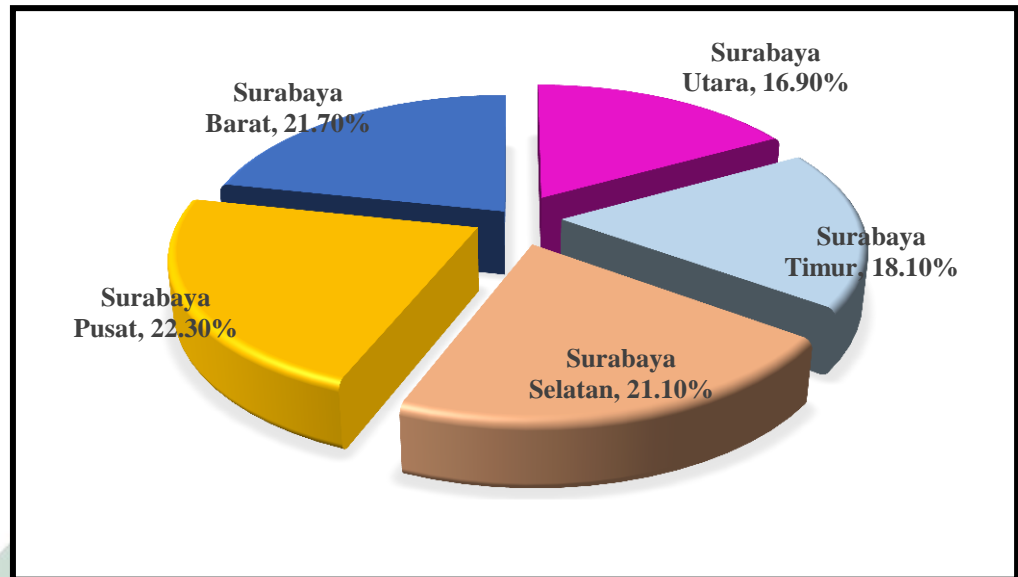


Kota Surabaya mulai dikenal dengan wisata kulinernya ditandai dengan menjamurnya bisnis makanan mulai dari yang berskala kecil yaitu bisnis makanan yang terdapat di tepi jalan, seperti warung-warung dan café tenda; bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan, dan café; sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

[illegible]

restaurant), dimana rumah makan jenis ini menawarkan menu-menu untuk konsumsi keluarga.

Gambar 3. 2
Penyebaran Bisnis Makanan di Surabaya



Sumber: Disparta Surabaya, Yellow Pages, www.surabaya.go.id

Lebih lanjut, ditinjau dari lokasinya, perkembangan kuliner di lima wilayah kota Surabaya, seperti terlihat di gambar 3. 2 dapat dikatakan cukup merata, meskipun sebagian besar masih banyak terpusat di wilayah Surabaya Pusat (22,2%) dan Surabaya Barat (21,7%).

Berbagai macam makanan dapat dijumpai, mulai dari cemilan hingga makanan utama yang beraneka ragam di berbagai sudut kota Surabaya, mulai pagi hingga malam hari. Tempat-tempat makanannya tersebut sangat unik, karena selain berfungsi untuk mengisi perut, biasanya juga berkembang sebagai tempat *nongkrong* untuk menikmati suasana kota Surabaya di malam hari. Rata-rata

Hasil survei Nielsen Indonesia (2010) pada 894 responden dari 6 kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Makassar dan Medan) menunjukkan 44% dari responden suka makan diluar rumah pada malam hari dengan frekuensi 1-3 kali perbulan. Dari survey tersebut juga diperoleh hasil bahwa kegiatan makan tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan makanan namun lebih kepada sosialisasi³.

Menurut Badan Pusat Statistik di Indonesia tahun 2014, sektor perdagangan, hotel dan restoran mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 8,11% dimana angka ini merupakan posisi kedua tertinggi setelah sektor pengangkutan dan komunikasi yang mencapai angka

³<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diakses Kamis, 10 November 2016 pukul 10.03 WIB.

Wiwiek Widayati, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, menyatakan bahwa permohonan izin mendirikan restoran dan café mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu bekisar 15%-20% setiap tahun (“Ambisi Jadi Kota Wisata Kuliner”, 2011)⁵.

Saat ini terdapat semacam *trend* bahwa perilaku makan dan minum di rumah makan bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan akan rasa lapar, tetapi sudah menjadi semacam gaya hidup tersendiri. Rumah makan menjadi tempat untuk bertemu dan bersosialisasi dengan kenalan atau teman baru (hal ini biasanya yang menjadi tujuan bagi kelompok konsumen usia muda), menjalin hubungan bisnis, bahkan bagi kelompok konsumen tertentu, perilaku makan dan minum di rumah makan memberikan *prestige* tersendiri bagi mereka. *Trend* tersebut sedikit banyak dipicu pula oleh

⁶ <http://www.beritakota.net/olahraga?start=2212>, diakses Senin 19 Desember 2016 pukul 22.41 WIB.

B. *Official Account Instagram @kulinersby*

Kekayaan serta keunikan kuliner-kuliner yang dimiliki kota Surabaya ternyata mendorong terbentuknya akun *instagram* khusus bernama @kulinersby yang dibuat mahasiswi jurusan Manajemen Universitas Airlangga Surabaya.

Awal mulanya mahasiswi jurusan manajemen ini tidak berniat untuk membuat sebuah akun kuliner di Surabaya. Fira mengaku awalnya hanya sekedar *iseng-iseng* namun lama kelamaan respon dari khalayak baik di Surabaya maupun luar Surabaya begitu antusias. Sehingga pada awal bulan pada tahun 2015, Syafira Devani mulai serius mengelola *official*

Official account instagram @kulinersby menampilkan berbagai macam jenis kuliner seperti Indonesian food, Chinese food, Western food serta variasi kuliner lainnya. Selain itu pada official account instagram @kulinersby terdapat informasi mengenai makanan yang halal maupun non halal yang ditampilkan di caption foto atau food capture. Dengan begitu informasi tersebut berguna bagi khalayak muslim dalam memilih kuliner.

Untuk pengkategorian halal dan non halal, Syafira Devani selaku *founder* sekaligus admin *instagram* @kulinersby berpedoman pada informasi yang diberikan langsung oleh pemilik restoran/kafe tentang bahan-bahan yang digunakan dalam membuat suatu makanan/minuman ataupun informasi tentang sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang ditunjukkan oleh pemilik restoran/kafe⁸. Dalam akun *Instagram* ini juga menampilkan promo-promo kuliner dan informasi mengenai tempat makan yang tentunya menjadi salah satu tujuan dibuatnya akun *Instagram* @kulinersby ini.

⁸ Wawancara peneliti dengan *founder official account instagram @kulinersby* via *telephone*, Sabtu 10 Desember 2016 pukul 10.02 WIB.

2. Followers Official Account Instagram @kulinersby

Pada awal tahun 2015 sekitar bulan Maret, jumlah *followers* melonjak menjadi 1780 *user*. Bulan Agustus bertambah menjadi 3.250 *followers*. Pada bulan Januari tahun 2016 jumlah *followers* mencapai sekitar 5000an. Jika dihitung

[illegible]

Pertambahan jumlah *followers official account instagram* @kulinersby ini mampu mengalahkan jumlah *followers* pada akun *instagram* kuliner Surabaya lainnya yang seumuran, seperti @sbyfoodie dengan jumlah *followers* sebanyak 50.400 orang, akun @waregcok sebanyak 33.800 *followers*, akun @kuliner_surabaya sebanyak 96.600 *followers*, akun @surabayafoodies sebanyak 116.000 *followers*, akun @subpoint23 sebanyak 25.400 *followers* dan akun kuliner lainnya. Jumlah *followers* ini tercatat pada tanggal 12 Desember 2016.

Hingga saat ini *Official account instagram @kulinersby* berhasil memiliki *followers* sebanyak 216ribu orang dalam waktu sekitar 26 bulan, lebih banyak jika dibandingkan dengan beberapa akun sejenis lainnya yang seumuran¹⁰. *Followers* akun @kulinersby terus bertambah setiap bulannya dan tidak hanya berasal dari Surabaya.

3. Foto atau Gambar Dalam *Official Account Instagram*
@kulinersby

Foto atau gambar yang dihasilkan dalam *official account* *instagram* @kulinersby mampu menghasilkan foto dengan

¹⁰ www.surabayafoodies.com, diakses Senin, 12 Desember 2016 pukul 16.15 WIB.

4. Logo *Official Account Instagram* @kulinersby

Gambar 3. 3



Logo Official Account Instagram @kulinersby

Sumber: Official Account Instagram @kulinersby

[illegible]

Dengan demikian logo *official account instagram* @kulinersby dapat diartikan sebagai akun yang me-review segala macam jenis makanan yang ada di Kota Surabaya yang dihidangkan diatas meja makan sebagai simbol aktivitas kulineran.

1. Profi Singkat Informan 1

¹² Wawancara peneliti dengan Syafira Devani, *founder official account Instagram @kulinersby* via *telephone*, Sabtu 10 Desember 2016 pukul 10.40 WIB.

“Gara-gara kulineran aku jadi suka masak-masak, nyoba resep baru terus pinginnya buka warung makan kecil-kecilan”¹³

3. Profi Singkat Informan 3

¹³ Wawancara dengan Informan Senin 26 Desember 2016 pukul 20. 03 WIB.

“Pernah lo aku pas dikongkon bosku nang Bali malah tak tinggal kulineran karo koncoku, tapi untunge gak konangan, hehe”¹⁴

4. Profi Singkat Informan 4

“Mending mangan nang pinggir dalan, wes murah akeh sisan, rasane yo pasti enak. Daripada mangan nang café

[illegible]

Muslichia Dwi Lestari adalah mahasiswi yang sangat aktif dalam kegiatan kampus. Tari sapaan akrabnya merupakan perempuan berdarah Jawa, Ibunya berasal dari Jember sedangkan Ayahnya asli Surabaya. Disela-sela ke aktifannya dalam organisasi, perempuan berumur 20 tahun ini selalu menyempatkan untuk berkuliner, entah itu di café maupun kaki lima baik dengan teman atau kekasihnya. Tari sering menggunakan media sosial *instagram* sebagai bahan informasi mengenai kuliner di Surabaya salah satunya adalah pada *official account instagram @kulinersby*.

Informan 8 adalah mahasiswi lulusan Hukum di Universitas Brawijaya Malang. Atika Fauziyah merupakan perempuan bersuku Jawa asli. Perempuan yang bertempat tinggal di Jalan Karah Agung I-A Surabaya ini memiliki hobi kuliner yang sangat *addict*, hal ini di dukung dengan keikutsertaannya pada komunitas *Food Photograph* Surabaya. Tak heran jika akun *instagram* yang dimilikinya dipenuhi dengan foto-foto makanan yang mengguyurkan lidah. Atika yang menyandang

[illegible]

Bulan. Sampe sekarang masih kuliner juga, tiga hari sekali biasanya tiap hari pas istri lagi males buat masak”²⁰

D. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilaksanakan mulai bulan Nopember hingga Desember melalui *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara mendalam serta observasi dengan beberapa khalayak di Kota Surabaya, peneliti mendapatkan data-data yang sangat bervariasi mengenai *interpretasi* khalayak terhadap *food capture* dalam *official account instagram @kulinersby*. Penelitian ini memfokuskan pada sebuah *food capture* dalam ranah komunikasi verbal dan non verbal serta bagaimana pemaknaan khalayak di Kota Surabaya mengenai *food capture* dalam *official account instagram @kulinersby* baik bagi khalayak yang hobi kulineran maupun tidak.

Budaya modern telah menjadi bagian dari gaya hidup individu saat ini. Gaya hidup yang berkaitan dengan pola makan konsumen didukung oleh maraknya berbagai macam tempat makan. Saat ini hampir seluruh jalanan kota digandrungi oleh pedagang yang menjajakan makanannya. Perkembangan media komunikasi seperti *handphone* yang kian canggih juga merupakan salah satu pendukung berkembangnya *lifestyle*.

Surabaya sebagai salah satu kota terbesar di Pulau Jawa tentunya mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan

²⁰ Wawancara peneliti dengan Pak Naryo, Informan 10 di kediaman Beliau Jalan Margorejo Gang Majid Nomor 34 Surabaya, Jum'at 6 Januari 2017 pukul 16.17 WIB.

Salah satu *Instagram* kuliner yang cukup populer di kalangan khalayak Kota Surabaya adalah *Official Account Instagram* @kulinersby yang dibuat oleh Syafira Devani. Ia membuat *Instagram* @kulinersby secara cuma-cuma dan memiliki hobi kuliner. Saat ini *official account instagram* @kulinersby memiliki lebih dari 319.000 *followers* dan terdapat lebih dari 2900 postingan kuliner. Selain sebagai *official account instagram* kuliner terbanyak se-Kota Surabaya, Fira sapaan akrabnya, saat ini aktif di komunitas Surabaya *Foodies* serta terus mengaplikasikan kecintaannya akan kuliner di Surabaya. Ia sudah terbiasa keluar masuk warung sampai rumah makan sambil mencicipi dunia kuliner dengan memberikan informasi positif kepada khalayak lewat jejaring sosial salah satunya *Instagram* dan *Line* (wawancara dengan Syafira Devani, Sabtu 10 Desember 2016). Berikut ini beberapa paparan data *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam peneliti dengan khalayak kota Surabaya:

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

ajang eksplorasi berbagai macam kuliner bagi para *foodies*. Eksplorasi segala macam kuliner yang beraneka ragam ini mampu memikat individu untuk ikutserta merasakan kuliner tersebut.

Makanan kini sudah menjadi bagian dari *life style* yang berhubungan dengan relasi sosial. Hal berbeda terjadi pada periode tahun 2014 dimana *social media* memiliki pengaruh yang penting dalam pembentukan *trend* makan saat ini.

Bagi khalayak kota Surabaya pemahaman *foodie* yang ada dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan potret kehidupan anak muda saat ini.

“Anak remaja yang lagi nongkrong, punya banyak waktu luang dan lagi gak ada kegiatan aja, nganggur. Suka *update* café yang hits, suka foto-foto, suka makan di luar, pokonya anak muda-muda lah *mbak*”²²

Berbeda dengan ibu satu anak yang seringkali menghabiskan waktu luangnya bersama keluarga dengan kulineran. Ia memahami bahwasanya *food capture* dalam *official account instagram @kulinersby* merupakan gambar seseorang yang sedang melakukan aktivitas makan mie.

“Gambar iki ta? Gambar wong wedok mangan mie ngene loh. Gambar wong sing lagi luweh, gambar wong seng seneng karo mie opo spageti dan koyoe wong iki seneng pedes soale sambele akeh, hahai (sambil tertawa)”

(Red. Gambar ini ta? Gambar anak perempuan makan mie gini loh. Gambar orang yang lapar, gambar orang yang suka sama mie atau spaghetti dan keliatannya orangnya suka pedas soalnya sambalnya banyak, hahai (sambil tertawa))²³

²³ Wawancara peneliti dengan Arsynda, Jum'at 6 Januari 2017 pukul 18.16 WIB.

“Mahasiswa yang suka nongkrong, tapi biasanya anak muda juga si, hehhe (tertawa). Ya apa ya yang biasa dialami sama mahasiswa dan anak muda aja. Soalnya aku sendiri juga gitu pas masi jadi mahasiswa” (*Focus Group Discussion* peneliti dengan April, Senin 26 Desember 2016)

Menurut pemahaman Atika alumni Universitas Brawijaya Malang mengatakan bahwasanya *food capture official account instagram @kulinersby* menggambarkan aktivitas khalayak khususnya anak muda yang sedang makan menikmati menu makanan yang dipesannya, dimana identik dilakukan oleh anak muda. Disisi lain mahasiswi yang sedang menjadi seorang advokat ini justru memahami bahwasanya *food capture* dalam *official account instagram @kulinersby* adalah bingkai gaya hidup individu yang sedang di-endorse. “*Kulinersby* kan banyak yang follow ada beberapa gambar yang menonjol banget kalo endorse”.²⁵

[illegible]

Alfi memahami bahwasanya beberapa *food capture* dalam *official account instagram* @kulinersby tidak hanya mencerminkan gaya hidup kulineran tetapi beberapa foto dalam *official account instagram* @kulinersby justru memperlihatkan postingan yang mengarah pada sebuah *endorse* dari suatu produk. Dimana terdapat gambar seorang perempuan yang sedang menikmati minumannya, seakan-akan terlihat seperti mencerminkan ia sedang meminum padahal tidak.

Pemahaman mengenai *food capture* juga dipahami oleh Ibu rumah tangga yang bernama Anis sebagai gambaran iklan. Ibu yang *addict* dengan makanan bakso memahami bahwasanya beberapa foto-foto pada *official account instagram @kulinersby* sebagai iklan yang dapat menghasilkan uang.

“Yo arek sak umuranmu seng senengane mangan nang nggon seng hits, koyok koen dewe kan? (sambil menunjuk kearah peneliti). Cekne ketok kekinian teros isok di sebar no nang facebook. Eh tapi iki kok ngene gambare (melihat pada beberapa food capture official account instagram @kulinersby). Nduduhno merk donate malahan. Koyoe di bayar wonge yo”

(Red. Ya anak seumuranmu yang suka makan di tempat yang hits, kayak kamu sendiri kan? (sambil menunjuk peneliti). Biar kelihatan kekinian terus bisa di *share* di *facebook*. Eh bentar-bentar ini kok gini gambarnya

²⁷ Wawancara peneliti dengan Alfi di Sony Cell Rungkut Surabaya, Kamis 5 Januari 2017 pukul 20.12 WIB.

Beberapa informan yang menjadi *followers official account instagram @kulinersby* meyakini bahwasanya gaya hidup kulineran memang tercermin sebagaimana dalam *official account instagram @kulinersby*, namun disisi lain keyakinan mereka tidak sepenuhnya yakin akan gaya hidup kulineran yang ada dalam bingkai *official account instagram @kulinersby*. Disisi lain mereka justru meyakini bahwasanya *food capture* dalam *official account instagram @kulinersby* justru dipahami sebagai *endorse*.

Hal ini dikarenakan adanya perbedaan latar belakang dan pengalaman yang dimiliki masing-masing informan. Informan yang memahami bahwasanya *food capture official account instagram @kulinersby* adalah sebagai gaya hidup kulineran yang memang sudah biasa dan sering terjadi di kehidupan anak muda dilatar belakangi oleh pengalaman-pengalaman kuliner dimasa lalunya. Sedangkan informan yang memahami bahwasanya *food capture official account instagram @kulinersby* sebagai ekonomi media yakni *endorse* dikarenakan latar belakang belakang informan yang seringkali aktif dalam bermedia sosial khususnya pada media sosial

[illegible]

2. Pemaknaan Khalayak Tentang *food Capture* Dalam *Official Account Instagram @kulinersby*

Seperti yang dikemukakan Baran & Davis bahwa setiap orang memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar budaya mereka²⁹.

²⁹ Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan Edisi Kelima*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm:12.

“Lah kan wes jelas toh lek iki (melihat pada salah satu gambar di instagram @kulinersby, anak perempuan minum) arek wedoke longgoh karo ngombe teros sampinge onok bungkuse ngombene, akeh sisan. Editane yo ketok kok. Guduk koyok dee emang posisi lagi kulineran, ngerti kan maksudku? Kan iklan gak langsung pure di publish to? Pasti di rias sek cekne apik di delok. Lek jareku yo akun kulinersby iku isok digae promosi kuliner-kuliner sekaligus isok dadi pusat informasi kuliner sisan. Dadi selaen dee ngenalno kafe-kafe nang wong-wong dekne yo sekaligus oleh sangu teko promosi-promosi iku”³⁰

(Red. Kan udah jelas ini perempuannya (melihat pada salah satu gambar di *instagram* @kulinersby, perempuan yang sedang minum), perempuan yang lagi duduk sambil minum dan disampingnya ada kemasan minumannya, banyak juga. Editannya keliatan kok. Bukan keliatan orangnya seperti lagi kulineran, ngerti kan maksudku? Kan iklan gak murni di *publish* pasti ada riasan-riasan biar keliatan bagus. Kalo kataku ya akun kulinersby itu bisa buat jasa promosi sekaligus bisa jadi pusat informasi kuliner. Jadi disamping dia jadi pusat informasi kuliner dia juga bisa jadi jasa promosi-promosi kuliner)

Bagi informan yang disapa Iva memaknai bahwasanya gaya hidup kulineran yang tercermin melalui foto merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu agar diakui sebagai kekinian atau istilah lainnya *hits*.

*“Yo wong seng nang kulinersby biasane cekne ketok hits
ae. Secara lo seng di posting akeh-akehe café-café
kekinian ngunu, café seng paling anyar lah, gak kudet
café. Dadi wong-wong seng nang nggon kafe seng di*

³⁰ Wawancara peneliti dengan Alfi, di Sony Cell Rungkut Surabaya, Kamis 5 Januari 2017 pukul 20.19 WIB.

(Red. Ya orang yang di kulinersby biasanya karena biar kelihatan *hits* aja. Secara kan yang di posting kebanyakan café-café kekinian gitu. Café yang paling baru lah, gak kudet café. Jadi orang-orang yang ke tempat rekomendasi kulinersby bisa jadi *hits* gitu ato karena dianya sendiri pengen *hits* aja)³¹

Berbeda dengan Iva, laki-laki berusia 23 tahun yang bekerja sebagai *Graphig Designer* ini memaknai *food capture instagram* @kulinersby merupakan cerminan dari hidup boros, dimana kebanyakan orang menghabiskan uangnya di café-café bukan di kaki lima.

“Wah gaya hidupe orang yang boros duit bro, seenggake dee nyepaki duwek perbulan dingo ngafe ta kuliner-kuliner seng musin ngunu. Dadi gak meker lek ate kulineran soale dee kan wes onok duwek dewe dinggo kulineran, onok jatah perbulane lah gawe kuliner, hehe (emoticon tersenyum)”

(Red. Wah gaya hidup orang yang boros uang, paling nggak dia ada dana tersendiri yang khusus buat kulineran yang *trend*. Jadi dia gak masalah berapapun harga makanan itu, soalnya udah ada dana tersendiri yang khusus buat kulineran, hehe (emoticon tersenyum))

Informan Alfi juga menambahkan bahwasanya tidak perlu kita menghabiskan banyak uang di tempat yang bergensi jika makanan yang ada di kafe tersebut bisa kita temui di kaki lima pinggir jalan dengan harga terjangkau dan porsi menu yang sama.

“Gak perlu lah wong-wong iku golek panganan tradisional nang kafe lek nang pasar ae onok.gausah

³¹ *Focus Group Discussion* di Kedai Warkop JJ Margorejo Surabaya, Senin 26 Desember 2016.

(Red. Tidak perlu lah orang-orang itu nyari makanan tradisional aja sampe di kafe, padahal di kaki lima aja bisa ditemui. Gak usah ngikutin apa itu *trend* kalo emang kita sendiri merasa diberatkan)

“Onok iklane. Aku kadang bingung iki iklan opo emang dekne teko nang café ne. kan mbingungi. Dee kan awale akun kuliner kok berubah dadi akun iklan, kan aneh? Aku kadang yo gak update banget karo kulinersby koyok mbiyene seng tiap kali metu kulineran ndeloi iki kan, saiki wes gak malahan. Aku dadi akeh-akehe ndelok grup kuliner suroboyo seng nang facebook iku, soale gak koyok mbiyen wisan³³

(Red. Ada iklannya. Terkadang aku bingung ini iklan apa benar-benar dia datang ke kafenya, kan bingungin. Dia kan gak *update* awalnya akun kuliner kok berubah jadi akun iklan, kan aneh? Aku terkadang ya gak *seupdate* dulu yang tiap kali mau kulineran mesti buka ig kulinersby. Aku jadi lihat grup kuliner Surabaya yang di *facebook* itu, soalnya udah gak kayak dulu lagi)

³³ Wawancara peneliti dengan informan Anis di Sony Cell Rungkut Surabaya, Kamis 5 Januari 2017 pukul 20.23 WIB.

(Red. Kalo aku si karena suamiku sendiri suka makanan laut, jadi aku biasanya nyari di *instagram*, kalo *facebook* grup kuliner Surabaya jarang, kebanyakan aku nyarinya di *instagram* karena *review* nya lengkap banget. Selama ini juga gak pernah nyesel si tiap kali kulineran, pas aja sama informasi kuliner yang dipublikasi, sesuai sama kondisi *realnya*) (wawancara Jum'at, 6 Januari 2017)

“Opo yo kan biasane lek aku kulineran iku soale pengen nyoba resep masakan baru kan. Nah biasane iku aku metu sek kulineran, misale aku lagi pengen gae kue cubit, aku kulineran sek nang nggong wong sing dodolan kue cubit enak, baru sak wayah-wayah lek nganggur opo lagi pengen masak aku gawe kue cubit dewe. Seng persis koyok aku tuku nang kafe kapanane”³⁵.

³⁵ *Focus Group Discussion* peneliti dengan Faizah di Kedai Warkop JJ Margorejo Surabaya, Senin 26 Desember 2016.

“Apa ya? (mikir) ya makan di luar rumah soalnya tempatnya yang keren, menunya enak sama sesuai selera mereka, ato kalo nggak karena mereka gak masak di kosnya, karena jauh dari orang tuanya aja kali ya, hehe, semacam anak rantau lah, kayak aku dulu pas jauh dari rumah kan mesti kulineran, nah biasanya informasi makanan itu nyarinya di *instagram* yang ngasi info kuliner di kota mereka tinggal. Kaya aku nih pas dulu di malang, kan males banget gitu kan, aku nyari info seputar kuliner aja si dulu di Malang jadi pake ig kulinermalang itu loh”³⁶

³⁶ Wawancara peneliti dengan Atika di Kediannya Karah Agung I-A Surabaya, Sabtu 7 Januari 2017 pukul 10.00 WIB.

“Mereka makan di café-café yang tempatnya bagus bareng temen-temennya biar dikira anak kafe aja. Kalo foto yang promosi itu kek gini (melihat pada salah satu *food capture official account instagram @kulinersby*) Samyang di tag di toko yang jual, promo makanan beli 1 gratis 1 (menunjuk pada gambar pantiezz pizza), banyak lah ini juga malah ada gambar *iphone*” (*Focus Group Discussion* dengan Lestari, Selasa 27 Desember 2016)

“Kulinersby makin hari makin gak ngulas tentang kuliner-kuliner Surabaya menurutku, beberapa postingan fotonya ada yang promosiin makanan-makanan gitu. *Followersnya* juga ngedukung si, paling banyak juga dibanding akun kuliner yang ngulas makanan Surabaya kek @kokobuncit @cecekuliner itu, biasanya kalo *folowersnya* banyak itu setauku buat jasa iklan, mungkin nanti @kokobucit, @cecekuliner sama akun yang nge-*review* kuliner-kuliner di Surabaya kalo uda banyak yang

