapi rasa itu tetep yang mempengaruhi penilaian paling besar.
Mukhlas	7:53,3 - 7:57,0	Terus kamu punya motivasi apa untuk makan di Bale Raos?
Wanda	7:57,0 - 8:07,3	Motivasinya adalah tittle <i>royal cuisine</i> itu. Dan tertarik nyoba, dari Kraton.
Mukhlas	8:07,2 - 8:17,2	Apakah itu cuma kegiatan <i>experiential</i> coba-coba atau memang beneran punya motivasi untuk makan kesana?
Wanda	8:17,2 - 8:31,2	Coba-coba atau enggak memang coba-coba. Coba-coba tapi apa tadi pilihanya?
Mukhlas	8:31,2 - 8:33,2	Coba-coba atau punya motivasi tertentu?
Wanda	8:33,2 - 8:39,0	Coba-coba, punya motivasi dan melakukan percobaan, mungkin begitu.
Mukhlas	8:39,0 - 8:40,7	Kalau punya motivasi la terus motivasinya apa?
Wanda	8:40,6 -	Motivasinya... karena saya tahu <i>royal cuisine</i> dari buku,

	9:32,0	pertama, buku resep. Terus perlu pembuktian seberapa dekat resep itu dengan apa yang disebut <i>royal cuisine</i> dalam prakteknya sekarang. Karena buku itu kan, buku itu mengenai makanan raja, <i>royal cuisine</i> tapi, tapi itu bukan dalam kapasitas untuk komersial. Jadi dia memang buku resep yang berisi pengetahuan aja. Pengetahuan dan memang itu resep yang gampang dipraktikkan di rumah, dan itu menyingkirkan maksud dari komersial karena itu tidak mementingkan <i>plating</i> .
Mukhlas	9:32,0 - 9:34,0	Dan kamu nyoba itu di Bale Raos, begitu?
Wanda	9:33,9 - 9:40,0	Ya selain rasa, mungkin bagaimana sih <i>plating</i> yang mungkin mendekati dnegan aslinya.
Mukhlas	9:39,9 - 9:41,5	Terus setelah dirasa?
Wanda	9:41,4 - 9:54,6	Setelah dirasa... kesanya karena beberapa makanan yang disebut dinamai dalam resep itu ada namanya makananya.
Mukhlas	9:54,5 - 9:56,3	Kamu biasanya makan apa disitu?
Wanda	9:56,2 - 10:45,4	Kayak misal, kayak yang pernah saya coba, lombok kethok itu. Otomatis itu kan kenapa dia menyebut lombok kethok kan karena itu untuk mencirikan sesuatu kan, dan itu cabe yang dipotong. Terus kenapa, kenapa, kenapa itu tidak pedes sama sekali. Ekspektasinya kalau saya sebagai orang jawa yang tahu artinya lombok kethok yo pedes. Lombok kethok bayangin coba misal minta dibikinin mie rebus terus kasih potongan cabe, dan pasti pedes.
Mukhlas	10:45,4 - 10:46,8	Harusnya gitu ya?

Wanda	10:46,8 - 10:50,2	Ya, ekspektasinya, saya.
Mukhlas	10:50,2 - 10:54,8	Terus seberapa sering kamu makan di Bale Raos?
Wanda	10:54,8 - 10:58,7	Baru satu kali.
Mukhlas	10:58,7 - 11:02,7	Allright, karena itu tadi kegiatan coba-coba tadi?
Mukhlas	11:02,7 - 11:13,3	Terus bagaimana menurut pendapat anda, tentang <i>royal cuisine</i> yang disediakan oleh Bale Raos?
Wanda	11:13,3 - 12:48,2	Terakhir saya datang itu sebagai tamu <i>ala carte</i> yang tidak reservasi. <i>Ala carte</i> maksudnya itu saya pesen satu makanan bukan satu menu, ha'ah. Terus, mengenai pelayanan nek aku mengharap ekspektasinya bisa lebih dari itu. Mungkin dari penilaian kalo itu dihitung 10 ya, penilaian 10 itu aku kasih nilai pelayanan mungkin 6. Karena sebagai <i>royal cuisine</i> kan bagaimana yang disebut <i>royal cuisine</i> kan orangnya, jika sesuatu yang kebetulan brandingnya <i>royal cuisine</i> adalah makananya raja di dalam Kraton otomatis perubahan dari siapa yang makan dari orang, maksudnya tu ya harusnya juga istilah " <i>Tamu adalah raja</i> " ya memang itu dibarengi dengan <i>branding royal cuisine</i> harusnya juga harus mengarah kita dilayani selayaknya raja, maksudnya gitu.
Mukhlas	12:48,2 - 12:52,4	Apakah itu termasuk kedalam cara berpakaian, cara menyajikan makanan?
Wanda	12:52,3 - 13:31,7	Eee mengenai cara berpakaian sih nggak terlalu bermasalah saya mengenai itu karena internasional. Karena <i>service</i> -nya secara... ya itu sih. Kalau dari segi pelayanan segitu. Kalau dari

		segi makanan saya kasih nilai makanan itu mungkin ga beda jauh dengan pelayanan kalau saya, karena saya yakin bisa lebih dari itu.
Mukhlas	13:31,7 - 13:32,6	Berapa? dari 10?
Wanda	13:32,6 - 13:35,8	6.
Mukhlas	13:35,8 - 13:36,9	6?
Wanda	13:36,8 - 14:49,2	6 karena aku yakin itu bisa lebih. Sayange itu daging yang dimakan waktu itu. Daging itu kan ada yang namanya <i>juicy</i> dari dalam daging, jadi ketika daging itu dimasaknya dengan cara-cara <i>western</i> seperti steak itu kan ada yang namanya <i>juicy</i> jadi dia tetep mempertahankan tekstur, tekstur dan bentuk aroma asli dari dagingnya. Nek lombok kethok itu nek aku berharap juga, nek aku lo, nek lombok kethok nek aku yo nggak ada rasa di dagingnya... hambar gitu. Ya maksudnya tu, cuma satu rasa gitu lo, <i>tasteless</i> gitu lo, kurang rasa. Aku berharap lebih sih.
Mukhlas	14:49,3 - 15:11,7	Terus, nomor 8, bagaimana pengaruh atau hubungan antara pengetahuan yang Mas Wanda selama ini ketahui tentang sejarah <i>royal cuisine</i> terhadap daya tarik wisata, wisata, wisata kuliner?
Wanda	15:11,6 - 15:56,4	Kuliner terhadap daya tarik wisata? menurut saya cukup menarik sih. Menariknya karena itu bagian dari cara seorang <i>traveler</i> untuk mengetahui keasliand ari daerah. Karena <i>travel</i> itu sendirikan perpindahan seseorang dengan tujuan tertentu, dan disebut wisata saat dia memasukkan unsur rekreasi didalam. Jadi, makanan itu termasuk kedalam rekreasi rasa, menurut

		saya.
Mukhlas	15:56,4 - 15:57,7	Harus heppy gitu ya?
Wanda	15:57,7 - 16:08,3	Ya heppy, oh begini makanan di daerah sini, seperi itu. Lebih istimewa lagi karena Jogja daerah istimewa " <i>Oh ini makanan di dalem Kraton itu.</i> "
Mukhlas	16:08,5 - 16:17,7	Terus menurut anda apakah makanan yang disajikan oleh Bale Raos sesuai dengan selera wisatawan?
Wanda	16:17,7 - 16:36,0	Sesuai dengan selera diluar mengenai resep? Diluar kalau sepengetahuan saya lho ini. Sesuai ekspektasi kalau itu ya masih kurang.
Mukhlas	16:35,9 - 16:37,1	Dari resep?
Wanda	16:37,1 - 16:51,8	Ya, kalau itu diluar pengetahuan sata dari resep, menurut saya masih kurang. Karena, maksudnya tu " <i>Wareg kih?</i> " hehehe
Mukhlas	16:51,7 - 16:53,2	Maksude?
Wanda	16:53,2 - 18:55,5	Tidak cukup mengenyangkan biarpun aku dah, bagaimana ya bukan karena porsinya tapi karena tidak terpuaskan dengan rasanya gitu lo. Mungkin orang Indonesia dengan orang luar negeri beda ya lidahnya, tapi aku yakin ya mungkin kalau lombok kethok di bikin western dengan pembandingnya adalah <i>beef steau</i> tu juga masih cukup jauh karena itu masih ada sedikit <i>blackpapper</i> sih. Maksudnya kalau dia mengeneralkan rasa untuk pangsa pasar inernasional itu juga masih kurang kalau menurutku. Termasuk yang saya makan puding manuk nom itu juga masih kurang. Karena aku tahu puding manuk nom itu <i>traditional pudding</i> , cuma dia pengentalnya adalah telur. Jadi

		<p>tekstur agar-agar dengan puding tradisional itu berbeda, teksturnya. Jadi yang dimakan mungkin karena itu produk untuk komersial maksudnya kita nggak tahu, dan itu bisa kita pesan <i>ala carte</i> tidak harus reservasi seperti <i>fine dining</i> mungkin dia menyiapkan suatu banyak stok untuk ketika ada yang pesen sama dia. Sehingga kalau ketika pudding dengan telur itu tidak bisa bertahan lebih sekian lama gitu dibandingkan dengan agar-agar kalau memang mereka mau <i>survive</i> dengan agar-agar it's ok. Tetapi itu terlalu strong agar-agarnya, maksudnya itu terlalu kenyal untuk dari teksturnya berbeda. Kalau misalkan dia ukuranya sedikit itu mungkin bisa atau mungkin dia mengganti dengan <i>gelatin</i> mungkin bisa.</p>
Mukhlis	18:55,4 - 19:00,6	Berarti kamu tu melihat sebuah usaha penyesuaian yang dilakukan sama Bale Raos itu adalah sebuah komersialisme?
Wanda	19:00,6 - 19:07,8	Iya, komersialisasi dan itu mengubah pangsa pasar. Memperluas.
Mukhlis	19:07,8 - 19:13,1	Terus ciri khusus yang didapatkan Mas Wanda ketika makan di Bale Raos untuk mewakili <i>royal cuisine</i> itu apa?
Wanda	19:13,0 - 19:44,3	Pertama tempat. Terus kedua karena baik itu menjual makanan, menyanya. Cuma itu sih. Karena dibagian lokasi, eh bukan lokasi... tempatnya secara tematik tidak begitu kuat dengan apa yang disebut Kraton, karena aku yakin itu simple elegant yang dimaksud.
Mukhlis	19:44,3 - 19:59,7	Terus, banyaknya tempat makan baru dengan keunggulan kompetitifnya masing-masing tu menurut Mas Wanda apakah Bale Raos masih bisa bersaing misalkan Gadri, terus Raminten, gitu? yang sekarang hampir mirip-mirip kayak Bale Raos yang menyediakan <i>kersanan ndalem</i> ?

Wanda	19:59,6 - 20:32,4	Menurut saya masih bisa bersaing karena makanan yang disajikan itu berbeda, maksudnya dia hampir mungkin saya ga baca semua menunya mungkin hampir semua itu memang menu yang ada di dalam Kraton sedangkan lainnya itu seperti makanan keseharian ya yang ada di masyarakat biasa gitu.
Mukhlis	20:32,4 - 20:33,6	Jadi masih bisa?
Wanda	20:33,5 - 20:44,1	Masih bisa apakah mungkin itu karena mereka menang tempat doang, atau karena punya pangsa pasar dan segmentasinya sendiri.
Mukhlis	20:44,1 - 20:52,7	Terus, di era sekarang ini apakah menurut Mas Wanda peran <i>royal cuisine</i> masih penting?
Wanda	20:52,7 - 20:58,9	Peran <i>royal cuisine</i> penting.
Mukhlis	20:58,9 - 20:59,9	Pentingnya dimana?
Wanda	20:59,8 - 21:41,1	Wawasan, wawasan mengenai wawasan bisa sih, rekreasi juga bisa sih karena itu semacam objek untuk orang membandingkan aaa mungkin semacam maksudnya tuh gimana sih... sebagai pembanding untuk secara langsung walaupun dia berada di Jawa misal di Kraton gitu tapi pada kenyataannya masyarakat biasa dan kalangan bangsawan kan beda maknanya. Jadi itu penting untuk perbendaharaan menu. Beda maknanya, beda.
Mukhlis	21:41,1 - 21:53,4	Tapi itu kalau kata Bu Murdijati itu sebenarnya sama-sama makanan kluwih, cuma yang satu masaknya di dapur rumah tangga yang satu masaknya di dapur dalam Kraton, bedanya cuma itu.
Wanda	21:53,4 -	Iya sih, tapi menurutku beda sih.

	21:56,3	
Mukhlas	21:56,2 - 21:57,6	Bedanya karena?
Wanda	21:57,6 - 23:58,2	Nama, nama memang beda, terus dari ini yang disebutnya <i>cuisine</i> itu juga berpengaruh pada metode. Metode pembuatan yang akan mempengaruhi ke rasanya. Tapi aku yakin itu harusnya <i>royal cuisine</i> itu punya pembeda, karena pengaruh-pengaruh dari budaya barat. Ya mungkin maksudnya pengaruh dari luar daerah gitu. Memangnya orang Indonesia biasa makan pudding? enggak kan?! Ya otomatis itu pengaruh. Karena pudding, pudding sendiri kalau yang saya tahu pudding itu sebetulnya banyak orang yang meneliti terus pudding itu mendekati dengan kata yang disebut mohon maaf mungkin katanya " <i>b o u d i n</i> " atau apa itu dalam bahasa perancis yang itu artinya sesuatu yang kenyal yang hampir mirip dengan sosis malahan. Karena dia menggunakan membran dari suatu hewan diluarnya terus didalamnya atau di <i>stuffed</i> diisi dengan daging. Jadi kenyal yang dimaksud mungkin karena kekenyalanya itu dan perkembangan selanjutnya kan antara agar-agar dulu atau mungkin <i>gelatin</i> kan karena keduanya juga sama-sama dari gelatinya dari hewan terus agar-agar dari tumbuhan paling sama-sama bukan bahan asli. Bahan asli ki maksute ki ora njuk wujud ager-ager njuk wujud kenyal ngono kui tapi memang dia bahan mentah yang diolah kenyal.
Mukhlas	23:58,2 - 23:59,0	Jadi perannya <i>royal cuisine</i> tadi berada di...?
Wanda	23:59,0 - 24:15,0	Perannya <i>royal cuisine</i> jadi perbendaharaan makna dan dukungan wisata untuk wisata minat khusus.

Mukhlas	24:15,0 - 24:22,1	Terus, nomor 13.
Wanda	24:22,1 - 24:23,0	Lompat-lompat? koe nakoni aku padahal uwis tak jawab lo yo!
Mukhlas	24:23,0 - 24:43,8	Kan bingung jadi di tanyain lagi. Terus apakah yang anda rasakan dengan hidangan yang disajikan oleh Bale Raos, apakah anda merasa puas atau tidak puas karena apa?
Wanda	24:43,7 - 25:30,1	Merasa... aku yakin orangnya bisa lebih ramah dan lebih melayani dan biarpun aku tamu maksudnya, dalam usaha marketing seharusnya dia harus bisa <i>upselling</i> dong. Harusnya dia bisa menawarkan produk-produk unggulan dari itu nilai lebih biarpun terkadang tamu risih dengan <i>upselling</i> itu sih. Tapi kalau saya mengapa enggak? Justru dari situlah mereka bisa menceritakan keistimewaanya.
Mukhlas	25:30,3 - 25:35,5	Kalau begitu Mas Wanda waktu ke sana nggak dapet kayak pertunjukan apa gitu?
Wanda	25:35,5 - 25:36,6	Oh tidak.
Mukhlas	25:36,5 - 25:45,2	Berarti tidak mendapatkan <i>upsellingnya</i> , begitu ya. Kupikir kalau ada kan Mas Wanda juga tidak akan membeli produk tersebut ya? Mungkin besok untuk nikahan disitu?
Wanda	25:45,2 - 26:23,8	Mungkin ngga tapi kalau aku merasa marketingnya dia akan banyak bercerita karena <i>storytelling</i> dalam <i>royal cuisine</i> itu penting. Karena mereka membawa suasana dalam sesuatu yang lebih istimewa maksudnya sesuatu yang mendekati <i>royal cuisine</i> . Karena bagi keluarga bangsawan yang biasa memakan itu kan otomatis tidak perlu dijelaskan, tetapi orang rakyat biasa kan tidak mengetahui bagaimana orang dalam

		istana itu makan. Dari namalah, apalah, atau kesukaan siapa, apa alasannya mungkin juga jarang tahu.
Mukhlas	26:23,7 - 26:32,8	Terus apakah spesifikasi hidangan yang disajikan oleh Bale Raos sudah dapat mewakili <i>royal cuisine of gastronomic</i> di Yogyakarta?
Wanda	26:32,7 - 26:44,8	Sudah bisa mewakili... mewakili keseluruhan jogja atau?
Mukhlas	26:44,8 - 26:46,1	Ya. Karena dia sebagai pusat peradaban?
Wanda	26:46,0 - 27:52,5	Kalau saya engga juga sih. Mungkin karena sistem dari Jawa sendiri maksudnya sistem dari kerajaan Jawa di bagian selatan yang dia membatasi, membatasi apa yang dilakukan oleh dalam istana yang tidak boleh dilakukan oleh rakyat biasa. Sehingga persebaran dari menu tersebut cukup sempit. Jadi, dari segi rasa juga tidak cukup familiar dengan apa yang disebut Yogyakarta. Kalau mewakili belum bisa karena dalam presentase sebagian kecil orang mengetahui makanan itu, dalam <i>royal cuisine</i> itu yang benar-bener tahu punya motivasi kesitu. Baik seperti <i>gourmet tourism</i> , he'em.
Mukhlas	27:52,5 - 28:06,8	Yawis, pertanyaan terakhir wis. Apa apresiasi, harapan, pesan-kesan apa yang mau disampaikan kepada Bale Raos?
Wanda	28:06,7 - 28:10,9	Aku yakin mereka bisa eksplorasi lebih.
Mukhlas	28:10,8 - 28:12,6	Eksplorasi lebih tentang?
Wanda	28:12,6 - 29:15,1	Kalau misalkan dia ingin apa yang disebut <i>gourmet</i> itu. Tematik itu penting, plating itu penting, terus nama dari makanan itu penting. Terus semua yang ada disitu itu penting, harus ada

		kesinambungan gitu. Jadi tidak bisa terus karena dia lokasinya dia disitu terus dia harus mematenkan seperti inilah <i>royal cuisine</i> atau mungkin karena mau berdiri Gusti Ratu harus mengakuisisi merasa bahwa "Oh inilah <i>authentic</i> -nya dari <i>royal cuisine</i> !" nggak juga sih. karena keistimewaan itu bikan cuma lokasi, tetapi banyak faktornya, dan itu makanan, yaitu rasa, tampilan itu penting. Nggak sekedar menang lokasi itu tadi.
Mukhlis	29:15,1 - 29:16,3	Sudah? lainnya?
Wanda	29:16,2 - 29:19,9	Sudah.
Mukhlis	29:19,8 - 29:20,7	Baik thankyou so much.

TRANSKIP WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

Informan : RM Agus Darmawangsa
Waktu : Kamis, 25 April 2019, pukul 19:30 – 20:00 WIB

Subject	Timespan	Content
Mukhlas	0:06.6 - 0:12.9	Jadi nomor satu, nomor satu apa yang Pak Agus ketahui tentang makanan yang ada di Yogyakarta maupun <i>royal cuisine</i> ?
RM Agus	0:12.9 - 0:36.2	Ya kalau di Jogja banyak sekali makanan baik dari level untuk yang rendah sampai yang tinggi, dari makanan rakyat sampai makanan khusus. Baik makanan tradisional maupun asing, jadi intinya Jogja segala macam ada, tinggal pilih sesuai <i>budget</i> .
Mukhlas	0:36.2 - 0:48.3	Terus ini sebenarnya pertanyaannya tu yang saya kasih ini warna kuning nomor 2, apa yang menjadi daya tarik <i>gastronomic culinary</i> buat Pak Agus?
RM Agus	0:48.3 - 1:24.4	Sebetulnya apa ya... ee.. intinya opo ya... "gengsi" mungkin. Intinya ya satu masalah <i>prestige</i> , kedua juga <i>ocasion</i> untuk hal-hal tertentu, yang ketiga ya biasanya ya beda rasanya, gitu.
Mukhlas	1:24.4 - 1:27.4	Terus yang ketiga, motivasi bapak untuk makan di Bale Raos adalah?
RM Agus	1:27.4 - 1:37.7	Ya pertama untuk awal-awal pertama ke Bale Raos ya ingin tau masakanya Kraton.
Mukhlas	1:37.6 - 1:39.7	Coba-coba?
RM Agus	1:39.7 - 2:15.4	Coba-coba masakan Kraton itu seperti apa, apakah apalagi ini klangenanya HB X pengen apa, nanti setelah kedua, ketiga, keempat, nanti ada menu-menu yang saya sukai disitu, juga selain menu-menunya juga eee masalah yaitu tadi kadang untuk bawa tamu dari luar, untuk membawa temen sendiri, dan itu dan saya juga kadang kesitu kadang ada sekul jene, dan saya pernah kesitu juga karena ada <i>ocasion</i> tertentu saya kesitu.
Mukhlas	2:15.3 - 2:16.4	Sekul jene? berarti Pak Agus sering makan sekul jene itu ya?
RM Agus	2:16.4 - 2:19.0	Iya, biasanya aku makan sekul jene.

Mukhlas	2:19.0 - 2:22.1	Terus biasanya seberapa sering bapak ke Bale Raos?
RM Agus	2:22.1 - 2:24.5	Dalam Frekuensi apa?
Mukhlas	2:24.4 - 2:27.9	Ya bulan, tahun? ya, berapa kali misal kalo sebulan?
RM Agus	2:27.9 - 2:36.1	Sebulan ya.. mungkin ga sampai sekali karena itu cuma <i>occasion</i> tertentu.
Mukhlas	2:36.1 - 2:37.9	Karena tempatnya kayak gini gitu ya?
RM Agus	2:37.9 - 2:52.6	Iya satu karena tempatnya agak susah di dalem, dari tahun 2010 sampai sekarang mungkin udah ada 20 atau 30 kali.
Mukhlas	2:52.6 - 2:57.3	Terus bagaimana pendapat umum terhadap Bale Raos?
RM Agus	2:57.2 - 3:20.4	Sebetulnya kalo dari segi makanan okelah. Gak enggak-enggak gimana-gimana banget, gak jelek-jelek banget cuma ya pelayannya yang agak-agak tidak sesuai dengan, dengan-dengan citra makanan, dan dengan apa itu aaa menu pelayanannya menurut saya malah sangat tidak njawani.
Mukhlas	3:20.3 - 3:23.1	Kenapa Pak Agus bisa bilang tidak njawani?
RM Agus	3:23.1 - 3:24.1	Tidak njawani dan tidak <i>high class</i> .
Mukhlas	3:24.0 - 3:25.7	<i>Budgetnya</i> atau cara pelayanannya?
RM Agus	3:25.6 - 3:31.7	Cara pelayanannya, <i>attitude</i> -nya, malah terakhir kesitu malah ada gelas pecah yang lagi dianter sama waiter.
Mukhlas	3:31.6 - 3:44.4	Terus bagaimana pengaruh hubungan antara pengetahuan yang Pak Agus punya terus tentang <i>royal cuisine</i> , dadi pengetahuan Pak Agus tentang <i>royal cuisine</i> terhadap daya tarik wisata.
RM Agus	3:44.4 - 4:39.4	Ya sebetulnya kalau masalah <i>royal cuisine</i> itu sebenarnya masakan yang sehari-hari orang Indonesia. Juga baik yang di Bale Raos, ataut di Solo itu Omah Sinten gitu kan makanan dari Kraton sebenarnya ya sama aja. Sama-sama sayur-sayur lodeh juga, masakan kampung. Cuma kan karena ini HB X pernah di Belanda, jadi dia kan agak di bule-bulekan sedikit. Tapi, secara

		umum sih sama aja. Bahkan kalo di Bale Raos sendiri kadang-kadang sering rasa inkonsisten, gitu lho. Kemarin terakhir malah terlalu asin, mungkin karena ganti itu, jadi ganti aaa tukang masaknya atau apa malah semua masakan terakhir asin, gitu. Jadi inkonsisteni malah menurut saya. Tapi secara umum oke.
Mukhlas	4:39.4 - 4:46.1	Terus menurut Pak Agus apakah makanan yang disajikan bale Raos sesuai dengan selera wisatawan?
RM Agus	4:46.1 - 4:53.0	Mungkin kalo untuk satu dua kali orang turis ke Jogja ya oke. Tapi kalau <i>regular</i> sih, enggak.
Mukhlas	4:52.9 - 4:54.0	Karena dia ada segmentasi tertentu?
RM Agus	4:53.9 - 5:31.2	Satu segmentasi tertentu, yang kebanyakan kan turis yang penting udah nyobain sekali dan saya sering kesitu pun, saya jarang sendiri, pasti bawa orang. Gitu, jadi ya karena satu-satunya mungkin pas saya lagi di Kraton, atau pas lagi apa pengen memperkenalkan makanan KRaton ke orang luar Kraton, yang kebetulan saya juga trah jadi coba kita ke dalam, coba itu dan ya intinya sih cuma itu. Lalu untuk <i>daily</i> saya enggak. Bukan masalah harga, tapi sebetulnya ya menurut saya biasa aja diluar banyak, gitu.
Mukhlas	5:31.2 - 5:41.8	Terus pak, banyaknya tempat makan baru dengan keunggulan <i>gastronomic culinary</i> yang etrsedia, apakah menurut Pak Agus Bale Raos masih bisa bersaing?
RM Agus	5:41.7 - 6:34.5	Masih bisa bersaing kalo untuk kalangan turis yang datang sekali kesitu. Bukan <i>regular customer</i> , gitu. Jadi ya <i>one-off</i> , ya udah kalo selesai, pergi. GItu bukan balik, bukan <i>repeat customer</i> , jadi saya repeat juga karena ya itu, <i>repeat</i> karena bawa tamu dari luar, atau pas kebetulan di Kraton jadi ya pasti saya kesitu tidak pernah sendiri jadi saya bawa orang. Pernah dulu sendiri sih, pas awal-awal baru, pengen tahu gitu. Tapi kesini-kesini ya tidak pernah sendiri, pasti akan bawa orang. Karena saya rencananya untuk mencoba karena kadang kan mereka tanya "makanan Kraton tu koyo opo sih?" gitu. Kehidupan di Kraton tu kayak apa? Bilang padahal di dalam Kraton itu juga ya sebenarnya <i>westernize</i> juga. Tapi menunya juga menu lokal, tapi di <i>westernize</i> -in.
Mukhlas	6:34.5 -	Terus kalau gitu, menurut Pak Agus peran <i>royal cuisine</i> itu

	6:37.5	penting nggak?
RM Agus	6:37.4 - 6:39.6	Dalam hal?
Mukhlas	6:39.5 - 6:42.2	Dalam hal kuliner gastronomi di Yogyakarta.
RM Agus	6:42.2 - 7:09.6	Ya kalo untuk marketing itu kan cuma marketing, efek marketing untuk efek aja. Kalau untuk itu sih, ya ga terlalu ngaruh gitu kan. Kadang-kadang orang kalo belum tahu kan kan katanya "Oh maknan Kraton!" ke Kraton coba makanan Kraton. Ya setelah makan ya isinya ya misalkan tengkleng ya sayur lodeh, ya sayur asem, ya sama aja. Malah kadang boleh dibilang diluar lebih enak.
Mukhlas	7:10.0 - 7:14.0	Terus Pak Agus sudah puas atau belum puas sama makanan yang di sajikan sama Bale Raos?
RM Agus	7:13.9 - 7:18.6	Ya secara umum sih oke dibilang puas.
Mukhlas	7:18.5 - 7:19.6	Karena?
RM Agus	7:19.6 - 8:16.2	Ya karena saya kesitu bukan mencari sesuatu yang, yang bener-bener memuaskan, gitu. Atau karena kesitu karena untuk "Oh aku suka sesuatu disitu!" sebenarnya tidak ada, gitu. Cuma ya karena kesitu cuma karena kepentingan, untuk bawa client atau bawa tamu aja, gitu. Jadi bukan untuk puas, kalo mau puas mah lodeh di luar banyak yang lebih enak, yang lebih konsisten rasanya, yang lebih <i>natural</i> , cuma kan disitu karena kita bawa <i>client</i> kita bawa tamu dari luar jadi kan tempatnya jadi lebih representatif lah untuk membawa tamu untuk makanan tradisi. Sebetulnya dengan SS mungkin lebih enakan SS atau dengan Bale Bebakaran, ada dengan Bale Bebakaran. Tetapi kan beda, kalo kita bawa <i>client</i> kitaa bawa tamu karena <i>ambience</i> nya juga beda ya <i>image</i> -nya juga beda.
Mukhlas	8:16.2 - 8:17.3	Jadi bisa disebut representatif gitu dari Yogyakarta?
RM Agus	8:17.3 - 8:31.0	Ya sebenenrya merepresentatifkan Jogja dan diri saya juga kalau saya bawa. Maksudnya klo dari segi rasa ya, orang juga bilang " <i>Oh Good</i> " tapi kan " <i>Oh Good</i> "nya itu juga kan biasa orang basa-basi banyak lah.

Mukhlas	8:31.0 - 8:34.4	Berarti itu tadi cocok ya pak sama kultur budaya tadi? Karena sudah dibilang representatif?
RM Agus	8:34.3 - 9:13.5	Ya sebetulnya ya karena dia ya satu, karena lokasinya di dalam Kraton. Dua, istilah itu gedungnya Kraton, ya sangat. Kalo dari segi <i>enviromtment</i> ya mungkin sangat, sangat mendukung karena itu di dalam Kraton sendiri. Tapi kalo dibilang rasanya yang wah atau gimana ya enggak. Cuma ya kalo lingkunganya ya mendukung lah, apalagi itu di dalem Kraton sendiri. Ya mungkin kalo targetnya turis-turis yang dateng ke Kraton terus makan situ, <i>fine</i> . Tapi itu juga turisnya juga harus turis tertentu yang punya duit, gitu. Karena turis-turis anak sekolah kan nggak mungkin kesitu.
Mukhlas	9:13.5 - 9:18.3	Terus apresiasi, harapan, atau pesan Pak Agus buat Bale Raos apa?
RM Agus	9:18.3 - 9:21.3	Ya semoga masih tetep eksis.
Mukhlas	9:21.2 - 9:22.5	Ada yang mau dismapaikan lagi selain itu?
RM Agus	9:22.5 - 9:41.3	Ya... ga juga sih cuma ya mungkin perbaiki <i>service</i> dan <i>attitude</i> -nya. Terutama <i>waiter/waitres</i> -nya kalo masakan atau masalah lainnya mungkin kena terakhir ada lalet nemplok di dalem.
Mukhlas	9:41.3 - 9:45.0	Itu dari manajemanya berarti nggak mencerminkan.. apa ya?
RM Agus	9:44.9 - 10:08.3	Ya satu kurang njawani, gitu. ya mungkin seharusnya ga harus njawani karena itu gimanapun pelayanan internasional tapi nggak standar internasional juga. Harusnya kan dengan seberapa uang yang kita <i>spend</i> , harusnya kan mendapat pelayanan yang baik, <i>attitude</i> yang lebih baik. Seengaknya wajahnya tu lebih menarik, lebih senyum apa gimana gitu lho.
Mukhlas	10:08.3 - 10:11.0	Baiklah terimakasih Pak Agus ya.

REDUKSI WAWANCARA
Dengan Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta

No	Kalimat	Kode
1	...demi melestarikan suatu warisan kekayaan yang dimiliki oleh Yogyakarta Bale Raos dibentuk untuk meningkatkan prestis di mata masyarakat dan menyadarkan kepada masyarakat betapa pentingnya sebuah usaha pelestarian warisan dalam hal ini makanan kepada individu dalam suatu masyarakat tersebut yang sebenarnya memiliki peran bahwa merekalah yang menjadi subjek pelestari makanan tradisional atau kuliner nusantara dalam hal ini yang dimiliki oleh Kraton Yogyakarta.	A1/KRT
2	Bale Raos untuk pertama kali sebelum resmi dibuka telah ada sebelum 2004 tetapi hanya menyediakan untuk tamu Kraton saja, dan bukan untuk masyarakat umum. Tidak di komersialkan seperti sekarang ada buka cabang di Jakarta, mall-mall contohnya JCM. Baru setelah ada inisiasi dari GKR Hemas dan prakarsa Gusti Hadi, maka Bale Raos mencoba untuk mengenalkan <i>kersanan ndalem</i> kepada masyarakat. Makanya, itulah mengapa Bale Raos pertama kali berlokasi di dalam dinding Kraton karena selain pengolahanya dari dalam Kraton, SDM yang berkepentingan mengelola juga berasal dari dalam Kraton, produk yang disajikan juga berasal dari dalam sebuah kerajaan. Semuanya bersasal dari dalam istana. Maka itulah mengapa Bale Raos memiliki lokasi untuk menjadi <i>start-pack</i> di Kraton Yogyakarta.	A2/MO
3	Untuk pemesanan paket lainnya terdapat; pemesanan paket vegetarian, pemesanan paket <i>rijsttafel</i> , maksimal 5 hari sebelum hari pelaksanaan. pemesanan paket coffe break, dan yang terakhir adalah pemesanan meeting Bale Raos.	A3/KRT
4	Untuk segmentasi <i>socioculture</i> yang kami sasar dapat hampir dijangkau oleh semua kategori mulai dari usia, tingkat pendidikan, kelas ekonomi seperti diperumpamakan (A, B, C, dan D) maupun warga negara asing.	A4/KRT
5	Pada dasarnya, hampir semua <i>customer</i> atau konsumen yang datang kesini adalah <i>gourmet tourism</i> atau mereka yang benar-benar ingin mencoba sesuatu yang baru. Suatu makanan kerajaan yang menjadi daya tarik untuk orang-orang yang memang memiliki motivasi untuk melakukan aktifitas makan di suatu tempat, itulah <i>gourmet tourism</i> .	A5/KRT
6	Ya itu Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, tetapi mungkin perkiraan kami warga negara Cina	A6/KRT

	hanya dapat mencapai angka 7 sampai 7.5 persen karena sebagian besar wisatawan dari luar negerikan bukan dari Cina saja.	
7	Cuma, untuk hal-hal seperti menceritakan suatu makanan kepada konsumen, kami rasa kami masih kurang berupaya untuk itu, karna faktor SDM sekarang yang kami miliki, atau kami harus benar-benar memberikan <i>training</i> mengenai informasi suatu produk atau <i>product-knowledge</i> jadi ya seperti itu mas, usaha kami mengenalkan <i>royal cuisine</i> kepada masyarakat.	A7/MO
8	Kalo itu... kami harus melakukan penyesuaian kepada tamu, karena tamu menjadi raja bagi kami. Kalau menjurus kepada bahan-bahan pembuatan, kami memang sudah menggunakan bahan modern karena kami kan juga harus menjaga waktu kami untuk menyimpan makanan supaya lebih awet, lebih tahan lama.	A8/MO
9	Baik melalui postingan di <i>feed</i> , <i>review</i> di <i>trip advisor</i> maupun <i>worksheet</i> lainnya yang menyediakan konten unutup produk yang kami miliki.	A9/KRT
10	Untuk caranya ya yang sudah seperti saya sebutkan diatas, dengan cara seperti yang sudah saya sebutkan diatas dengan hubungan masyarakat, <i>event sponsorship</i> , maupun dari mulut ke mulut. Karena untuk <i>instagram</i> dan <i>facebook ads</i> yang kami rasa masuk keadalam <i>viral marketing</i> masih belum kami coba karena suatu alasan tertentu, kami memiliki segmentasi <i>sosioculture</i> yang kami sasar.	A10/KRT
11	Dari paket <i>rijsttafel</i> tersebut mungkin itu adalah sumbang sih kami untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner.	A11/KRT
12	Ya berarti dalam hal ini <i>kersanan ndalem</i> menjadi sebuah perbendaharaan makanan untuk program pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya wisata kuliner.	A12/MO
13	Kalau kita selain memberikan sajian makanan dengan diiringi gendhing terkadang untuk paket tertentu kami menyuguhkan tarian juga, selain itu dapat dilihat bangunan dan suasana Kraton secara fisik maupun lukisan dan arsitektur yang menghiasi pemandangan, semua itu termasuk keadalam ilmu gastronomi, manusia dalam menikmati sesuatu hingga secara keseluruhan suasananya akan dilihat juga dari apa yang tampak.	A13/KRT
14	Kalau pelatihan <i>table manner</i> mungkin belum kecuali memang kami ada MOU dengan lembaga yang mengajak. Atau acara seminari, atau musim-musim di bulan Ramadhan yang kadang kalo makan di hotel itu ada <i>all you can eat</i> , ya hampir-hampir sama saja.	A14/MO
15	Menu kami berbeda dengan Gadri Resto, maupun cara penyajian di Royal Ambarukmo karena kami memiliki fokus di resep masakan.	A15/KRT

	Dan itu yang jelas tidak dimiliki secara lengkap oleh restoran lain, ya itulah keunggulan kompetitif yang kami miliki karena kami memang berbeda. Karena kami berbeda, sehingga kami dapat <i>survive</i> dengan apa yang kami miliki hingga sekarang.	
16	Silahkan nanti untuk <i>review</i> secara objektif bisa dilihat di <i>trip advisor</i> . Tetapi kadang pertanyaan yang sering diajukan kepada kami ya kami diminta untuk berceritera tnetang makanan yang kami sajikan kepada customer, ya itu.	A16?KRT
17	Pencapaian, asalkan tamu yang datang terpuaskan itu adalah harga yang pantas untuk kami. Lainnya mungkin ya penting, tapi tamu adalah yang terpenting untuk kami.	A17/MO
18	Pencapaian yang harus dicapai adalah menjaga <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> , kendalanya apa ya... mungkin dalam mempertahankan suatu masakan kerajaan itu diperlukan kehati-hatian yang khusus, kami harus mengerti betul siapa yang menjadi tamu kami, acara apa yang akan kami siapkan, siapa saja tamu yang akan datang kami harus melakukan penyesuaian menu makanan kepada mereka karena kami yang melayani mereka kami harus memberikan yang terbaik.	A18/KRT

Keterangan:

A : Kode Wawancara dengan Pengelola Bale Raos Kraton Yogyakarta

KRT : Kanjeng Roro Tumenggung (Nyi KRT Nawangsasi Tedjokusumo) sebagai pengageng di Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta

MO : Romo (Romo Mardi) sebagai wedana di Tepas Pariwisata Kraton Yogyakarta

REDUKSI WAWANCARA
Dengan Peneliti Kuliner Nusantara

No	Kalimat	Kode
1	Bale Raos, waktu dulu pertama-tama masih <i>pathuk</i> , tapi sekarang kayaknya banyak dimodifikasi dan dia menggunakan MSG itu lo saya yang enggak setuju.	B1/PRO
2	Kemudian, untuk keluarga raja khususnya para istri pada Hamengkubuwono IX, itu masing masing istri punya dapur sendiri-sendiri. Ha, khusus untuk Sri Sultan, dari dulu sampai sekarang ada dapur yang disebut Dapur Rabea / Dapur Rabeyem. Nah, Pawon Rabeya itu yang secara resmi yang menyediakan hidangan untuk raja.	B2/PRO
3	Ya, jenisnya sama tapi, dari Kraton itu ada semacam perasaan hormatnya, sehingga semua makanan yang keluar dari dapur Kraton itu dinilai istimewa. Karena itu <i>paring ndalem</i> . <i>Paring ndalem</i> itu pemberian raja ya, jadi semua dinaggap istimewa. Meskipun itu sederhana sekali wong ya cuma nasi sama tempe bacem, tapi itu dianggap istimewa.	B3/PRO
4	Ya, istimewanya itu bukan secara wujud, tetapi secara makna. Jadi kalau wujudnya biasa. Tetapi maknanya bagi si penikmat makanan atau minum itu berbeda. Jadi sulit diterangkan secara fisik. Sama-sama segelas teh, tapi kalau itu dari Gedhong Patehan, dia merasa lebih seger lebih <i>enuk</i> katanya. Tapi itu semuanya kan karena pola pikir ta. Karena itu tadi, semua yang keluar dari Kraton itu disebut <i>paring ndalem</i> .	B4/PRO
5	Karena <i>gastronomy</i> itu, itu ilmu pengetahuan yang terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya. Jadi <i>gastronomy</i> itu mulai dari peradaban awal manusia, sejarah bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menggunakan bahan pangan, sampai bagaimana manusia itu menyimpan, sampai bagaimana manusia itu memanfaatkan dengan mengolah, sampai kepada bagaimana memasak, sampai kepada bagaimana menghidangkan, bagaimana tata cara makan, bagaimana menghidangi makanan, bagaimana menilai nikmat makanan itu adalah <i>gastronomy</i> .	B5/PRO
6	Ya, jadi terkait dengan manusia dalam menikmati makanannya, nah itu <i>gastronomy</i> . Nah kalau kuliner itu produk kegiatan di dalam dapur. Bagian <i>sak-kuku ireng</i> dari <i>gastronomy</i> . Karena tadi sudah saya sebutkan to, bagianya itu luas sekali. Nah memasak itu bagian kecil, produknya disebut hidangan atau <i>culinary product</i> .	B6/PRO
7	Wisata kuliner di Indonesia yang didengungkan sejak tahun 90 an.	B7/PRO

	Setelah tahun 2000 ini menjadi salah satu pilihan baru wisatawan dunia, termasuk wisatawan yang datang ke Indonesia, terutama wisatawan manca negara itu ingin mendapatkan pengalaman baru dalam menikmati makanan.	
8	Nah, untuk mereka hidangan Jogjakarta itu termasuk hidangan Indonesia itu dirasakan berbeda dengan makanan lain di negara asal mereka sehingga pengalaman itulah yang dicari karena itu yang diutamakan adalah <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> .	B8/PRO
9	Apakah itu <i>authentic</i> cita rasanya dan orang yang menghidangkan itu bisa ditanya keunikan prosesnya bagaimana. Atau mungkin latar belakang sejarah dan budaya dalam menikmati budaya itu ada. Seperti katakanlah, kalau bir jawa itu strategi untuk menutupi supaya Kraton tidak terlalu diejek oleh Belanda misalnya, karena menunjukkan kalau Kraton masih kaya karena masih bisa memberi minuman pada abdi dalemnya dengan bir yang mahal sekali pada waktu itu. Sehingga Belanda tercengang, ini mengapa, karena bir jawa itu minuman yang kalau di tetesi jeruk nipis berubah warna dari merah menjadi coklat seperti bir. Jadi itu strategi diplomasi melalui minuman.	B9/PRO
10	Jadi, yang dicari itu <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> sehingga rumah makan yang menghasilkan hidangan itu itu harus bisa berceritera kepada penikmatnya, kalau dia tidak mau ngomong, ya harus ada label tentang makanan itu ini kesukaan siapa, kemudian istimewanya apa, cara mengolahnya bagaimana, resep yang digunakan restoran itu berasal dari mana dan sebagainya. Ha, itu yang saya lihat tidak dikerjakan di Bale Raos.	B10/PRO
11	Ya, ya. Maunya seperti itu. Tapi dalam perjalanannya, itu saya banyakan melihat <i>sakkarepe dewe</i> . Jadi, dari sisi <i>authenticity</i> sama <i>uniqueness</i> itu nggak kena, gitu. Tapi kalo itu wisatawan Nusantara, itu tidak perlu tidak sampai kesitu karena dia cuma kepengen aja. Maka mereka mengabaikan masalah <i>uniqueness</i> dan <i>authenticity</i> , karena ya dia sendiri tidak tahu. Atau cuma ingin mencoba karena itu restoran seperti Bale Raos itu ya, kalau orangnya tidak cocok betul ya, kalau dia tidak berhati-hati menjaga resepnya itu akan ditinggalkan karena setiap orang hanya mau satu kali, kalau wisatawan Nusantara. Tapi kalau itu wisatawan mancanegara, ya dia biasanya punya <i>experience</i> , motivasinya untuk melihat <i>authenticity</i> dan <i>uniqueness</i> itu lebih besar daripada wisatawan Nusantara.	B11/PRO
12	Yang ketiga, faktornya itu adalah <i>enviromtment</i> atau lingkungan. Kalau orang masuk ke Bale Raos itu suasananya kan sudah suasana Kraton. Nah sebetulnya yang mahal itu, karena digiring ke arah suasana, orang jadi terpusat pada: " <i>Wah ini makanan Kraton.</i> " Jadi,	B12/PRO

	restoran semacam Bale Raos itu sudah beruntung dibandingkan dengan yang lainnya karena tempatnya di situ. Suasananya suasana khas yang tidak dimiliki oleh restoran lain.	
13	Yaa, menjaga autentisitas! Sama menjelaskan <i>uniqueness</i> daripada prosesnya.	B13/PRO
14	Ya, jadi warga Bale Raos itu harus kenal betul masakan itu sehingga kalau pengunjung datang itu bisa menambah minat meningkatkan minat dan nikmat konsumen dalam membeli makanan itu melalui cerita si <i>pramuladi</i> , menurut saya. La tukang masaknya harus berpegang pada cita rasa asal yang ingin diciptakan oleh abdi dalem Kraton pada waktu itu, koki Kraton pada waktu itu. Karena setiap raja itu, berdasarkan pengalaman hidupnya itu punya alasan mengapa menyukai masakan itu.	B14/PRO

Keterangan:

B : Kode Wawancara dengan Peneliti Kuliner Nusantara

PRO : Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito

REDUKSI WAWANCARA
Dengan Wisatawan di Bale Raos

No	Kalimat	Kode
1	Oh ya, tentu saja ada dimana masakan ini memiliki bagian menarik. Khusus untuk saya, pengertian tentang <i>gastronomy</i> di Yogyakarta <i>gastronomy</i> yang dimaksud mungkin adalah seperti keseluruhan apa yang sebenarnya sedang saya nikmati saat ini di sini, seperti hal baru " <i>apakah hal itu.</i> " Ya, meskipun ini adalah Kota Jogja yang memiliki kerajaan, tetapi yang menjadi menarik adalah dimana suatu kerajaan ini dapat mengemas sebuah makanan kerajaan menjadi "sederhana" dan kesederhanaan itulah yang menjadi daya tarik saya. Hal ini adalah semacam budaya, tetapi terlepas dari itu; budaya, sejarah, dan bagian apa adanya ... Itu adalah budaya, semangat, dan faktor tersebut menempati substansi di atasnya bukan begitu?	C1/ASA
2	Aa, motivasi kah ... baiklah, jika anda menanyakanya untuk saya itu adalah sebuah hal baru yang saya cari yaitu adalah pengalaman yang menyenangkan. Kemudian itu adalah makanan-makanan yang memiliki rate <i>SSR (super super rare)</i> di dalam kategori kami, sehingga itu akan dapat menyegarkan mata anda dari kebosanan akan makanan.	C2/ASA
3	Menurut saya restoran ini sangat bagus, namun dari sudut pandang asitektur, karna bangunannya sangat kental dengan kultur Jawa. Sangat unik dan autentik, sangat baik dalam merepresentasikan kultur Jawa disini dan...(?) restoran lain, tapi saya tidak menemukan makanan khas Jawa disini.	C3/KEN
4	Motivasi saya, karena saya seorang mahasiswi Prancis yang mempelajari antropologi, saya juga mempelajari budaya Asia, termasuk budaya Jawa, saya pikir Yogyakarta merupakan contoh yang tepat untuk merasakan budaya Jawa, maka motivasi saya untuk datang ke restoran ini adalah untuk merasakan budayanya.	C4/KEN
5	...karena aku seneng masak, masakan itu juga kan, masakan <i>royal cuisine</i> . Terus aku disitu kayak membandingkan gitu lo <i>authentic</i> -nya seperti apa. Karena apa yang ditulis oleh Bu Murdijati itu beda karena kayak bendhul ki nek bendhul dari bukune Bu Mur ki bendhul ki gur di tumbuk terus dikepel. Sedangkan nek di Bale Raos itu sudah disesuaikan dengan lidah yang sekarang dan diterima oleh masyarakat untuk semua kalangan dan kui enak yo.	C5/DUT
6	Yang jelas adalah, orang tidak banyak menyediakan resto itu, <i>kersanan ndalem</i> . Jadi, yo kui koyo spesial sih, karena menunya	C6/DUT

	fokus itu. Terus ya walaupun di kalangan lain itu ada, tetapi itu lebih komplit.	
7	Heeh, <i>plating</i> di makananya sama pelayananya, terutama itu. Karena nggak semua <i>royal cuisine</i> itu enak. Karena apa yang dilihat terlebih dahulu mencolok mata... marketing banget ya...	C7/WND
8	Bukanya engga masalah, masalahnya itu bagus enggak? itu <i>excellent</i> berarti. Kalau setau saya karena <i>street food</i> itu lebih <i>authentic</i> daripada makanan-makanan yang di sini.	C8/WND
9	Motivasinya adalah tittle <i>royal cuisine</i> itu. Dan tertarik nyoba, dari Kraton.	C9/WND
10	Sebetulnya apa ya... ee.. intinya opo ya... "gengsi" mungkin. Intinya ya satu masalah <i>prestige</i> , kedua juga <i>ocasion</i> untuk hal-hal tertentu, yang ketiga ya biasanya ya beda rasanya, gitu.	C10/AGS
11	Coba-coba masakan Kraton itu seperti apa, apakah apalagi ini klangenanya HB X pengen apa, nanti setelah kedua, ketiga, keempat, nanti ada menu-menu yang saya sukai disitu, juga selain menu-menunya juga eee masalah yaitu tadi kadang untuk bawa tamu dari luar, untuk membawa temen sendiri, dan itu dan saya juga kadang kesitu kadang ada sekul jene, dan saya pernah kesitu juga karena ada <i>ocasion</i> tertentu saya kesitu.	C11/AGS
12	Jadi bukan untuk puas, kalo mau puas mah lodeh di luar banyak yang lebih enak, yang lebih konsisten rasanya, yang lebih <i>natural</i> , cuma kan disitu karena kita bawa <i>client</i> kita bawa tamu dari luar jadi kan tempatnya jadi lebih representatif lah untuk membawa tamu untuk makanan tradisi. Sebetulnya dengan SS mungkin lebih enakan SS atau dengan Bale Bebakaran, ada dengan Bale Bebakaran. Tetapi kan beda, kalo kita bawa <i>client</i> kita bawa tamu karena <i>ambience</i> nya juga beda ya <i>image</i> -nya juga beda.	C12/AGS
13	Aa saya berikan apresiasi sebelumnya! Bagaimana saya mengatakanya, mungkin seperti tari klasik yang di suguhkan, atau musik gamelan yang memberikan atmosfir di restoran juga, semuanya adalah satu kesatuan yang dapat untuk mewakili hal tersebut.	C13/ASA
14	Saya suka arsitektur dan atmosfernya, namun saya pikir slogan restoran ini tidak terlalu adiktif(?) karna slogannya mengatakan makanan kerajaan, tapi beberapa makanan tidak menunjukkan bahwa itu makanan kerajaan, seperti, contohnya puding, menurut saya itu bukan makanan kerajaan(Jawa). Itu adalah makanan Eropa jadi mungkin itu untuk berpura-pura (<i>pretend, fake</i>) dan untuk tujuan penjualan (<i>comersialism</i>). Mungkin, saya tidak tahu.	C14/KEN
15	Ya iya. Karena kan ini kan kamu membahasnya tentang <i>royal cuisine</i> ya kalo <i>royal cuisine</i> dari pandangan Kraton mungkin	C15/DUT

	harusnya sama, sesuai pakem. Tetapi kalau ini, ya tentunya Kraton membikin Bale Raos untuk mencari keuntungan dong. Selain disamping untuk pemenuhan kebutuhan kuliner Kraton, untuk menjamu tamu tamu khususnya Sultan, pastinya dia juga butuh duit untuk yang lain dong, untuk ambil keuntungan dong. Ya mungkin itu sudah, yo bener komersil la pie meneh.	
16	Namanya <i>royal cuisine</i> kan pasti semuanya sumbernya dari dalam.	C16/WND
17	Karena saya rencananya untuk mencoba karena kadang kan mereka tanya "makanan Kraton tu koyo opo sih?" gitu. Kehidupan di Kraton tu kayak apa? Bilang padahal di dalam Kraton itu juga ya sebenarnya <i>westernize</i> juga. Tapi menunya juga menu lokal, tapi di <i>westernize-in</i> .	C17/AGS
18	Ya sebetulnya kalau masalah <i>royal cuisine</i> itu sebenarnya masakan yang sehari-hari orang Indonesia. Juga baik yang di Bale Raos, ataut di Solo itu Omah Sinten gitu kan makanan dari Kraton sebenarnya ya sama aja. Sama-sama sayur-sayur lodeh juga, masakan kampung. Cuma kan karena ini HB X pernah di Belanda, jadi dia kan agak di bule-bulekan sedikit. Tapi, secara umum sih sama aja. Bahkan kalo di Bale Raos sendiri kadang-kadang sering rasa inkonsisten, gitu lho. Kemarin terakhir malah terlalu asin, mungkin karena ganti itu, jadi ganti aaa tukang masaknya atau apa malah semua masakan terakhir asin, gitu. Jadi inkonsisteni malah menurut saya. Tapi secara umum oke.	C18/AGS

Keterangan:

C : Kode Wawancara dengan Wisatawan di Bale Raos

ASA : Asahi

KEN : Ken

DUT : Duta

WND : Wanda

AGS : Agus

CATATAN OBSERVASI 1

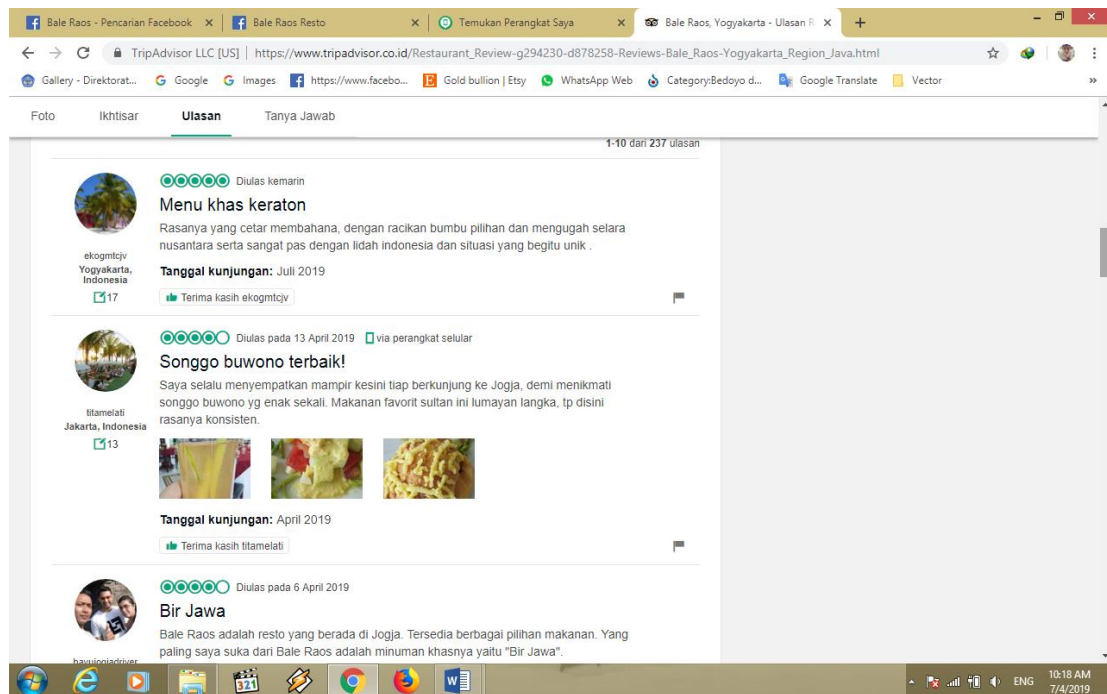
Di Fanpage Bale Raos

Lokasi : <https://www.tripadvisor.co.id>

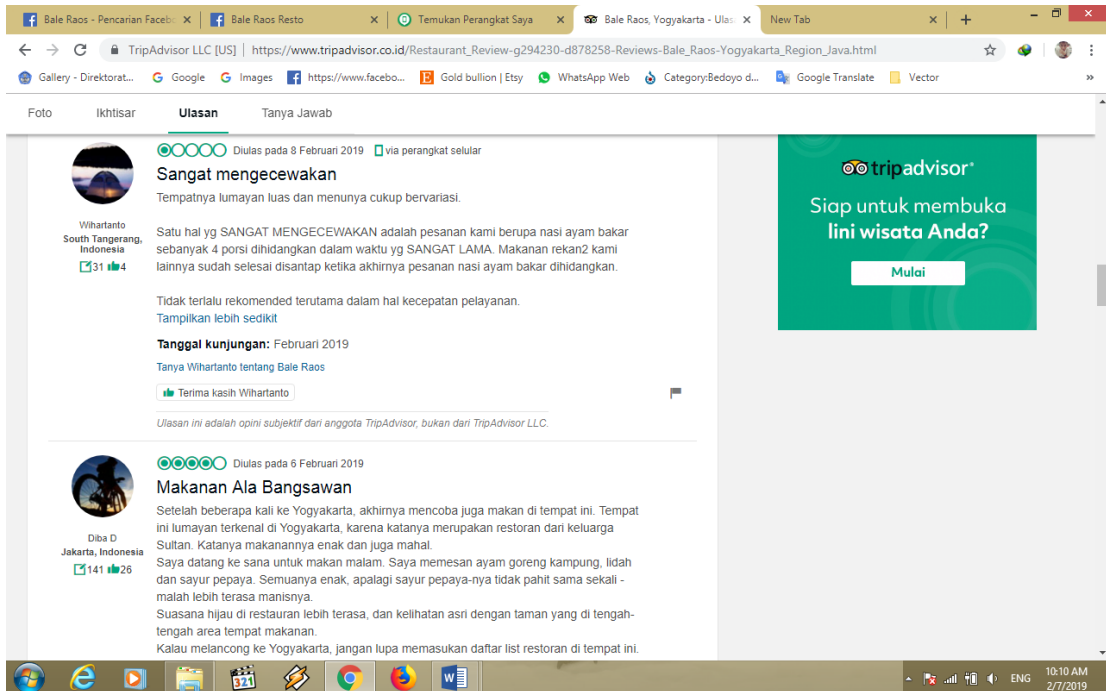
Waktu : 2 Februari 2019, 7 April 2019, 15 Mei 2019, dan 14 Juni 2019

Hasil Observasi

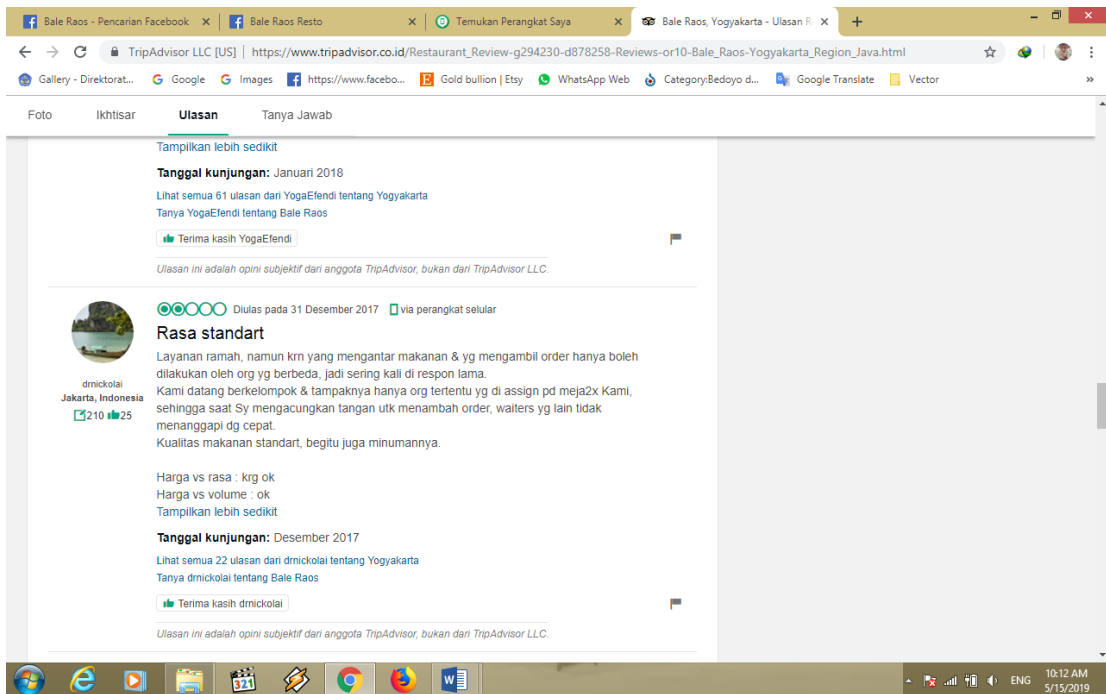
Telah dilakukan observasi melalui website *tripadvisor*, dari observasi tersebut peneliti mengamati ulasan atau testimoni yang sudah di verifikasi resmi oleh *tripadvisor* kepada Bale Raos, dimana terdapat kiriman dari beberapa wisatawan yang mengapresiasi positif dan negatif tentang produk yang diberikan oleh Bale Raos. Produk yang ulas seputar makanan, cara penyajian, pelayanan, suasana, dan proses menghidangkan dan menghidangi makanan.



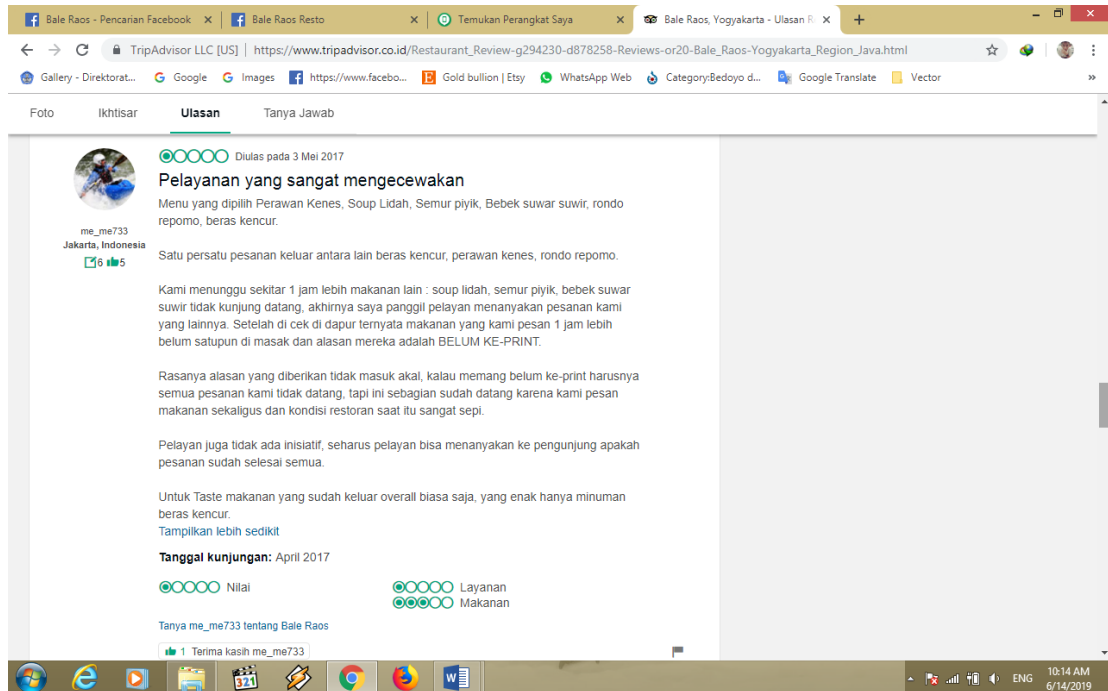
Gambar 6. Catatan Observasi, 2 Februari 2019 pukul 14:06 WIB



Gambar 7. Catatan Observasi, 7 April 2019 pukul 09:51 WIB



Gambar 8. Catatan Observasi, 15 Mei 2019 pukul 16:56 WIB



Gambar 9. Catatan Observasi, 14 Juni 2019 pukul 18:26 WIB

CATATAN OBSERVASI 2

Di Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta

Lokasi : Jalan Magangan Kulon 1 Kraton, Yogyakarta
Waktu : Rabu, 30 Januari 2019 pukul 14:00 – 15:00 WIB

Hasil Observasi
<p>Telah dilaksanakan Observasi di Bale Raos Royal Cuisine Restaurant Kraton Yogyakarta yang dilakukan pada hari Rabu, 30 Januari 2019 pukul 14:00 – 15.00 WIB ditemani oleh Ibu Betty sebagai middle manager mealkukan safari Bale Raos dengan durasi kurang lebih 60 menit.</p> <p>Saat observasi, peneliti menjumpai dekorasi seni berupa senthong, lukisan oil painting 19th century, dan corak arsitek Jawa-Belanda pada masa pemerintahan Sri Sultan Hamengkubuwana IX. Kami berkeliling sambil menanyakan beberapa pertanyaan umum mengenai siapa saja biasanya tamu yang datang, memiliki keperluan apa mengadakan jamuan makan di Bale Raos, atau apa saja yang telah dilakukan oleh Bale Raos selama ini untuk memperoleh tamu.</p> <p>Dari hasil yang diamati, Bale Raos tidak menyediakan cerita mengenai produk yang mereka tawarkan kepada tamu, sehingga dalam hal ini dapat dipaparkan bahwa bale Raos belum atau tidak mengetahui betul bagaimana cara menyajikan hidangan kersanan ndalem / royal cuisine kepada tamu, karena memang hal ini yang tidak pernah dilakukan oleh Bale Raos sejak berdiri tahun 2004. Mereka hanya memasak untuk tamu, menyajikan suasana, dan kemudian tamu pulang. Untuk pendalaman mengenai cara manusia menikmati makanan dengan suasana Kraton masih kurang karena Bale Raos tidak memberikan penjelasan mengenai hal itu.</p>

CATATAN OBSERVASI 3

Di Kagungan Ndalem Bangsal Kepatihan Pakualaman Gedhong Pare Anom, Kompleks Kepatihan, Yogyakarta

Lokasi : Jalan Gajah Mada 22A, Purwokinanti, Pakualaman, Yogyakarta
Waktu : Jumat, 15 Februari 2019 pukul 19:00 – 22:00 WIB

Hasil Observasi

Telah dilaksanakan Observasi di Gedhong Pare Anom, Kompleks Kepatihan, Yogyakarta pada hari jumat, 15 februari 2019 pukul 19:00 – 22:00 WIB dalam rangka memperingati acara Hadeging Ke-213 Kadipaten Pakualaman, peluncuran buku Aristo-Modernis dari Timur. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengulas sejarah pendidikan pada masa Paku Alam V dengan supporting event yaitu dinner yang disponsori oleh Bale Raos. Pada kesempatan kali ini dinner yang diajikan oleh Bale Raos diharidi oleh orang-orang penting seperti Dr. Sudiby, Sri Ratna Sakti Mulya, Sri Margana, Mutiah Amini, Baha Udin, dan Prof. Petter Kery beserta turis / wisatawan / orang-orang gourmet atau mereka yang benar-benar memiliki motivasi untuk datang dalam acara core event peluncuran buku maupun supporting event berupa dinner yang diadakan oleh Kadipaten Pakualaman yang bekerja sama dengan Bale Raos Royal Cuisine Kraton Yogyakarta.

Peneliti mengamati dan memberi fokus kepada wisatawan mancanegara maupun dalam negeri yang datang dalam acara ini rata-rata mereka yang hadir dalam occasion ini adalah mereka yang memiliki kesadaran akan melakukan kegiatan wisata yang menambah pengetahuan, baik di peluncuran buku maupun dinner pada malam tersebut. Mereka kebanyakan adalah keluarga darah dalem, pemuda-pemudi, mahasiswa, peneliti, maupun mereka yang benar-benar memiliki minat untuk ngansu kawruh dalam acara kali ini.

Acara ini dipublikasikan melalui media sosial instagram Kepatihan Pakualaman.

Antusiasme masyarakat sangat besar saat diadakannya acara ini, terbukti dengan banyaknya peserta pada saat 2 hari sebelum pendaftaran dimulai, panitia hanya mentargetkan peserta sejumlah 200 namun peserta yang mendaftar mencapai 250 peserta. Oleh sebab itu, panitia membatasi peserta yang bisa hadir dalam acara peluncuran buku *Aristo-Modernis* dari Timur, dikarenakan memang menyesuaikan dengan tempat yang ada di Pakualaman.

Pada acara kali ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang sejarah Paku Alam V kepada masyarakat terutama warga Yogyakarta. “Semoga kami bisa menjamu dengan baik para tamu dan mengenalkan sejarah tentang Pakualam V,” ujar Citropanambang. Hidangan makanan yang disajikan pada malam itu adalah sebagai berikut; wellcoming drink: dawet dan bajigur, appetizer: pudding degan, main course: dori grill dan de oppor, dessert: salad huzar dan potato mush, dan ditambah untuk minum disediakan wedang sereh, air putih, dan teh pakualaman.

Dalam pertemuannya dengan Wakil Gubernur DIY KGPAA Paku Alam X, dinner dimulai terlebih dahulu dengan tamu undangan dan peserta sebelum membahas mengenai isi buku yang akan dirilis. Wakil Gubernur DIY berharap semoga buku *Aristo-Modernis* dari Timur dapat mengedukasi dan memberi pemahaman khususnya kepada warga Yogyakarta terkait bagaimana berdirinya Pakualaman ini.

Observasi diakhiri dengan bincang-bincang dengan pramuladi Bale Raos untuk menentukan plan wawancara dan mempersiapkan apa saja yang dibutuhkan sesuai aturan untuk peneliti yang ingin mengambil informasi tentang kersanan ndalem / royal cuisine di Bale Raos.