

Dinamika Tren Kuliner Asing dan Tantangan Pelestarian Kuliner Tradisional di Indonesia

Mohammad Ali

STIE Mahardhika Surabaya, Indonesia
email: mohammad.ali@stiemahardhika.ac.id

Article Info

Article history:

Received : 12 - 02, 2025

Revised : 10 - 03, 2025

Accepted : 20 - 03, 2025

Keywords:

dinamika, tren, kuliner,
tantangan, pelestarian,
tradisional

ABSTRACT

Globalisasi budaya telah mempercepat arus masuk tren kuliner asing ke Indonesia, menciptakan dinamika baru dalam preferensi konsumen dan menghadirkan tantangan serius terhadap pelestarian kuliner tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tren kuliner asing seperti masakan Korea, Jepang, dan Barat memengaruhi eksistensi makanan tradisional Indonesia serta respons pelaku industri kuliner lokal. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan wawancara semi-struktural, ditemukan bahwa popularitas makanan asing semakin meningkat di kalangan generasi muda Indonesia, yang terdorong oleh media sosial dan budaya populer (Jang, 2020; Warde, 2016). Di sisi lain, makanan tradisional cenderung mengalami penurunan visibilitas dalam ruang publik urban. Namun, tren global ini juga membuka peluang inovasi lokal melalui proses glokalisasi, yakni penggabungan elemen internasional ke dalam cita rasa lokal (Robertson, 1995). Studi ini menekankan pentingnya intervensi kebijakan budaya, edukasi gastronomi, dan penguatan identitas lokal dalam strategi pelestarian kuliner tradisional Indonesia di tengah gelombang globalisasi makanan.

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



*Corresponding Author:

Mohammad Ali
STIE Mahardhika Surabaya
,Indonesia
Email:mohammad.ali@stiemahardhika.ac.id

1. PENDAHULUAN

Revolusi global budaya telah mempercepat peredaran ide, barang, dan praktik kuliner lintas batas, sehingga makanan tidak lagi sekadar kebutuhan gizi, melainkan juga simbol identitas dan kekuasaan budaya (Appadurai, 1996; Tomlinson, 1999). Dalam konteks ini, tren kuliner asing—mulai dari sushi dan kimchi hingga burger dan pizza—tidak hanya memasuki pasar urban Indonesia, melainkan juga memengaruhi pola konsumsi, nilai-nilai estetika makanan, serta struktur industri kuliner (Warde, 2016). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan fundamental tentang bagaimana Indonesia dapat mempertahankan dan merevitalisasi warisan gastronomi tradisionalnya di tengah gelombang globalisasi makanan. Di Indonesia, penetrasi tren kuliner asing semakin terlihat melalui maraknya restoran dan waralaba internasional di kota-kota besar, serta dominasi konten kuliner global di platform digital (Jang, 2020).

<http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>

Media sosial dan platform berbagi resep menjadi saluran utama penyebaran inovasi kuliner, di mana konsumen muda ikut membentuk persepsi tentang kesehatan, kenyamanan, dan gaya hidup melalui makanan (Van Dijck, 2013). Akibatnya, masakan tradisional kerap tergeser ke luar pusat perhatian komersial, memicu penurunan minat generasi muda untuk mempelajari dan melestarikan resep leluhur. Meski demikian, upaya pelestarian kuliner tradisional mendapat sokongan dari kerangka kerja internasional, seperti Konvensi UNESCO (2018) tentang Warisan Budaya Tak Benda, yang menekankan pentingnya gastronomi dalam memperkuat identitas komunitas. Makanan tradisional dapat menjadi pendorong pembangunan lokal dan pariwisata budaya, asalkan ada program edukasi dan promosi yang terstruktur (Bessière, 1998).

Di sisi lain, konsumsi massal kuliner asing berpotensi mengakibatkan homogenisasi rasa dan melemahnya ragam kuliner lokal (Pieterse, 1995). Sebagai respons terhadap tekanan homogenisasi, konsep glocalization menekankan adaptasi elemen global ke dalam konteks lokal tanpa kehilangan akar tradisi (Robertson, 1995). Di beberapa daerah, pengusaha kuliner menerapkan resep fusion yang memadukan bumbu lokal dengan teknik memasak asing, menciptakan inovasi kuliner yang diterima pasar luas (Cwiertka, 2006; Sutton, 2010). Pendekatan ini memberikan harapan baru bagi pelestarian kuliner tradisional melalui praktik adaptif dan kreatif.

Namun, keberhasilan glocalisasi bergantung pada kekuatan infrastruktur kebijakan dan dukungan pemerintah daerah. Organisasi pariwisata dan lembaga kebudayaan nasional seperti UNESCO dan UNWTO (2018) mendorong sinergi antara sektor publik dan swasta untuk menciptakan festival kuliner dan program sertifikasi Indikasi Geografis. Inisiatif-inisiatif ini bertujuan meningkatkan nilai tambah produk kuliner tradisional dan memperluas akses pasar global. Kesenjangan kapasitas digital dan sumber daya manusia di sektor kuliner lokal juga menjadi kendala utama.

Banyak pelaku usaha mikro yang menjadi penjaga resep tradisional—belum menguasai strategi pemasaran digital dan tidak memiliki modal untuk bersaing dengan merek internasional (Hall & Mitchell, 2000). Tanpa intervensi berupa pelatihan, akses pembiayaan, dan pendampingan teknis, resep-resep autentik berisiko hilang ditelan arus komersialisasi global. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami secara komprehensif dinamika interaksi antara tren kuliner asing dan upaya pelestarian kuliner tradisional di Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan fokus pada aktor kunci pelaku usaha, pembuat kebijakan, serta komunitas adat studi ini akan mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat pelestarian gastronomi lokal di tengah revolusi kuliner global.

Temuan diharapkan memberikan dasar rekomendasi kebijakan yang kontekstual dan berkelanjutan. Akhirnya, melalui analisis kritis terhadap praktik kuliner urban dan pedesaan, artikel ini bertujuan menawarkan kerangka strategis bagi pemangku kepentingan. Hal ini untuk menyeimbangkan antara penerimaan inovasi global dan pelestarian nilai-nilai kuliner tradisional Indonesia. Dengan demikian, kebudayaan makan Indonesia tidak hanya terlindungi, tetapi juga berkembang dalam wacana kuliner dunia

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dinamika

Dinamika merupakan suatu konsep yang merepresentasikan perubahan yang bersifat kontinu, kompleks, dan saling memengaruhi dalam suatu sistem sosial maupun budaya. Dalam konteks globalisasi budaya, dinamika mengacu pada cara berbagai praktik budaya, termasuk kuliner, berkembang dan berubah akibat interaksi lintas batas, teknologi, dan modernisasi (Appadurai, 1996). Dinamika ini bukan hanya mencerminkan proses akulturasi, tetapi juga bentuk resistensi budaya terhadap dominasi asing, yang terjadi secara simultan dalam ruang sosial yang semakin terbuka. Dalam ranah kuliner, dinamika terjadi ketika makanan tidak hanya menjadi kebutuhan biologis, tetapi juga medium ekspresi budaya dan ekonomi.

Makanan merupakan situs ideologis yang sarat dengan nilai, di mana perpaduan antara makanan tradisional dan kuliner asing dapat menciptakan medan tarik-menarik antara pelestarian dan komersialisasi (Heldke, 2003). Fenomena ini semakin kompleks di negara-negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki keragaman etnis dan kekayaan gastronomi, namun menghadapi tantangan penetrasi budaya populer asing. Dinamika kuliner dipercepat oleh media digital dan globalisasi ekonomi yang menciptakan platform lintas negara dalam mendistribusikan dan mempromosikan makanan (Johnston & Baumann, 2015). Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok memperlihatkan bagaimana makanan menjadi representasi gaya hidup global, sehingga kuliner asing dengan tampilan modern dan narasi internasional lebih mudah diterima, khususnya oleh generasi muda (Van Dijck, 2013). Hal ini berdampak pada berubahnya selera, preferensi, serta cara konsumsi makanan dalam masyarakat. Namun demikian, dinamika tidak selalu membawa dampak negatif terhadap kuliner lokal. Perubahan yang terjadi dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk merevitalisasi makanan tradisional melalui strategi adaptasi (Bessière, 1998). Salah satu strategi tersebut adalah pendekatan glocalisasi, yaitu adaptasi makanan asing dengan cita rasa lokal atau sebaliknya, makanan

asing dengan cita rasa lokal atau sebaliknya, makanan lokal yang dikemas dalam gaya internasional untuk menarik pasar yang lebih luas (Robertson, 1995). Dinamika ini menunjukkan bahwa pelestarian tidak harus bersifat konservatif, melainkan dapat bersifat inovatif dan berorientasi pasar. Dinamika juga menyentuh aspek politik ekonomi budaya makanan.

Dalam sejarah kolonialisme dan kapitalisme, makanan telah lama menjadi simbol hegemoni dan status (Mintz, 1985). Oleh karena itu, keberadaan kuliner asing dalam ruang konsumsi lokal tidak bisa dilepaskan dari dinamika kekuasaan global yang memperkuat dominasi negara-negara produsen budaya populer. Ketimpangan ini menuntut negara-negara seperti Indonesia untuk lebih proaktif dalam memperkuat narasi dan ekosistem kuliner lokal. Dari sisi antropologi budaya, dinamika kuliner dapat dibaca sebagai bagian dari perubahan identitas kultural yang bersifat performatif (Fischler, 1988).

2.2 Tren

Tren merupakan fenomena sosial yang menggambarkan perubahan pola perilaku atau preferensi masyarakat dalam kurun waktu tertentu. Dalam konteks budaya, tren memiliki kekuatan untuk mengarahkan selera, gaya hidup, dan konsumsi publik, termasuk dalam hal makanan. Tren berfungsi sebagai indikator dinamis dari nilai-nilai sosial yang sedang berkembang, yang sangat dipengaruhi oleh media, teknologi, dan interaksi global (Solomon et al., 2019). Oleh karena itu, memahami tren dalam ranah kuliner berarti juga memahami dinamika budaya dan ekonomi yang melingkupinya.

Tren kuliner asing telah menjadi bagian integral dari globalisasi budaya yang mempertemukan berbagai unsur makanan dari berbagai belahan dunia ke dalam satu ruang konsumsi. Fenomena ini sebagai bagian dari “grobalization”, yaitu penyebaran produk-produk budaya global yang menyeragamkan selera dan gaya konsumsi (Ritzer, 2019). Masuknya kuliner Korea, Jepang, dan Barat ke Indonesia tidak terlepas dari kekuatan media populer dan kampanye branding nasional dari negara asal makanan tersebut. Proses ini menunjukkan bahwa tren kuliner tidak hanya bersifat spontan, melainkan juga dikonstruksi secara sistemik.

Media sosial telah menjadi saluran utama dalam pembentukan tren kuliner global. Visualisasi makanan melalui platform seperti Instagram dapat secara signifikan memengaruhi persepsi nilai dan keinginan konsumen terhadap jenis makanan tertentu (Leong et al., 2020). Estetika visual, kecepatan penyebaran informasi, serta endorsement oleh influencer menjadi faktor penting dalam menciptakan “kuliner viral”. Di sinilah makanan asing seringkali lebih diunggulkan karena tampilannya yang modern, unik, dan dianggap mencerminkan gaya hidup global.

Namun, tren tidak selalu bersifat jangka panjang. Tren berkembang melalui siklus yang disebut sebagai “tipping point”, yaitu titik kritis ketika sesuatu berubah dari minoritas menjadi mayoritas (Gladwell, 2000). Dalam konteks kuliner, banyak makanan asing yang viral untuk sementara namun tidak bertahan lama dalam preferensi konsumen. Kendati demikian, tren-tren ini tetap memberi dampak besar terhadap persepsi masyarakat tentang makanan lokal, yang kadang-kadang dianggap “ketinggalan zaman” jika tidak mampu bersaing dari segi penyajian maupun promosi.

Pelestarian kuliner tradisional dalam konteks tren modern menuntut pendekatan yang strategis dan inovatif. Penting bagi pelaku industri makanan lokal untuk memahami karakteristik tren dan menyelaraskannya dengan identitas budaya lokal (Tellström et al., 2006). Hal ini dapat dilakukan melalui kreasi ulang (reinvention) makanan tradisional dengan tampilan yang lebih kontemporer tanpa meninggalkan nilai-nilai otentiknya. Strategi ini tidak hanya mempertahankan eksistensi kuliner lokal, tetapi juga membuka peluang ekspor budaya melalui makanan. Tren makanan tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh nilai simbolik dan narasi yang dibangun di sekitarnya (Sassatelli, 2015). Oleh karena itu, membangun narasi tentang asal-usul, proses pembuatan, dan nilai budaya dari makanan tradisional menjadi penting agar dapat bersaing dengan tren kuliner asing. Dalam hal ini, pelestarian bukan berarti penolakan terhadap modernitas, melainkan integrasi nilai tradisional dalam lanskap tren yang terus berkembang, tinjauan terhadap tren dalam konteks kuliner menunjukkan bahwa keberadaan kuliner asing dan tantangan pelestarian makanan lokal berada dalam arena yang sama, yaitu arena sosial budaya yang digerakkan oleh preferensi konsumen, media, dan globalisasi. Masyarakat dan pelaku industri perlu memahami logika di balik terbentuknya tren agar mampu mengelola dinamika ini untuk keuntungan budaya dan ekonomi jangka panjang.

2.3 Kuliner

Kuliner sebagai bagian dari budaya material memainkan peran penting dalam membentuk identitas sosial dan kolektif suatu masyarakat. Makanan bukan hanya sekadar kebutuhan biologis, tetapi juga mengandung makna simbolik yang kompleks yang dipengaruhi oleh sejarah, geografi, agama, dan struktur sosial (Montanari, 2006). Dalam konteks ini, kuliner menjadi sarana komunikasi budaya, di mana setiap jenis makanan merepresentasikan nilai dan tradisi yang diwariskan secara turun-temurun. Kajian kuliner juga berkaitan erat dengan konsep gastronomi, yaitu ilmu yang mempelajari hubungan antara budaya, makanan, dan kebiasaan makan. Gastronomi tidak hanya berbicara mengenai teknik memasak, tetapi juga mencakup aspek estetika, etika, dan identitas (Ferguson, 2004). Dalam masyarakat modern, praktik gastronomi mengalami pergeseran seiring meningkatnya mobilitas budaya dan globalisasi, sehingga menimbulkan tantangan tersendiri dalam mempertahankan warisan kuliner tradisional. Tren globalisasi telah mendorong pertukaran budaya yang intensif, termasuk dalam aspek makanan. Makanan asing dengan cepat menyebar dan diterima di berbagai

belahan dunia, termasuk di Indonesia. Penyebaran makanan Jepang di Asia menunjukkan bahwa proses ini sering melibatkan adaptasi cita rasa, kemasan, serta strategi pemasaran yang disesuaikan dengan konteks lokal (Cwierka, 2006). Hal ini juga terjadi pada berbagai jenis kuliner asing yang saat ini menjamur di Indonesia, dari makanan cepat saji ala Amerika hingga jajanan Korea Selatan yang sangat populer di kalangan anak muda. Fenomena tersebut menimbulkan kekhawatiran akan terpinggirkannya kuliner lokal. Makanan tradisional seringkali mengalami tekanan dari sistem pasar modern yang lebih mengedepankan kecepatan, efisiensi, dan estetika komersial (Scarpato dan Daniele, 2003).

Kuliner tradisional, yang umumnya diproduksi secara manual dengan proses panjang, cenderung kurang kompetitif jika tidak disesuaikan dengan selera pasar yang cepat berubah. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam agar pelestarian kuliner lokal tetap relevan di tengah persaingan dengan tren makanan asing. Kendati demikian, pelestarian kuliner tradisional tidak berarti menolak pengaruh luar, melainkan melakukan adaptasi selektif yang tetap mempertahankan nilai-nilai autentik. Dalam pandangan Bessière (1998), makanan tradisional dapat menjadi aset budaya dan ekonomi jika dikembangkan dalam kerangka pariwisata berkelanjutan dan pemasaran lokal.

Hal ini menuntut keterlibatan berbagai aktor, termasuk pemerintah, komunitas, pelaku industri kreatif, serta akademisi untuk mendorong strategi pelestarian yang partisipatif dan berbasis komunitas. Salah satu strategi penting dalam menjaga keberlangsungan kuliner lokal adalah melalui pendidikan dan narasi budaya. Narasi tentang asal-usul, makna simbolik, dan proses pembuatan makanan tradisional dapat meningkatkan apresiasi konsumen terhadap kuliner lokal (Long, 2004). Penguatan narasi ini dapat dilakukan melalui media, promosi digital, festival makanan lokal, serta kurikulum pendidikan budaya yang mengajarkan pentingnya makanan sebagai bagian dari warisan bangsa.

2.4 Tantangan

Pelestarian kuliner tradisional menghadapi tantangan besar di era globalisasi, khususnya dalam konteks persaingan dengan tren makanan asing yang semakin digemari masyarakat, terutama generasi muda. Globalisasi telah menciptakan pasar makanan yang lebih terbuka dan dinamis, di mana makanan asing lebih cepat menyebar melalui media sosial, produk hiburan, dan perdagangan bebas (Wilk, 2006). Dalam kondisi ini, makanan tradisional seringkali dianggap ketinggalan zaman, tidak praktis, atau kurang menarik secara visual dibandingkan makanan modern dan global. Salah satu tantangan utama dalam pelestarian kuliner tradisional adalah perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen.

Masyarakat modern semakin mengedepankan efisiensi, prediktabilitas, dan kenyamanan, karakteristik yang dimiliki oleh makanan cepat saji atau makanan instan (Ritzer, 2011). Hal ini menjadikan kuliner lokal yang membutuhkan waktu lama untuk dipersiapkan menjadi kurang diminati, terutama di kalangan urban yang sibuk dan memiliki mobilitas tinggi. Selain itu, tantangan datang dari kurangnya dokumentasi dan regenerasi pengetahuan kuliner lokal. Banyak resep dan teknik memasak tradisional diwariskan secara lisan dan tidak terdokumentasi dengan baik, sehingga rentan terhadap kepunahan seiring hilangnya generasi yang menguasainya (Cusack, 2000).

Kebergantungan pada transmisi informal dalam keluarga membuat kuliner tradisional sulit untuk bertahan di tengah arus modernisasi dan individualisme dalam masyarakat kontemporer. Tantangan lainnya adalah keterbatasan dukungan kebijakan dari pemerintah daerah maupun pusat dalam mendukung pengembangan kuliner tradisional sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Padahal, makanan lokal dapat menjadi daya tarik pariwisata budaya yang kuat jika dikemas dengan baik dan dijadikan bagian dari strategi pembangunan daerah (Richards, 2011). Namun, banyak daerah di Indonesia belum memiliki kebijakan yang konsisten dalam perlindungan dan promosi makanan tradisional.

Media juga memainkan peran ganda yang menantang. Di satu sisi, media dapat menjadi alat penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan makanan lokal, namun di sisi lain media arus utama cenderung memberikan porsi besar kepada tren makanan luar negeri yang sedang populer. Terdapat bias budaya dalam media makanan, di mana makanan dari Barat atau negara maju sering mendapat tempat lebih tinggi dalam narasi media daripada makanan lokal dari negara berkembang (Heldke, 2003). Tantangan pelestarian kuliner juga terkait erat dengan komersialisasi dan eksploitasi identitas budaya.

Dalam banyak kasus, makanan tradisional yang diangkat ke level industri kehilangan autentisitasnya karena harus disesuaikan dengan selera pasar atau efisiensi produksi (Bourdieu, 1984). Akibatnya, pelestarian yang hanya bersifat simbolik dan komodifikatif dapat mengaburkan makna asli dari kuliner tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami tantangan-tantangan ini secara komprehensif agar strategi pelestarian kuliner tradisional dapat dirancang dengan pendekatan yang berkelanjutan, partisipatif, dan berbasis komunitas. Upaya ini juga harus memperhatikan perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta dinamika sosial budaya yang terus berubah.

2.5 Pelestarian

Pelestarian budaya kuliner merupakan bagian penting dari upaya mempertahankan identitas nasional dan warisan budaya yang tak ternilai. Makanan adalah bagian integral dari budaya dan identitas suatu masyarakat, dan pelestariannya tidak hanya mencakup aspek fisik seperti resep atau bahan, tetapi juga nilai-nilai sosial dan

dan praktik yang menyertainya (Long, 2004). Dalam konteks ini, pelestarian kuliner tradisional menjadi sangat relevan di tengah gempuran tren makanan global yang mengancam eksistensinya. Kegiatan pelestarian harus mencakup dimensi edukasi, transmisi antar generasi, dan dokumentasi pengetahuan lokal.

Makanan tradisional memiliki nilai simbolik yang kuat dan merupakan alat penting dalam menyampaikan makna kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya (Bessière, 1998). Tanpa proses pelestarian yang terstruktur dan strategis, banyak pengetahuan kuliner tradisional akan menghilang secara perlahan akibat perubahan gaya hidup dan minimnya regenerasi pelaku budaya. Upaya pelestarian juga harus mempertimbangkan pendekatan holistik yang mencakup pemberdayaan masyarakat lokal. UNESCO (2010) menekankan pentingnya keterlibatan komunitas dalam menjaga warisan tak benda, termasuk kuliner. Komunitas lokal sebagai pemilik utama budaya kuliner tradisional harus dilibatkan dalam proses pelestarian agar tidak terjadi peminggiran atas pengetahuan dan praktik yang mereka miliki. Tanpa keterlibatan aktif masyarakat, pelestarian berisiko menjadi proses elitis atau sekadar formalitas administratif. Konteks pelestarian di era digital juga menghadirkan peluang dan tantangan tersendiri. Teknologi dapat digunakan untuk mendokumentasikan, menyebarluaskan, dan mempromosikan makanan tradisional secara luas (Leong-Salobir, 2011).

Platform digital seperti media sosial, vlog kuliner, hingga aplikasi resep makanan tradisional menjadi sarana penting dalam menjaga keberlangsungan eksistensi kuliner lokal. Namun demikian, adaptasi ini harus tetap menjaga otentisitas dan makna budaya agar tidak terjebak dalam komodifikasi berlebihan. Pelestarian kuliner juga harus dilakukan melalui integrasi ke dalam sektor pendidikan dan pariwisata. Gastronomi dapat menjadi elemen strategis dalam pembangunan pariwisata berbasis budaya, sekaligus sebagai sarana edukasi terhadap nilai-nilai lokal (Hall dan Sharples, 2003).

Dengan menjadikan kuliner sebagai bagian dari kurikulum sekolah atau promosi wisata, maka generasi muda akan lebih mengenal, mencintai, dan meneruskan warisan kuliner yang dimiliki daerahnya. Namun demikian, pelestarian tidak dapat dilepaskan dari kebijakan publik. Negara harus hadir dalam menciptakan regulasi dan kebijakan yang berpihak pada makanan lokal, misalnya dengan memberikan insentif kepada pelaku kuliner tradisional, melindungi hak kekayaan intelektual (HAKI) terhadap resep dan teknik, serta mendorong riset dan inovasi berbasis kearifan lokal (Tellström et al., 2006). Tanpa dukungan struktural, pelestarian akan sulit berkembang secara berkelanjutan.

Akhirnya, pelestarian kuliner tradisional adalah tanggung jawab kolektif yang membutuhkan sinergi antar sisi kehidupan. Antara lain masyarakat, akademisi, pelaku industri, dan pemerintah. Kolaborasi lintas sektor dan lintas generasi menjadi kunci dalam menghadapi tantangan globalisasi makanan. Hanya dengan mengakar pada nilai lokal dan memperkuat narasi identitas budaya, kuliner tradisional dapat bertahan dan berkembang dalam ekosistem global yang terus berubah (Trubek, 2008).

2.6 Tradisional

Kuliner tradisional merupakan salah satu bentuk ekspresi budaya yang mencerminkan identitas kolektif masyarakat serta nilai-nilai historis yang telah diwariskan secara turun-temurun. Tradisionalitas dalam kuliner tidak hanya mencakup bahan dan teknik pengolahan makanan, tetapi juga mencerminkan praktik sosial, spiritualitas, serta ekosistem lokal yang melingkupinya (Cusack, 2000). Di berbagai belahan dunia, kuliner tradisional dipandang sebagai bagian penting dari warisan budaya tak benda yang perlu dilestarikan dalam menghadapi arus modernisasi dan globalisasi. Makanan tradisional sering kali menjadi representasi penting dari sejarah kolonial dan migrasi, serta cerminan dari dinamika ekonomi dan politik suatu wilayah (Pilcher, 2006).

Di kawasan Asia, termasuk Indonesia, masakan tradisional kerap mencerminkan hasil akulturasi budaya yang panjang antara tradisi lokal, pengaruh Timur Tengah, Cina, dan kolonial Eropa. Hal ini memperkaya narasi tradisionalitas, sekaligus membuatnya lebih rentan terhadap asimilasi dan penyesuaian yang dapat mengaburkan akar budaya aslinya. Selain sebagai konsumsi fisik, makanan tradisional memiliki dimensi simbolik yang kuat. Makanan tradisional dapat menjadi medium dalam membangun rasa kebersamaan komunitas serta memperkuat ikatan dengan tempat asal (*terroir*) (Trubek, 2008).

Konsep ini penting dalam memahami bahwa tradisi kuliner tidak semata-mata berkaitan dengan resep atau rasa, melainkan juga keterhubungan emosional dan sosial yang membentuk identitas kolektif. Namun, tantangan pelestarian tradisi kuliner tidak hanya berasal dari luar, melainkan juga dari perubahan internal masyarakat. Perubahan gaya hidup, urbanisasi, dan persepsi terhadap makanan modern telah menyebabkan generasi muda semakin menjauh dari makanan tradisional (Leong-Salobir, 2011). Makanan cepat saji, kemudahan logistik, dan tren diet global turut mendorong marginalisasi makanan lokal dalam konsumsi sehari-hari.

Kendati demikian, terdapat upaya revitalisasi makanan tradisional di berbagai negara melalui pendekatan gastronomi lokal dan pariwisata budaya. Sangat penting memasukkan makanan tradisional ke dalam strategi pembangunan lokal, baik melalui promosi sebagai ikon wisata maupun sebagai komoditas ekonomi kreatif yang bernilai jual tinggi (Bessière, 1998). Strategi ini memungkinkan keberlanjutan kuliner tradisional dalam

sistem ekonomi modern tanpa kehilangan esensi budayanya. Isu otentisitas juga menjadi perdebatan penting dalam pelestarian tradisionalitas kuliner.

Dalam proses komodifikasi, makanan tradisional sering kali mengalami modifikasi agar lebih diterima pasar, yang pada akhirnya dapat mengikis nilai dan makna asli yang terkandung di dalamnya (Bell dan Valentine, 1997). Oleh karena itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara adaptasi dan pelestarian nilai-nilai otentik, kajian terhadap tradisionalitas dalam konteks kuliner memperlihatkan bahwa makanan merupakan medium budaya yang kompleks, dinamis, dan politis. Pelestarian makanan tradisional bukan hanya soal mempertahankan resep nenek moyang, melainkan juga menjaga ruang sosial dan makna simbolik yang terkandung dalam praktik kuliner tersebut. Oleh karenanya, riset terhadap dinamika kuliner tradisional menjadi penting untuk memahami transformasi budaya dan identitas lokal dalam konteks global yang terus berkembang (Wilk, 2006).

3. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian dalam artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus eksploratif. Prosesnya dilakukan pada beberapa wilayah kuliner tradisional di Indonesia yang mengalami pengaruh kuat tren kuliner asing. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai persepsi masyarakat, pelaku usaha kuliner, dan pihak pemangku kebijakan terhadap dinamika adaptasi dan pelestarian kuliner tradisional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, yang dianalisis dengan teknik analisis tematik (Braun dan Clarke, 2006).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi beberapa hal. Antara lain mengidentifikasi pola, makna, dan konstruksi sosial di balik perubahan preferensi konsumen serta upaya pelestarian yang dilakukan komunitas lokal. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta member checking kepada informan kunci. Penelitian ini juga mempertimbangkan konteks kultural, ekonomi, dan digitalisasi sebagai variabel intervensi dalam perubahan lanskap kuliner, sebagaimana dalam studi kualitatif berbasis konteks sosial (Creswell dan Poth, 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Dinamika Tren Kuliner Asing

Tren kuliner asing telah menunjukkan pertumbuhan signifikan di berbagai kota besar di Indonesia, ditandai dengan menjamurnya restoran Korea, Jepang, hingga Western food yang menasar kalangan urban muda. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku bisnis kuliner, preferensi konsumen terhadap makanan asing dipengaruhi oleh globalisasi budaya populer, khususnya melalui media sosial dan konten hiburan seperti drama Korea dan vlog kuliner internasional. Hal ini sejalan dengan globalisasi pangan membawa serta gaya hidup baru yang memengaruhi pola konsumsi masyarakat lokal (Wilk, 2006). Dalam wawancara mendalam dengan konsumen muda di Jakarta dan Bandung, mayoritas responden menyebutkan bahwa kuliner asing dinilai lebih “instagramable,” bersih, dan modern, dibandingkan dengan makanan tradisional.

Persepsi ini diperkuat dengan kemasan produk, interior restoran, serta gaya penyajian yang estetik. Fenomena ini sebagai bagian dari “McDonaldization”, di mana standar efisiensi, prediktabilitas, dan kontrol menjadi nilai dominan dalam konsumsi makanan global (Ritzer, 2011). Konsumen tidak hanya mencari rasa, tetapi juga pengalaman visual dan sosial. Data lapangan juga menunjukkan bahwa pelaku usaha kuliner lokal banyak yang ikut mengadopsi elemen-elemen visual dari restoran asing, baik dalam desain menu maupun penyajian produk. Fenomena ini disebut sebagai bentuk glokalisasi (glocalization), yaitu penggabungan unsur global dengan konteks lokal (Robertson, 1995).

Beberapa pelaku usaha kuliner tradisional mulai menyajikan makanan seperti nasi uduk atau gudeg dalam bentuk bento box atau cup agar lebih diterima pasar muda. Meskipun demikian, pendekatan ini masih terbatas dan belum menyentuh aspek substansial dari pelestarian budaya kuliner. Penetrasi makanan asing di pasar lokal juga dibarengi oleh strategi marketing digital yang agresif. Brand kuliner asing memanfaatkan influencer, food vlogger, dan TikTok marketing untuk menarik perhatian generasi muda. Hasil penelitian mendapati bahwa eksposur digital yang tinggi berbanding lurus dengan pertumbuhan restoran asing di kawasan urban.

Platform media digital memainkan peran penting dalam membentuk identitas makanan yang “trendy” dan layak dibagikan, sebuah proses yang turut melemahkan posisi makanan lokal yang kurang terepresentasi secara digital (Leong et al., 2019). Namun, tidak semua responden menunjukkan sikap inferior terhadap makanan lokal. Dalam beberapa kelompok diskusi, muncul pernyataan bahwa kuliner lokal tetap menjadi pilihan utama dalam momen-momen keluarga, keagamaan, atau tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa makanan tradisional masih memiliki nilai simbolik yang kuat.

Makanan merupakan simbol identitas kultural yang tidak mudah tergantikan meskipun terjadi tekanan globalisasi (Anderson, 2014). Diskusi juga menyoroti adanya kesenjangan dalam kebijakan pemerintah daerah dalam mendukung promosi makanan tradisional. Beberapa program festival kuliner lokal dianggap kurang masif dan kurang terdigitalisasi. Hal ini berbanding terbalik dengan pendekatan yang dilakukan negara-negara

seperti Korea Selatan atau Thailand, yang secara sistematis mempromosikan makanan nasional mereka ke pasar internasional sebagai bagian dari diplomasi budaya (Kim & Ellis, 2015).

Indonesia masih membutuhkan strategi kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas budaya dalam mengangkat citra kuliner tradisional. Temuan penelitian juga menyingkap bahwa di balik popularitas makanan asing, ada potensi keterasingan generasi muda terhadap proses, sejarah, dan makna di balik makanan tradisional. Generasi ini cenderung mengasosiasikan makanan lokal dengan generasi orang tua, dan tidak melihatnya sebagai bagian dari gaya hidup kontemporer. Ketika kuliner tradisional kehilangan konteks sosialnya, maka nilai budaya yang menyertainya pun ikut memudar (Pilcher, 2012), oleh karena itu, pelestarian tidak hanya harus bersifat fisik (produk), tetapi juga naratif dan edukatif.

4.2 Warisan Kuliner Tradisional Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warisan kuliner tradisional Indonesia memiliki nilai budaya yang mendalam dan menjadi identitas kolektif masyarakat. Makanan seperti rendang, gudeg, sate, dan soto tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi harian, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai lokal, seperti kebersamaan, kearifan lokal, dan ritual budaya (Achaya, 2004). Di berbagai daerah, kuliner menjadi bagian dari upacara adat, keagamaan, dan siklus hidup. Makanan tradisional juga merefleksikan geografi, sumber daya alam, serta sejarah interaksi antarbudaya di Nusantara.

Namun, penelitian lapangan mengungkapkan bahwa keberadaan kuliner tradisional semakin tersingkir oleh tren makanan modern dan global, terutama di kalangan generasi muda. Banyak pelaku usaha kecil mengeluhkan minimnya minat konsumen muda terhadap makanan tradisional yang dianggap “kuno” dan tidak sesuai dengan selera visual atau gaya hidup modern. Hal ini sesuai dengan temuan, yang menyatakan bahwa transformasi budaya pangan global seringkali menciptakan marginalisasi terhadap makanan lokal yang tidak mengikuti standar estetika global (Counihan dan Van Esterik, 2012). Wawancara dengan pelaku usaha kuliner tradisional di Yogyakarta dan Bali menunjukkan tantangan utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha adalah minimnya regenerasi dan keterbatasan akses promosi digital.

Pelaku usaha lanjut usia merasa kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi digital seperti media sosial dan platform daring, sementara generasi muda enggan melanjutkan usaha keluarga. Makanan merupakan bagian dari habitus sosial, dan ketika terjadi pergeseran nilai-nilai konsumsi, habitus lokal pun ikut terancam (Bourdieu, 1984). Meskipun begitu, terdapat juga upaya pelestarian kuliner yang dilakukan oleh komunitas kreatif, akademisi, dan pemerintah daerah melalui festival makanan tradisional, dokumentasi resep, serta kurasi narasi sejarah kuliner. Program seperti "Gastronomy Tourism" di beberapa wilayah telah mencoba mengangkat kuliner lokal sebagai aset budaya sekaligus ekonomi. UNESCO sendiri telah mengakui beberapa elemen budaya kuliner sebagai warisan tak benda (intangible heritage), termasuk makanan (UNESCO, 2010).

Namun, tantangannya adalah menjadikan pengakuan tersebut relevan di tingkat lokal dan tidak berhenti pada aspek seremoni. Penelitian juga menemukan bahwa salah satu hambatan pelestarian kuliner adalah transformasi gaya hidup masyarakat urban yang semakin cepat dan praktis. Proses memasak makanan tradisional yang umumnya panjang dan kompleks dinilai tidak sesuai dengan kehidupan modern. Seperti masyarakat modern, makanan semakin terlepas dari konteks sosial dan proses, dan lebih menekankan pada konsumsi cepat (Fischler, 1988).

Oleh karena itu, tantangan pelestarian tidak hanya terkait produk, tetapi juga proses dan makna sosial. Studi ini menemukan pula bahwa pengetahuan mengenai bahan lokal, teknik memasak tradisional, dan filosofi di balik masakan Indonesia mengalami penyusutan drastis di kalangan generasi muda. Misalnya, banyak responden tidak mengetahui perbedaan antara soto Betawi dan soto Lamongan, atau sejarah di balik makanan khas seperti nasi tumpeng. Sejalan dengan pendapat hilangnya pengetahuan kuliner lokal merupakan bentuk erosi budaya yang berlangsung perlahan namun pasti jika tidak diintervensi dengan program edukatif dan dokumentatif (Trichopoulou et al., 2007).

Data survei menunjukkan bahwa makanan tradisional masih memiliki pasar potensial, terutama jika dikemas ulang dengan pendekatan visual dan narasi modern. Inisiatif seperti restoran bertema nusantara dengan desain kontemporer terbukti mampu menarik konsumen muda, menunjukkan bahwa pelestarian bisa bersinergi dengan inovasi. Dalam konteks ini, pelestarian kuliner bukanlah bentuk konservatisme, tetapi strategi adaptif terhadap perubahan zaman (Inglis & Gimlin, 2009). Temuan menarik lainnya adalah adanya korelasi antara tingkat pendapatan rumah tangga dengan frekuensi konsumsi makanan tradisional di rumah.

Keluarga berpendapatan menengah cenderung lebih sering memasak makanan tradisional dibandingkan keluarga urban dengan mobilitas tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konteks ekonomi dan sosial turut memengaruhi praktik kuliner. Seperti disampaikan, makanan adalah produk dari struktur ekonomi dan sistem distribusi sosial yang lebih luas (Mintz, 1985). Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa warisan kuliner tradisional Indonesia berada dalam persimpangan.

Persimpangan yang terjadi karena kemajuan teknologi menyebabkan kuliner Indonesia ada di antara pelestarian dan transformasi. Diperlukan kolaborasi lintas sektor untuk mengintegrasikan kuliner tradisional ke dalam ekosistem budaya populer modern. Jika tidak, maka warisan kuliner hanya akan menjadi bagian dari nostalgia yang kehilangan fungsi sosialnya. Maka dari itu, pelestarian perlu didukung dengan inovasi, edukasi,

dan kebijakan yang strategis.

4.3 Tantangan Pelestarian Kuliner Tradisional di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dalam pelestarian kuliner tradisional di Indonesia terletak pada aspek generasi dan regenerasi. Banyak pengetahuan tentang resep dan teknik memasak tradisional yang tidak terdokumentasi secara tertulis. Resep tersebut hanya diwariskan secara lisan antar generasi, sehingga rawan hilang seiring waktu. Seperti disampaikan, makanan tradisional merupakan bagian dari warisan budaya yang rentan terhadap erosi ketika tidak didukung oleh sistem pelestarian yang berkelanjutan (Bessière, 1998).

Selain faktor generasi, perubahan gaya hidup masyarakat urban juga menjadi tantangan besar. Proses memasak makanan tradisional yang umumnya memerlukan waktu dan keterampilan khusus mulai ditinggalkan karena dianggap tidak praktis. Transformasi modernitas telah mengubah relasi antara manusia dan makanan, menjadikan makanan sebagai objek konsumsi cepat dan mengabaikan nilai simbolik serta proses sosial di baliknya (Fischler, 1988). Penelitian ini juga menemukan bahwa masuknya tren kuliner asing melalui media sosial dan globalisasi budaya turut mempersempit ruang bagi makanan tradisional.

Makanan asing dianggap lebih menarik secara visual dan lebih sesuai dengan selera generasi muda. Seperti yang dikemukakan, globalisasi pangan sering kali menciptakan homogenisasi budaya makan. Di sini, makanan lokal tidak memiliki daya saing visual dan branding yang kuat dibandingkan makanan global (Wilk, 2006). Dari sisi ekonomi, pelaku usaha kuliner tradisional menghadapi tantangan dalam hal modal, packaging, dan strategi promosi yang relevan di era digital.

Banyak UMKM makanan tradisional yang tidak memiliki akses atau keterampilan dalam penggunaan teknologi untuk memperluas pasar. Hal ini memperkuat argumen bahwa pelestarian makanan tradisional tidak cukup hanya dengan mempertahankan resep, tetapi juga menyesuaikannya dengan sistem distribusi dan promosi modern (Trichopoulou et al., 2007). Penelitian lapangan di tiga kota besar menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman antara pelaku usaha muda dan pelestari kuliner tua.

Generasi muda cenderung lebih fokus pada inovasi dan komersialisasi, sementara generasi tua lebih fokus pada keaslian dan nilai historis dari makanan. Hal ini menciptakan dilema antara orisinalitas dan adaptasi. Sebagaimana disebutkan, pelestarian budaya kuliner memerlukan dialog antar-generasi dan fleksibilitas dalam menginterpretasi nilai tradisional secara kontekstual (Heldke, 2003). Tantangan lain yang ditemukan adalah minimnya intervensi kebijakan publik yang komprehensif terhadap pelestarian makanan tradisional.

Meskipun beberapa daerah telah menyelenggarakan festival kuliner atau memasukkan makanan tradisional dalam kurikulum muatan lokal, namun belum ada strategi nasional yang terintegrasi dan berkelanjutan. Menurut UNESCO (2010), warisan budaya tak benda seperti kuliner memerlukan dukungan institusional yang kuat agar dapat hidup dan berkembang di tengah perubahan zaman. Ketidakpastian status hukum dan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual atas resep tradisional juga menjadi tantangan. Banyak makanan khas daerah yang diadopsi oleh pelaku industri besar tanpa pelibatan komunitas asal, sehingga terjadi ketimpangan manfaat ekonomi.

Dalam konteks ini, perlu ditekankan pentingnya pengakuan terhadap pengetahuan lokal dan hak komunitas dalam pengelolaan budaya tradisional sebagai bagian dari keadilan budaya dan ekonomi (Berkes, 1999). Dari sisi pendidikan, kurangnya literasi budaya pangan di kalangan pelajar dan mahasiswa juga mempercepat keterputusan generasi terhadap warisan kuliner. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden muda tidak mengetahui sejarah atau filosofi makanan lokal yang mereka konsumsi. Hal ini mendukung studi yang menyatakan bahwa makanan merupakan simbol identitas yang perlu diajarkan dan direkonstruksi dalam narasi pendidikan dan media (Appadurai, 1988).

Secara keseluruhan, pelestarian kuliner tradisional di Indonesia menghadapi tantangan multidimensi. Dimulai dari aspek sosial, budaya, ekonomi, hingga politik. Oleh karena itu, pelestarian harus didekati secara sistemik dan lintas sektor, termasuk keterlibatan aktif komunitas lokal, pelaku bisnis, akademisi, dan pemerintah. Jika tidak ditanggulangi secara serius, maka bukan tidak mungkin kekayaan kuliner Indonesia hanya akan tersisa sebagai arsip sejarah tanpa kehadiran nyata di meja makan masyarakat masa kini.

5. KESIMPULAN

Tren kuliner asing di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama di kalangan masyarakat urban dan generasi muda. Fenomena ini mencerminkan pengaruh globalisasi budaya yang masuk melalui media digital, pariwisata, dan gaya hidup modern. Seperti yang dijelaskan, makanan tidak hanya menjadi kebutuhan konsumsi, melainkan juga media representasi sosial dan identitas modern (Wilk, 2006). Dampaknya, preferensi terhadap makanan tradisional Indonesia mulai tergeser oleh daya tarik visual dan gaya penyajian kuliner asing yang dinilai lebih estetik dan trendi.

Namun demikian, keberadaan tren kuliner asing juga membuka peluang strategis untuk mengembangkan kembali warisan kuliner lokal melalui inovasi dan pendekatan adaptif. Penyesuaian resep, teknik penyajian, hingga pemanfaatan platform digital dapat menjadikan makanan tradisional kembali diminati tanpa kehilangan

nilai-nilai budayanya (Trichopoulou et al., 2007). Oleh karena itu, pelestarian tidak berarti mempertahankan bentuk lama secara kaku, melainkan menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat masa kini.

Keseluruhan hasil kajian ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri kuliner, akademisi, dan komunitas lokal dalam menjaga keberlanjutan kuliner tradisional Indonesia. Sejalan dengan pandangan, makanan tradisional memiliki potensi sebagai kekuatan ekonomi lokal sekaligus simbol budaya yang dapat memperkuat identitas nasional (Bessière, 1998). Untuk itu, strategi pelestarian perlu bersifat partisipatif dan dinamis, mengintegrasikan aspek budaya, ekonomi, dan edukasi guna menjawab tantangan modernisasi yang terus berkembang.

5.1 Saran

Untuk mengatasi tantangan pelestarian kuliner tradisional di tengah derasnya arus tren kuliner asing, perlu adanya strategi kebudayaan yang inklusif dan adaptif. Pemerintah daerah dan pusat dapat berperan lebih aktif dalam menciptakan kebijakan yang mendukung promosi kuliner lokal melalui festival, edukasi kuliner di sekolah, hingga insentif untuk pelaku UMKM kuliner tradisional. Integrasi antara budaya dan kebijakan pariwisata lokal dapat menjadi sarana efektif dalam memperkuat identitas gastronomi suatu wilayah dan mendukung ekonomi lokal (Everett dan Aitchison, 2008).

Selanjutnya, pelaku industri kuliner juga disarankan untuk mengembangkan model bisnis yang menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan pendekatan modern. Misalnya, dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran dan distribusi produk kuliner lokal atau menciptakan visualisasi penyajian yang sesuai selera generasi muda. Seperti yang diungkapkan, adopsi teknologi digital dalam gastronomi berpotensi besar untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan makanan tradisional ke skala global tanpa menghilangkan autentisitasnya (Lin, 2020).

Terakhir, upaya pelestarian harus melibatkan partisipasi masyarakat luas. Komunitas budaya dan pelaku kuliner rumahan dapat diberdayakan untuk menjadi agen pelestarian melalui pelatihan, dokumentasi resep, dan pengarsipan praktik kuliner tradisional. Makanan tradisional tidak hanya sekadar konsumsi, tetapi juga merupakan medium transmisi budaya antargenerasi (Bessière, 2013). Oleh karena itu, strategi pelestarian sebaiknya tidak bersifat top-down semata, melainkan bersifat partisipatif dan berkelanjutan dari hulu ke hilir.

5.2 Kebaruan Penelitian

Penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dalam memahami interaksi antara dominasi tren kuliner asing dan tantangan pelestarian warisan kuliner tradisional Indonesia melalui pendekatan kontekstual di era globalisasi budaya yang semakin intensif. Tidak seperti studi sebelumnya yang cenderung menyoroti aspek ekonomi atau pariwisata kuliner secara terpisah (Richards, 2015), artikel ini mengintegrasikan dimensi identitas budaya, perubahan sosial, dan respon komunitas lokal dalam merespons invasi budaya gastronomi global. Pendekatan ini memperluas kerangka pemikiran tentang foodscape dan glocalization dalam studi makanan tradisional, sebagaimana dikemukakan, dengan menempatkan kuliner sebagai arena kontestasi dan negosiasi budaya yang kompleks (Bell dan Valentine, 2013). Temuan ini memperlihatkan bahwa pelestarian kuliner tradisional bukan hanya tentang mempertahankan resep dan teknik memasak, melainkan juga tentang mempertahankan ruang simbolik, sosial, dan ekonomi masyarakat lokal dalam lanskap budaya yang semakin homogen.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Achaya, K. T. (2004). *Indian Food: A Historical Companion*. Oxford University Press.
- Anderson, E. N. (2014). *Everyone Eats: Understanding Food and Culture* (2nd ed.). New York University Press.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Bell, D., & Valentine, G. (1997). *Consuming geographies: We are where we eat*. Routledge.
- Bell, D., & Valentine, G. (2013). *Consuming geographies: We are where we eat*. Routledge.
- Berkes, F. (1999). *Sacred Ecology: Traditional Ecological Knowledge and Resource Management*. Taylor & Francis.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 712–712.
- Bessière, J. (2013). 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion of local resources. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Counihan, C., & Van Esterik, P. (2012). *Food and Culture: A Reader* (3rd ed.). Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five*

Approaches (4th ed.). Sage Publications.

Cusack, I. (2000). African cuisines: Recipes for nation-building? *Journal of African Cultural Studies*, 13(2), 207–225. <https://doi.org/10.1080/713674304>

Cwierka, K. J. (2006). *Modern Japanese cuisine: Food, power and national identity*. Reaktion Books.

Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>

Ferguson, P. P. (2004). *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. University of Chicago Press.

Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292. <https://doi.org/10.1177/053901888027002005>

Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Little, Brown.

Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). *South East Asia's second wave of cultural heritage management*. University of Melbourne Press.

Hall, C. M., & Sharples, L. (Eds.). (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Butterworth-Heinemann.

Heldke, L. (2003). *Exotic Appetites: Ruminations of a Food Adventurer*. Routledge.

Inglis, D., & Gimlin, D. (2009). *The Globalization of Food*. Berg Publishers.

Jang, H. Y. (2020). The global spread of Korean cuisine: The role of pop culture, social media, and cultural diplomacy. *Journal of Ethnic Foods*, 7(2), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s42779-020-00045-1>

Jang, S. (2020). Globalization of Korean cuisine: Transnational culinary practices and consumer identity. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s42779-020-00053-0>

Johnston, J., & Baumann, S. (2015). *Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. Routledge.

Kim, Y., & Ellis, A. (2015). Nation branding and popular culture: The case of South Korea. *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 383–397. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.892585>

Leong-Salobir, C. Y. (2011). *Food Culture in Colonial Asia: A Taste of Empire*. Routledge.

Leong, W., Wirtz, J., & Pangarkar, N. (2019). Service digitalization and food culture: Marketing strategies in the age of Instagram. *Journal of Service Management*, 30(3), 379–395.

Leong, W., Ooi, K., & Chong, A. (2020). Understanding consumer engagement on Instagram: The role of visual aesthetics in food marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102287. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102287>

Lin, Y. (2020). Digital gastronomy: Towards a new understanding of food and technology. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 100262. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100262>

Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky.

Mintz, S. W. (1985). *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. Penguin Books.

Montanari, M. (2006). *Food is Culture*. Columbia University Press.

Pilcher, J. M. (2006). Taco bell, Maseca, and slow food: A postmodern apocalypse for Mexico's peasant cuisine? *Gastronomica*, 6(1), 66–71.

Pilcher, J. M. (2012). *Planet Taco: A Global History of Mexican Food*. Oxford University Press.

Pieterse, J. N. (1995). Globalization as hybridization. *International Sociology*, 9(2), 161–184.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

Richards, G. (2015). Food experience as integrated destination marketing strategy. In M. Sotiriadis & D. Gursoy (Eds.), *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (pp. 221–236). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/9781784411728-017>

Ritzer, G. (2011). *The McDonaldization of Society 6*. SAGE Publications.

Ritzer, G. (2019). *The McDonaldization of Society (9th ed.)*. SAGE Publications.

Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25–44). Sage Publications.

Sassatelli, R. (2015). *Food and Culture: A Sociological Perspective*. Palgrave Macmillan.

Scarpato, R., & Daniele, R. (2003). New global cuisine: The diffusion of culinary innovations. In C. Cooper (Ed.), *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 331–343.

Solomon, M. R., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2019). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being (4th Asia-Pacific ed.)*. Pearson.

Sutton, D. (2010). *Rembrandt's kitchen: Cultural images and the pursuit of culinary excellence*. Harvard University Press.

Tellström, R., Gustafsson, I. B., & Mossberg, L. (2006). Consuming heritage: The use of local food culture in branding. *Place Branding*, 2(2), 130–143. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990044>

Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. University of Chicago Press.

- Trichopoulou, A., Soukara, S., & Vasilopoulou, E. (2007). Traditional foods: A science and society perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 18(8), 420–427. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2007.03.007>
- Trubek, A. B. (2008). *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir*. University of California Press.
- UNESCO. (2010). *The 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. Retrieved from <https://ich.unesco.org>
- UNESCO. (2018). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*.
- UNWTO. (2018). *Tourism and gastronomy*. World Tourism Organization.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Warde, A. (2016). *The practice of eating*. Polity Press.
- Wilk, R. (2006). *Home cooking in the global village: Caribbean food from buccaneers to ecotourists*. Berg.