

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Jogja Scrummy

Sebuah oleh-oleh kekinian pertama di Yogyakarta yang dikemas lebih modern. Dude Harlino seorang artis sekaligus pemilik dari *brand* oleh-oleh ini terinspirasi dari sahabatnya yaitu Teuku Wisnu yang juga mempunyai kuliner kekinian di Malang. Kemudian Dude ikut membuka bisnis sejenis di kota Yogyakarta pada tanggal 23 Juni 2016. Alasan lain Dude membuka kuliner kekinian ini karena pernah mempunyai memori indah di Yogyakarta sebab filmnya ada yang di produksi di kota tersebut. Selain itu Yogyakarta mempunyai berbagai potensi yang patut diandalkan seperti sejarah, sosial, budaya, dan wisatanya. Apalagi bagi Dude, Yogyakarta merupakan kota yang menjadi daerah tujuan wisata. (Ingat Jogja, Ingat Jogja Scrummy, <https://jogjascrummy.com/>, diakses pada 8 Oktober 2018).

Brand dengan nama Jogja Scrummy ini berwujud kue dengan lapisan puff pastry dan brownies kukus yang mempunyai banyak varian rasa dalam isinya. Jogja Scrummy sendiri menghadirkan berbagai varian rasa diantaranya cokelat, keju, caramel, taro, mangga dan srikaya. Selain itu juga ada produk yang bernama Premium Carrot Cake. Premium Carrot Cake yaitu Jogja Scrummy yang diolah dengan komposisi wortel dari lereng gunung Merapi. Adapun pilihan rasanya seperti cheese original, frozting cheese, peanut, caramel, dan cokelat. (Ingat Jogja, Ingat Jogja Scrummy, <https://jogjascrummy.com/>, diakses pada 8 Oktober 2018).

Semua varian rasa diatas tersedia di *outlet* Jogja Scrummy yang berada di Jln. Kaliurang Km. 5.5 No.44 Depok Sleman- Yogyakarta; Jl. Jogonegaran, Sosromenduran, Gedong Tengen; Mall Malioboro Low Ground Depan Hero Mall Malioboro; Jl. Laksda Adi Sucipto Km 7 TB I No 5 Rt 003 Rw 002 Tambak Bayan, Catur Tunggal Depok Sleman, Yogyakarta; Gerai Bandara Adisucipto (ruang tunggu keberangkatan terminal A Bandara Adisucipto); Jl. Brigjen Katamso No. 198, Keparakan, Mergansan, Yogyakarta, dan Gerai Stasiun Tugu Yogyakarta Pintu Timur dan Selatan (diruang tunggu stasiun). (Ingat Jogja, Ingat Jogja Scrummy, <https://jogjascrummy.com/>, diakses pada 8 Oktober 2018).



Gambar 2. 1: Peta Jogja Scrummy di titik kota Yogyakarta (diambil dari [Meski awalnya bagi Dude merintis bisnis oleh-oleh makanan ini tidaklah mudah. Apalagi kota wisata ini sudah melekat dengan beberapa ikon makanan, seperti Bakpia dan Gudeg. Sebab “sebagai pemula, kami membuat sesuatu yang baru dan berbeda. Kami ingin lebih mendekatkan antara Jogja dan Scrummy. Tantangan awal, bagaimana secepat mungkin memasarkannya, dan lebih dulu masyarakat lokal bisa menerimanya,” ungkap Dude. \(Yunianingrum, 16 Maret 2017\).](https://www.google.com/search?safe=strict&q=jogja+scrummy&npsic=0&rflfq=1&rlha=0&rlag=-7777089,110388558,3607&tbm=lcl&ved=2ahUKEwj6-n6wLTiAhWFfH0KHOBIBQwOtgN6BAgIEAU&tbs=lrf:!2m1!e2!2m1!e3!3sIAE.lf:1,lf ui:10&rldoc=1#rflq=hd::si::mv:!1m2!1d-7.677894299999999!2d110.4237587!2m2!1d-7.817972599999999!2d110.35827359999999!3m12!1m3!1d67866.6003894047!2d110.39101615!3d-7.747933449999999!2m3!1f0!2f0!3f0!3m2!1i191!2i412!4f13.1;tbs:lrf:!2m1!e2!2m1!e3!3sIAE.lf:1,lf ui:10, tanggal 24/05/19).</p>
</div>
<div data-bbox=)

Tidak beda halnya dengan kue artis lainnya, Jogja Scrummy juga memiliki sebutan untuk para konsumennya yaitu “Scrummia” untuk *tag linenya* sendiri yaitu “Ingat Jogja Ingat Jogja Scrummy”. Jogja Scrummy sendiri merupakan kreasi atau ide baru yang diproduksi khusus sebagai salah satu pilihan kuliner sekaligus oleh-oleh Kota Yogyakarta.

B. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah kuliner (oleh-oleh) artis di Yogyakarta khususnya Jogja Scrummy. Pemilihan objek tersebut karena Jogja Scrummy

merupakan kuliner artis yang pertama kali ada di Yogyakarta. Selain itu Jogja Scrummy juga memiliki yel-yel yang menguatkan bahwa ingin mengaku sebagai kuliner Yogyakarta. Apalagi kuliner tersebut tempatnya berdekatan sehingga memudahkan di lapangan ketika observasi.

Teks yang dianalisis dalam penelitian ini adalah ruangan Jogja Scrummy. Alasan memilih ruangan sebagai teks yang diteliti karena dengan melihat ideologi dari cara Jogja Scrummy merepresentasikan Yogyakarta lewat ruangnya, maka bisa mengetahui sebab dari bisnis kuliner artis harus merekatkan bisnisnya dengan Yogyakarta. Kemudian pada level produksi dan konsumsi teks peneliti memilih konsumsi teks karena lebih mudah untuk mendapatkan data dari *audience* (wisatawan). Selain itu, pihak Jogja Scrummy begitu sulit untuk dimintai data dan kemungkinan untuk bertemu dengan artisnya sangat kecil.

Tabel 2.1
Unit Analisis dan Kategorisasi

Level Analisis	Fokus	Kategorisasi
Teks	Representasi, Relasi dan Identitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representasi dari <i>outlet</i> kuliner artis. 2. Relasi dari <i>outlet</i> kuliner artis. 3. Identitas dari dari <i>outlet</i> kuliner artis.
Praktik Diskursif	Konsumsi Teks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumsi teks meliputi bagaimana masyarakat yang hidup dalam ruang sosial menafsirkan <i>outlet</i> kuliner artis. 2. Konsumsi teks berkait dengan tataran <i>audience</i> yang dituju. Ada pembeli asli Yogyakarta dan pembeli luar kota Yogyakarta (wisatawan). 3. Objek tekstual: Resepsi teks 4. Teks/Ruang/<i>Outlet</i>:

		Mediatisasi
Praktik Sosiokultural	Sosial, situasional yang mengkonstruksi teks secara keseluruhan	1. <i>Tourism</i> 2. <i>Selebrity</i> .

C. Informan Penelitian

Informan yang pertama kali diwawancarai ketika pengumpulan data yaitu Novi Dwi Endarwati selaku pembeli Jogja Cushy Cheese. Novi berkelahiran Yogyakarta 8 November 1970 bertempat tinggal di Taman Siswa 908. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 9 Oktober 2018 bertempat di Jalan Kaliurang KM.5 Yogyakarta, atau lebih tepatnya di samping outlet Jogja Cushy Cheese. (<http://www.jogjacushy.com/2018/01/lokasi-jogja-cushy-cheese-jakal.html>, diakses 31 Maret 2018). Novi membeli Jogja Cushy Cheese untuk yang pertama kalinya, dimana sebelumnya ia sudah pernah membeli Jogja Scrummy.

Informan kedua yaitu seorang pembeli Jogja Scrummy yang enggan disebutkan namanya. Narasumber kali ini berkelahiran di Boyolali 20 Oktober 1988 yang bertempat tinggal di Solo. Adapun tujuan ia berkunjung ke Yogyakarta adalah berwisata kemudian tertarik membeli Jogja Scrummy. Pengambilan data ini dilakukan di depan outlet Jogja Scrummy yaitu di ruang tunggu Stasiun Tugu pintu selatan pada tanggal 13 Oktober 2018. Kuliner artis yang pernah ia beli selain Jogja Scrummy adalah Mamahke Jogja.

Informan atau narasumber ketiga adalah tukang parkir Jogja Scrummy yang bernama Tugiman alias pak Ompong. Tugiman yang sering dipanggil pak Ompong ini berumur 63 tahun orang asli Yogyakarta yang bertempat tinggal di jalan Kaluirang Km.5 atau belakang *outlet* Jogja Scrummy. Beliau menjadi tukang parkir sudah 19 tahun lamanya sejak sebelum Jogja Scrummy berdiri. Wawancara dengan Tugiman dilakukan pada 23 Oktober 2018 di depan *outlet* Jogja Scrummy (Jln. Kaliurang Km. 5.5 No.44 Depok Sleman – Yogyakarta).

Informan keempat yaitu pembeli Mamahke Jogja yang bernama R. Sindri dengan panggilan Eres. Ia lahir di Pacitan 16 Juli 1994, Eres ke Yogyakarta bertujuan untuk berwisata atau berlibur yang kemudian membeli Mamahke Jogja di acara “Cip-icip Mantul” yang diselenggarakan di Lantai Atrium Mall Malioboro

dimana Mamahke Jogja ikut berjualan di acara tersebut. Selain Mamahke Jogja, Jogja Scrummy juga turut berjualan diacara itu. Wawancara yang dilakukan di pelataran Malioboro Mall pada 28 Oktober 2018.

Informan kelima yaitu Agam Surya Dwi Prabowo selaku kenek bus pariwisata. Tempat tanggal lahir Agam, Puworejo 1 Juni 1998. Wawancara ini dilakukan dua kali pada waktu perjalanan sepulang dari Bandung pada 10 November dan 11 November 2018. Pada waktu di Bandung Agam membeli Bandung Makuta, alasan membeli Bandung Makuta karena adiknya yang minta. Bahkan Agam mengaku setiap ke Bandung pasti membeli Bandung Makuta. Awalnya Agam tau Bandung Makuta karena penumpangnya atau wisatawan dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta membeli Bandung Makuta. Kemudian Agam kepengen untuk membelinya. Ia membeli Bandung Makuta tidak langsung ke *outletnya* tetapi lewat Gojek.

