

Peluang Penelitian Sosiologi Wisata Makanan: Sebuah Analisis Bibliometrik

Agustina Multi Purnomo 

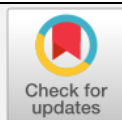
Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer,
Universitas Djuanda, 16720, Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

Korespondensi: agustina.m@unida.ac.id

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Purnomo, A. M. (2022). *Sociology of Food Tourism Research Opportunities: A Bibliometric Analysis*. *Society*, 10(2), 301-320.

DOI: [10.33019/society.v10i2.433](https://doi.org/10.33019/society.v10i2.433)

Hak Cipta © 2022. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-

NonKomersial-BerbagiSerupa
(CC BY-NC-SA)

Dikirim: 25 Oktober, 2022;

Diterima: 28 November, 2022;

Dipublikasi: 16 Desember, 2022;

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk merumuskan peluang penelitian sosiologi dalam wisata makanan. Penelitian menggunakan metode literature review dengan analisis bibliometrik untuk menemukan isu yang paling banyak dibahas dan peluang pembahasan isu baru yang belum banyak dibahas. Peneliti menggunakan software VOSViewer edisi 1.6.18 untuk menganalisis 3.055 artikel penelitian di website ScienceDirect dalam kurun waktu 1999-2023. Periode publikasi terbagi menjadi tiga sesuai dengan kemampuan pengunduhan artikel yang hanya mampu mengunduh 1000 artikel dalam setiap periode. Peneliti melakukan analisis perkembangan publikasi, penerbit, lingkup, kata kunci utama, gugus, peta visualisasi kepadatan, hamparan, dan jaringan penelitian sosiologi wisata makanan. Hasil analisis menemukan jumlah penelitian sosiologi wisata makanan semakin meningkat, namun jurnal sosiologi belum menjadi penerbit dengan jumlah artikel terbanyak. Peluang penelitian terdapat pada topik kebijakan, ketidak-setaraan, dan migrasi. Peluang juga terdapat pada pengaitan topik-topik baru dan lama dengan topik lain. Penelitian-penelitian terdahulu belum banyak mengkaji interaksi antara aktor penyedia makanan dan aktor lain dalam pembentukan destinasi wisata makanan. Disarankan penelitian selanjutnya adalah topik kebijakan, ketidak-setaraan, migrasi, teoretisasi sosiologi wisata makanan, dan interaksi antar aktor dalam produksi tempat wisata.

Kata Kunci: Analisis Bibliometrik; Literature Review; Sosiologi; Wisata Makanan

1. Pendahuluan

Penelitian sosiologi berfokus pada ragam kondisi sosial. Ranah penelitian sosiologi dapat berupa kondisi sosial saat ini, runutan sejarah, isu moral, kebijakan, struktur dan kelembagaan dalam masyarakat, perilaku dan interaksi, serta ranah sosial dalam lingkup mikro dan makro (Collins, 1989). Ranah penelitian sosiologi yang luas dapat tergambarkan dari teori sosiologi yang meliputi banyak ranah penelitian di bidang kelimuan lain (Ritzer, 1990; Holzhauser & Eggert, 2021). Penelitian sosiologi telah berkembang dalam bidang pendidikan (Diamond, 2018; Lingard, 2021), keagamaan (Altglas & Wood, 2018; Jung & Park, 2020); kesehatan (Dmitrieva & Frolov, 2020; Henwood & Marent, 2019), bahkan di ilmu alam (Joksić, 2022; Zeynep & Sever, 2020).

Ranah penelitian sosiologi yang luas membuka peluang penelitian di bidang pariwisata. Peneliti sosiologi pariwisata telah mengajukan agenda penelitian sosiologi pariwisata yang berfokus pada keberagaman dan eklektisme (Cohen, 1979). Perkembangan penelitian sosiologi pariwisata selanjutnya menunjukkan dinamika penelitian sosiologi pariwisata. Arah penelitian menuju pada penelitian deglobalisasi dan pergerakan nasionalistis (Cohen & Cohen, 2017), dampak sosial pariwisata (Movassaghi, 2022), konteks sosial politik terhadap pembangunan pariwisata (yu Park, 2022), dan pariwisata berkelanjutan dari pandangan sosiologi (Sharma *et al.*, 2021).

Salah satu bidang dalam pariwisata adalah wisata makanan. Wisata makanan merupakan bagian penting dalam pariwisata di Indonesia. Kuliner sebagai bagian dari wisata budaya memiliki portofolio produk 60% dari seluruh produk pariwisata Indonesia (Kementrian Pariwisata Republik Indonesia, 2015; 2018). Pengembangan wisata makanan memiliki potensi tinggi karena Indonesia memiliki banyak sumberdaya wisata makanan (Komaladewi *et al.*, 2017; Wijaya, 2019). Wisata makanan telah berkembang menjadi daya tarik wisata kota (Purnomo, 2021a). Wisata makanan dapat mendorong keberlanjutan pembangunan pariwisata dan pemberdayaan masyarakat (Purnomo, 2016; Purnomo, 2021b; Purnomo, 2021c; Purnomo, 2021d).

Penelitian mengenai wisata makanan di Indonesia telah banyak membahas mengenai aktor penyedia layanan kuliner (Darsana & Susanti, 2022; Maranisy, 2021). Penelitian terdahulu juga telah banyak membahas pengalaman pengunjung (Agyeiwaah *et al.*, 2019; Widjaja *et al.*, 2020), pembangunan wisata kuliner (Mahfud *et al.*, 2018; Wardani *et al.*, 2018), dan pemetaan lokasi dan sumberdaya wisata kuliner (Ekowati & Widiyanto, 2021; Wijaya, 2019). Literatur *review* penelitian wisata makanan membahas fokus dan tujuan penelitian wisata kuliner di Indonesia (Darsana & Susanti, 2022; Putra, 2021). Literatur *review* di lingkup internasional telah membahas prospek strategi pemasaran (Liberato *et al.*, 2020), perkembangan teknologi dalam pengembangan wisata kuliner (Schimperna *et al.*, 2021), pembangunan wisata kuliner (Manola & Koufadakis, 2020; Rachão *et al.*, 2019), dan perkembangan kajian di wisata makanan (de Jong *et al.*, 2018; Nair & Mohanty, 2021).

Belum banyak penelitian yang mengkaji perkembangan penelitian sosiologi dalam wisata makanan. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk merumuskan peluang penelitian sosiologi wisata makanan. Penelitian menggunakan analisis bibliometrik untuk menemukan isu yang paling banyak dibahas dan peluang pembahasan isu baru yang belum banyak dibahas.

2. Studi Pustaka

2.1. Wisata Makanan

Wisata makanan (*food tourism*) dikenal dengan banyak istilah, seperti wisata kuliner, *gastronomy*, *gourmet*, dan *cuisine*. United World Tourism Organization (UNWTO) menggunakan

istilah wisata gastronomi. Istilah kuliner mengacu pada jenis makanan (UNWTO & Basque Culinary Center, 2019, p. 8). Pemerintah Indonesia menggunakan istilah wisata kuliner (Purnomo, 2020). Istilah kuliner dianggap mengacu pada sisi konsumsi sehingga Istilah gastronomi lebih tepat untuk menggambarkan proses produksi dan konsumsi makanan dalam pariwisata (de Jong *et al.*, 2018). Namun, istilah kuliner juga dianggap lebih tepat daripada istilah gastronomi yang digunakan untuk menggambarkan cara mengkonsumsi makanan (Batat, 2020; Liberato *et al.*, 2020). Penelitian lain menggunakan istilah gastronomi untuk menggambarkan pengalaman makan, pembangunan wisata, dan bahkan sisi konsumsi dalam wisata makanan (Kokkranikal & Carabelli, 2021; Sio *et al.*, 2021; Umedovna & Oktyamovna, 2021). Istilah *cuisine* mengacu pada jenis makanan tertentu dalam wisata makanan (Dancausa-Millan *et al.*, 2022; Lai *et al.*, 2019). *Cuisine* merupakan jenis makanan dan gastronomi, food, atau kuliner merupakan wisata (Alonso & Kok, 2020; Kumar, 2021; Vázquez-Medina & Medina, 2020). Namun, penelitian lain menggunakan istilah *cuisine* sebagai bentuk wisata makanan (Mohanty & Sadual, 2019). Perbedaan pendapat juga terjadi pada wisata *gourmet*. *Gourmet* mengacu pada jenis makanan atau bumbu tertentu, gaya menyajikan makanan, dan juga pada bentuk wisata (Dancausa-Millan *et al.*, 2022; Férérol, 2018; Walter *et al.*, 2022).

Hall & Sharples (2003, p. 11) menggunakan istilah wisata makanan (*food tourism*) sebagai istilah umum. Perbedaan antara kuliner, gastronomi, *gourmet*, dan *cuisine* terletak pada kontinum tingkat perhatian dan tujuan pengunjung. Istilah wisata *gourmet* menunjukkan perhatian pengunjung pada makanan paling tinggi disusul oleh gastronomi dan *cuisine* dan terakhir kuliner. Makanan merupakan tujuan utama pengunjung pada wisata *gourmet*. Pengunjung khusus datang ke suatu tempat untuk menikmati makanan tertentu pada wisata gastronomi dan *cuisine*. Makanan merupakan bagian dari perjalanan wisata pada wisata kuliner.

Penelitian mengenai wisata memposisikan makanan sebagai bagian penting karena konsumsi makanan selama perjalanan wisata (Havadi-Nagy, 2020; Kocovski & Risteski, 2018). Hall & Sharples (2003, p. 11) membedakan antara makanan sebagai wisata dan makanan dalam wisata. Konsumsi makanan karena lapar selama melakukan perjalanan wisata tidak termasuk dalam kategori wisata makanan. Pengunjung datang karena ada makanan yang berbeda disebut sebagai wisata perdesaan atau perkotaan tergantung pada lokasi makanan.

Mengacu pada penelitian terdahulu, penelitian mengenai wisata makanan terkait dengan makanan dan tujuan wisata makanan. Makanan terkait jenisnya, tempatnya, budaya, proses membuat, menyajikan, dan mengkonsumsi. Studi wisata memandang makanan sebagai atraksi yang menjadi daya tarik wisata (Kušen, 2010, 2017). Tujuan wisata atau destinasi mengacu pada suatu tempat yang memiliki sistem atraksi yang dibangun oleh aktivitas beragam aktor (Everett, 2012; Jovicic, 2017; Kušen, 2010; Kušen, 2017; Lee *et al.*, 2019; Saraniemi & Kylänen, 2011). Makanan menjadi sebuah wisata karena mengalami beragam proses yang melibatkan makanan, aktor dan aktivitas aktor dalam membangun tempat wisata (Ellis *et al.*, 2018). Studi wisata makanan juga mengaitkan makanan dan destinasi wisata makanan dengan pembangunan daerah, kelestarian lingkungan, keadilan, perubahan budaya, politik dan isu-isu sosial lain (Purnomo, 2016; Purnomo, 2021a; Purnomo, 2021b; Purnomo, 2021c; Purnomo, 2021d). Oleh karena itu, studi mengenai wisata makanan melibatkan banyak disiplin ilmu di luar kepariwisataan.

2.2. Sosiologi Wisata Makanan

Sosiologi sebagai ranah ilmu sosial telah menaruh perhatian terhadap makanan. Makanan bukan hanya sebagai sesuatu yang dimakan namun menunjukkan kelembagaan sosial (Moya *et*

al., 2022). Makanan menunjukkan status sosial (Ma, 2015). Salah satu refleksi dari budaya masyarakat adalah makanan (Murcott, 2019, p. 13; Stajcic, 2013, p. 5). Konsumsi dan produksi makanan menunjukkan perubahan, status, perbedaan, dan masalah sosial (McIntosh, 1996, p. 9). Konsumsi dan produksi makanan merupakan bagian dari kajian sosiologi mengenai cara mendapatkan, menyajikan, dan membagikan (Beardsworth & Keil, 2002). Makanan dalam sosiologi memiliki arti konsumsi, *transfer*, dan identitas (Aktaş-Polat & Polat, 2020).

Everett (2019) mengajukan evolusi kajian wisata makanan terjadi dalam tiga tahapan. Pertama, kajian ekonomi berfokus pada positivisme, produksi, dan keuntungan. Kedua, kajian geografi berfokus pada tempat dan ruang. Ketiga, identitas dan konsumsi sebagai fokus kajian budaya dan kritis. Ellis *et al.* (2018) mengelompokkan dua fokus kajian wisata makanan, pemasaran dan pengelolaan serta budaya dan identitas. Perkembangan kajian wisata makanan menjukan fokus kajian pada kebijakan, perkembangan teknologi digital, agensi manusia, urbanisasi, keberlanjutan, dan jaringan global (de Jong & Varley, 2017; 2018; Everett, 2019; Henderson, 2019).

Jauh sebelum publikasi mereka, Lefebvre, seorang teoretikus sosiologi spasial mengajukan bahwa tempat wisata terbangun sebagai hasil dari proses terorganisasi, terpusat, dan terencana (Lefebvre, 1991, p. 84; Thurnell-Read, 2012). Pendekatan ini mengajukan, tempat wisata secara geografis termasuk wisata makanan terjadi sebagai hasil aktivitas para aktor dalam produksi dan konsumsi yang melibatkan banyak aktor. Hasil dari proses tersebut dapat mendorong keadilan atau eksklusif warga (Chiodelli, 2013). Melalui pendekatan ini kajian wisata makanan memasuki ranah kajian kritis yang tidak hanya melibatkan kajian budaya dan identitas namun juga kajian struktural. Pendekatan ini mengkaji interaksi tidak setara antara aktor penyedia makanan seperti restoran (Bristow & Jenkins, 2018; Meneguel *et al.*, 2019), produser lokal (Privitera *et al.*, 2018; Scheyvens & Laeis, 2019), pabrik (Stoffelen & Vanneste, 2016), pedagang kaki lima (Henderson, 2019; Pilato *et al.*, 2021), petani atau nelayan (Alonso *et al.*, 2017; Fountain *et al.*, 2021), dan pemerintah sebagai perencana (Purnomo, 2021b; Purnomo, 2021c; Purnomo, 2021d).

Disimpulkan, sosiologi mengkaji makanan, interaksi antar aktor, proses pembentukan, dan dampak pembangunan wisata makanan. Kajian sosiologi wisata makanan sangat luas karena melibatkan proses produksi dan konsumsi makanan, produksi tempat wisata makanan, serta beragam kekuatan struktural dan kultural yang menyertainya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan analisis bibliometrik. Data artikel diolah dengan menggunakan *software* VOSViewer. Analisis bibliometrik dengan *software* VOSViewer telah digunakan untuk mengkaji perkembangan penelitian wisata makanan (Anam, 2022; Ögretmenoğlu *et al.*, 2022).

Penelitian ini melakukan langkah-langkah penelitian sebagai berikut: Pertama, menentukan formula seleksi data menggunakan kata "*sociology of food tourism*" pada artikel yang dipublikasikan di *website* ScienceDirect. Publikasi yang tersaji di *website* ScienceDirect adalah publikasi tahun 1999-2023. Peneliti memilih seluruh periode penerbitan tersebut. ScienceDirect mempublikasikan artikel-artikel dari penerbit Elsevier dalam bentuk artikel hasil penelitian, *review*, bagian dari buku, dan *short communication*. Peneliti memilih ScienceDirect karena *website* tersebut menyediakan artikel-artikel berkualitas paling tua di dunia. Pemilihan *website* ScienceDirect memiliki kekurangan karena tidak meliputi artikel yang dipublikasikan di luar penerbit Elsevier. Peneliti melakukan seleksi data hanya pada jurnal tipe artikel hasil penelitian. Pembatasan dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian untuk memperoleh gambaran

perkembangan penelitian sosiologi di wisata makanan. Pengambilan data dilakukan tanggal 20 Oktober 2022. Hasil seleksi tahap pertama memperoleh data 3.055 artikel. Hasil ini dapat bertambah karena tahun 2022 dan 2023 belum berakhir.

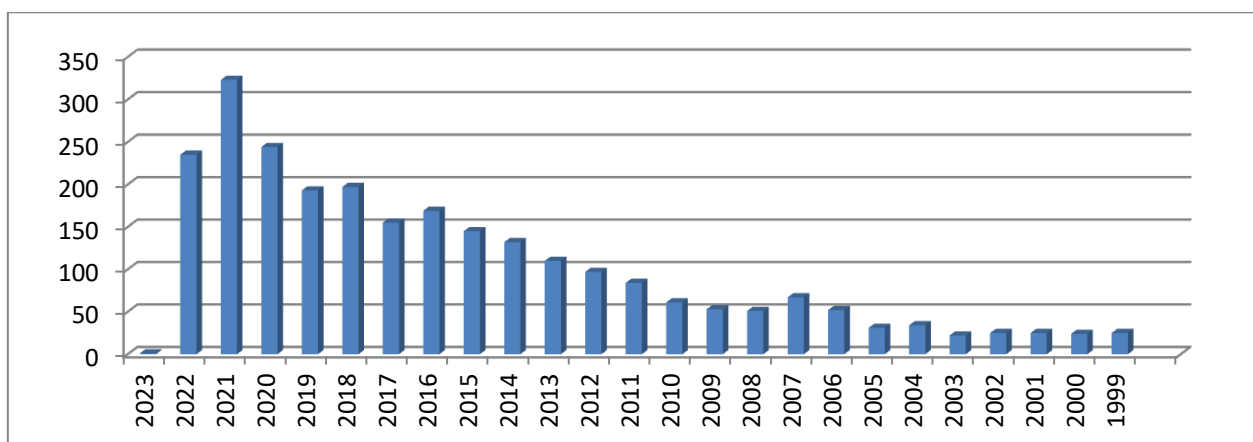
Kedua, peneliti melakukan pengelompokan periode waktu data. Pengelompokan dilakukan berdasarkan jumlah maksimum penyediaan data yang dapat diunduh (1000 artikel). Tahap kedua menghasilkan tiga periode waktu (**Tabel 6**). Ketiga, peneliti melakukan pengolahan data menggunakan *software* VosViewer edisi 1.6.18 pada setiap periode waktu. Peneliti tidak hanya menganalisis dari kata kunci (**Zhang & Shaw, 2020**). Peneliti memilih analisis *co-words* yang merupakan analisis kata dari judul, kata kunci, abstrak dan isi untuk mengkaji *co-words* yang muncul pada keempat kelompok tersebut (**van Eck & Waltman, 2010**). Peneliti memilih *co-words* lima kata atau berarti terdapat lima kali penyebutan "*sociology of food tourism*" dalam judul, kata kunci, abstrak dan isi. Peneliti tidak melakukan seleksi atau menghilangkan kata kunci tertentu pada tahap ini karena ingin memperoleh gambaran umum seluruh artikel. Jumlah kata kunci, kookurensi (*co-occurency*), dan ambang batas (*threshold*) pada setiap periode waktu terdapat di **Tabel 6**.

Keempat, melakukan analisis data dengan analisis gugus (*cluster*) dan visualisasi data di VOSViewer. Peneliti membandingkan visualisasi data dengan penelitian terdahulu untuk menemukan tantangan penelitian sosiologi dalam wisata makanan.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Perkembangan Publikasi, Penerbit, dan Lingkup Penelitian

Pencarian dengan menggunakan kata kunci "*sociology of food tourism*" tahun 1999-2023 menemukan jumlah publikasi terbanyak di tahun 2021. Artikel penelitian sosiologi di bidang wisata makanan mulai meningkat pada tahun 2006 dan menurun drastis pada tahun 2023.



Gambar 1. Perkembangan Publikasi Sosiologi Wisata Makanan 1999-2023

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

Jurnal paling banyak mempublikasikan artikel adalah *Annals of Tourism Research*. Publikasi terbanyak terdapat di jurnal dengan fokus pariwisata disusul oleh jurnal yang berfokus pada spasial (penggunaan lahan, geografi, *landscape*). Tidak ada jurnal sosiologi di dalam daftar jurnal dengan jumlah publikasi artikel terbanyak.

Tabel 1. Nama Jurnal dengan Publikasi Terbanyak 1999-2023

No.	Nama Jurnal	Jumlah Publikasi	Fokus Jurnal
1	Annals of Tourism Research	348	Pariwisata
2	Tourism Management	213	Pariwisata
3	Journal of Rural Studies	185	Pedesaan
4	International Journal of Hospitality Management	121	Pariwisata
5	Land Use Policy	101	Kebijakan Lahan
6	Geoforum	84	Geografi
7	Procedia - Social and Behavioral Sciences	72	Sosial Dan Perilaku
8	Journal of Hospitality and Tourism Management	70	Pariwisata
9	Journal of Business Research	66	Bisnis
10	Tourism Management Perspectives	61	Pariwisata
11	Journal of Cleaner Production	56	Produksi Bersih
12	Marine Policy	56	Kebijakan Kelautan
13	World Development	55	Pembangunan Dunia
14	Ocean & Coastal Management	47	Kelautan Dan Pesisir
15	Journal of Destination Marketing & Management	45	Destinasi Pariwisata
16	Futures	35	Masa Depan
17	Technological Forecasting and Social Change	34	Teknologi Cuaca
18	Ecological Economics	29	Ekonomi Hijau
19	Environmental Science & Policy	29	Lingkungan
20	Journal of Environmental Management	28	Lingkungan
21	Social Science & Medicine	27	Ilmu Sosial dalam Pengobatan
22	Mobilities	26	Pergerakan Manusia
23	Women's Studies International Forum	25	Perempuan
24	Landscape and Urban Planning	23	Landscape dan Perencanaan
25	Political Geography	21	Geografi

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

Berdasarkan lingkup jurnal (*subject areas*), jurnal dengan lingkup ilmu sosial (*social sciences*) mempublikasikan artikel terbanyak. Penelitian sosiologi lazim berada pada lingkup ilmu sosial meskipun tidak tertutup kemungkinan ada pada lingkup jurnal lain. Namun, **Tabel 2** menunjukkan tidak ada satu pun jurnal sosiologi menjadi penerbit artikel *sociology of food tourism* terbanyak.

Tabel 2. Lingkup Jurnal dan Jumlah Artikel

No.	Lingkup Jurnal (Subject Areas)	Jumlah Artikel
1	<i>Social Sciences</i>	1.855
2	<i>Business, Management and Accounting</i>	1.193
3	<i>Environmental Science</i>	829
4	<i>Agricultural and Biological Sciences</i>	595
5	<i>Economics, Econometrics and Finance</i>	284
6	<i>Arts and Humanities</i>	197
7	<i>Energy</i>	170
8	<i>Psychology</i>	163
9	<i>Earth and Planetary Sciences</i>	148
10	<i>Medicine and Dentistry</i>	97

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

4.2. Gugus Penelitian pada Setiap Periode

Perkembangan penelitian sosiologi pariwisata pada periode awal (1999-2012) menemukan 2245 kata kunci dan 36 memenuhi ambang batas okurensi lima kata kunci. Kata kunci *tourism* memiliki frekuensi okurensi dan kekuatan hubungan total paling tinggi. Kata kunci selanjutnya tidak secara langsung menunjukkan kajian pariwisata. Kata keberlanjutan, pembangunan pedesaan, pertanian, dan lingkungan dapat menjadi fokus kajian pembangunan, lingkungan, dan pertanian. Hanya pada kata kunci ke sebelas terdapat kata yang menjadi lingkup kajian pariwisata yaitu *hospitality*. *Hospitality* telah menjadi judul beberapa jurnal dan sekolah pariwisata.

Tabel 3. Kata Kunci, Okurensi, dan Total Kekuatan Hubungan Periode 1999-2012

Kata Kunci	Okurensi	Total Kekuatan Hubungan
<i>Tourism</i>	22	16
<i>Sustainability</i>	16	11
<i>Rural Development</i>	9	8
<i>Agriculture</i>	7	7
<i>Environment</i>	11	7
<i>Identity</i>	13	7
<i>Biodiversity</i>	10	6
<i>Globalization</i>	6	6
<i>Australia</i>	5	5
<i>Globalisation</i>	5	5
<i>Hospitality</i>	7	5
<i>Migration</i>	6	5
<i>Multifunctionality</i>	7	5
<i>Place</i>	6	5
<i>Policy</i>	8	5
<i>South Africa</i>	5	5
<i>Space</i>	6	5

Kata Kunci	Okurensi	Total Kekuatan Hubungan
<i>Values</i>	5	5
<i>Conservation</i>	9	4
<i>Culture</i>	6	4

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

Periode selanjutnya menemukan 3437 kata kunci dan 76 memenuhi ambang batas okurensi. Kata kunci *tourism* turun pada posisi ketiga dan kata kunci *sustainability* menjadi kata kunci dengan frekuensi okurensi dan kekuatan hubungan total paling tinggi. Kata kunci *hospitality* turun pada urutan ke-18. Seperti pada periode sebelumnya, kata kunci lain tidak secara langsung menunjukkan kajian pariwisata.

Tabel 4. Kata Kunci, Okurensi, dan Total Kekuatan Hubungan Periode 2013-2018

Kata Kunci	Okurensi	Total Kekuatan Hubungan
<i>Sustainability</i>	30	21
<i>China</i>	25	20
<i>Tourism</i>	26	19
<i>Climate Change</i>	19	17
<i>Mobility</i>	13	14
<i>Adaptation</i>	9	13
<i>Culture</i>	11	13
<i>Consumption</i>	8	11
<i>Ecosystem Services</i>	23	11
<i>Identity</i>	14	11
<i>Conservation</i>	9	10
<i>Experience</i>	8	10
<i>India</i>	9	10
<i>Place</i>	5	10
<i>Agriculture</i>	6	9
<i>Gender</i>	15	9
<i>Governance</i>	15	9
<i>Hospitality</i>	10	9
<i>Innovation</i>	11	9
<i>Place Attachment</i>	9	9

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

Penelitian terbaru pada tahun 2019-2023 menemukan 4053 kata kunci dan 80 memenuhi ambang batas okurensi lima kata kunci. Kata kunci *tourism* turun pada posisi keempat dan kata kunci *hospitality* naik pada posisi ke-16. Pada periode penelitian terbaru terdapat kata kunci yang mengacu langsung pada wisata makanan yaitu *authenticity* dan *restaurant*. Keduanya tidak termasuk dalam 20 kata kunci dengan frekuensi okurensi dan kekuatan hubungan total paling tinggi.

Tabel 5. Kata Kunci, Okurensi, dan Total Kekuatan Hubungan Periode 2019-2023

Kata Kunci	Okurensi	Total Kekuatan Hubungan
COVID-19	42	23
Social Media	14	17
Sustainability	28	17
Tourism	21	16
Authenticity	18	14
China	25	13
Resilience	17	13
Adaptation	6	11
Bibliometric Analysis	13	11
Climate Change	16	11
Governance	17	11
Perceptions	7	10
Power	7	10
Sharing Economy	11	10
Gender	15	9
Hospitality	11	9
Content Analysis	7	8
Ecosystem Services	15	8
Pandemic	9	8
Restaurant	10	8

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

VOSViewer menyajikan data gugus yang menunjukkan kelompok kata kunci yang memiliki kookurensi paling kuat. Kata kunci dengan frekuensi okurensi dan kekuatan hubungan total paling tinggi dalam satu gugus menunjukkan pusat. **Tabel 6** menunjukkan hanya kata kunci restoran yang tidak menjadi pusat gugus.

Gugus satu merupakan kumpulan kata kunci dengan total frekuensi okurensi dan kekuatan hubungan total paling tinggi. Pusat gugus satu pada ketiga periode waktu tidak menunjukkan kata kunci yang berhubungan langsung dengan pariwisata.

Tabel 6. Periode, Jumlah Artikel, dan Topik Utama Gugus

Periode	Jumlah Artikel	Jumlah Gugus	Gugus	Topik Utama Tiap Gugus
1999-2012	651	6	1	<i>Sustainability</i>
			2	<i>Hospitality</i>
			3	<i>Identity</i>
			4	<i>Environment</i>
			5	<i>Sustainable development</i>
			6	<i>Tourism</i>
2013-2018	908	8	1	<i>Culture</i>
			2	<i>Sustainability</i>

Periode	Jumlah Artikel	Jumlah Gugus	Gugus	Topik Utama Tiap Gugus
2019-2023	996	9	3	India
			4	Tourism
			5	China
			6	Ecosystem service
			7	Innovation
			8	Mobility
			1	Sustainability
			2	Tourism
			3	Social media
			4	Authenticity
			5	Hospitality
			6	Content analysis
			7	Gender
			8	COVID-19
			9	Climate change

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

4.3. Peta Visualisasi Kepadatan, Visualisasi Hampanan, dan Visualisasi Jaringan

Peta visualisasi kepadatan (*density visualization*) menunjukkan warna merah untuk gugus satu. **Gambar 2** menunjukkan kepadatan penelitian periode pertama terkait dengan keberlanjutan merupakan gugus paling padat atau paling banyak diteliti. Peluang penelitian yang masih jarang dilakukan terdapat pada penelitian terkait dengan lingkungan, modal sosial, dan pembangunan berkelanjutan.

Kepadatan penelitian mengenai keberlanjutan menurun pada periode kedua dan tergantikan oleh penelitian mengenai budaya. Perhatian terhadap penelitian mengenai lingkungan mengalami peningkatan. Peluang penelitian yang masih jarang dilakukan bergeser pada topik inovasi, pemerintah, dan pergerakan manusia.

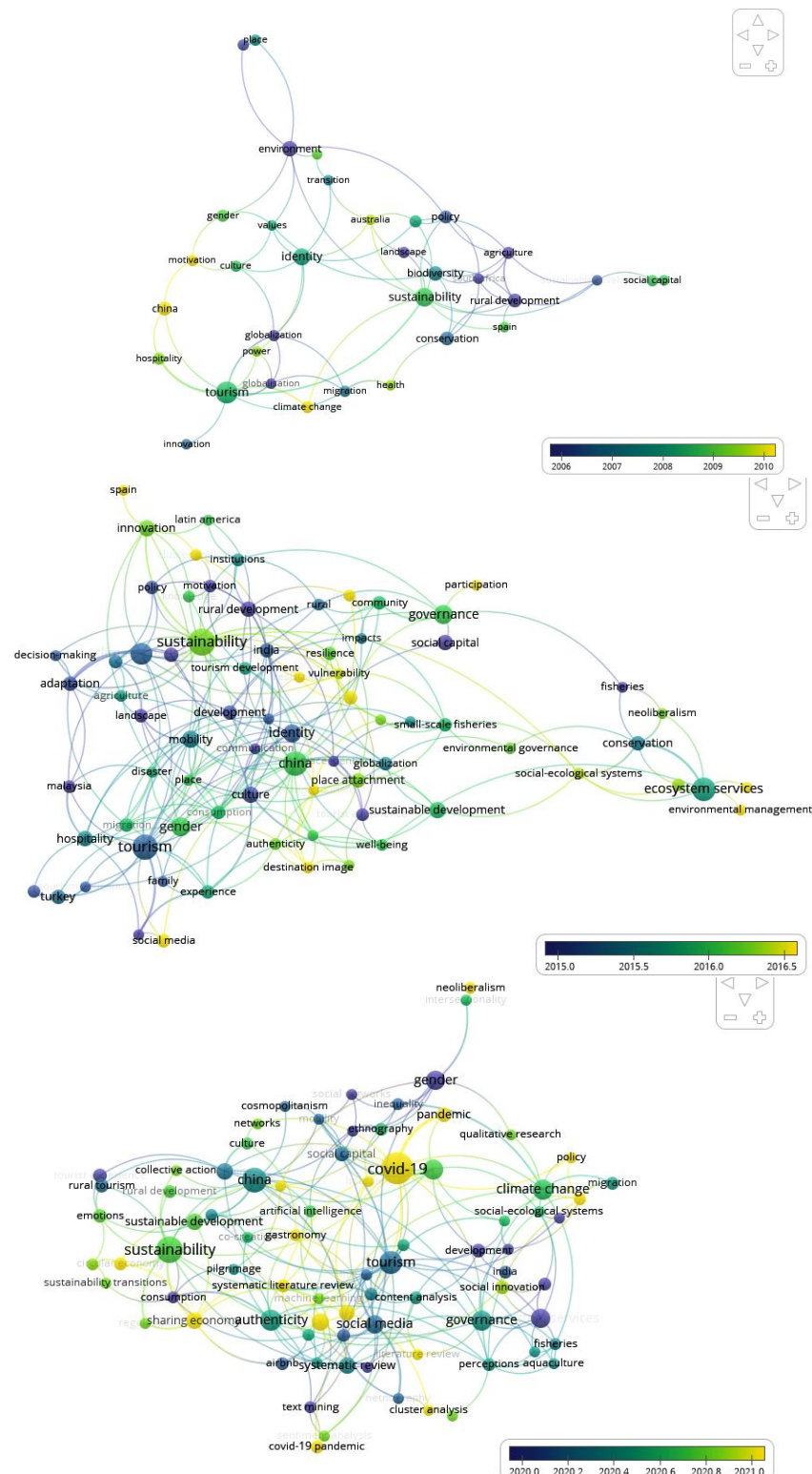
Periode ketiga terjadi pada masa pandemi sehingga COVID-19 menjadi salah satu topik penelitian. Pusat kepadatan penelitian bergeser kembali pada topik keberlanjutan. Penelitian mengenai media sosial media yang pada periode pertama masih jarang dilakukan telah menjadi fokus. Hal yang sama terjadi pada topik pemerintah pada yang masih menjadi peluang pada periode kedua. Perhatian terhadap topik perubahan iklim mulai ada. Undangan penelitian baru berada pada ranah kebijakan, ketidak-setaraan, dan migrasi.



Gambar 2. Peta Visualisasi Kepadatan
Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

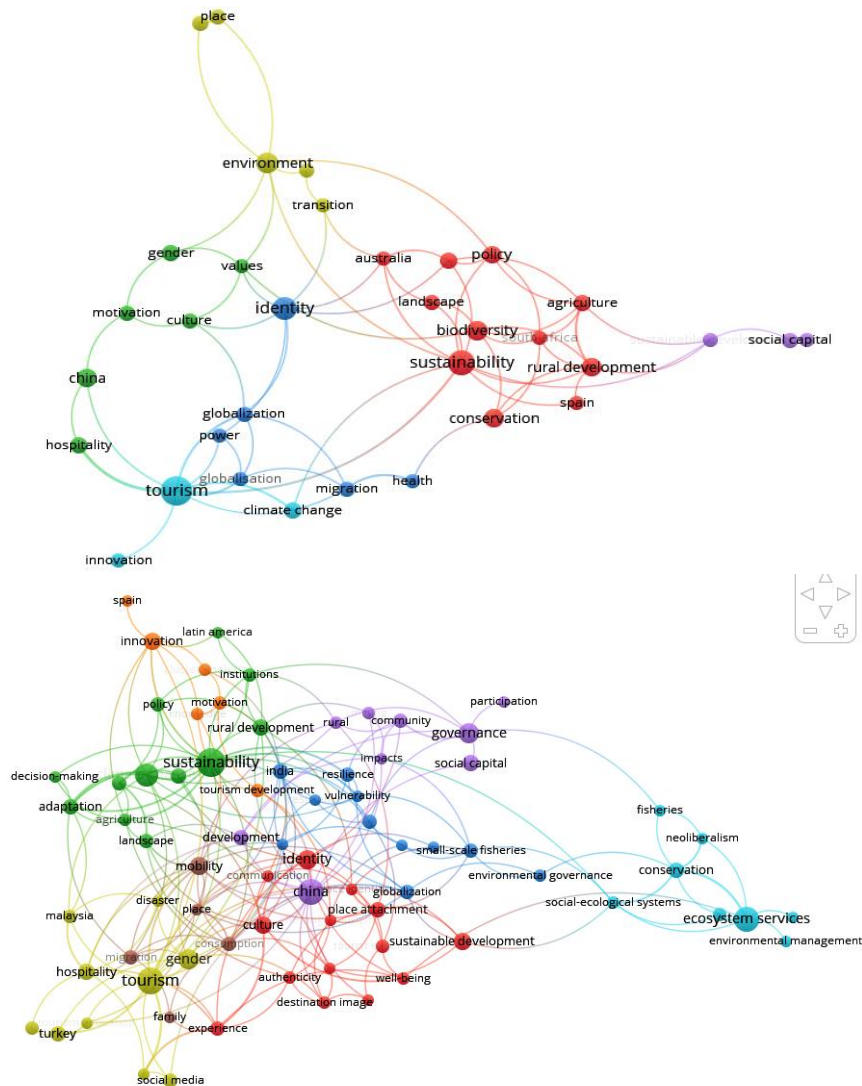
Peta visualisasi hamparan (*overlay visualization*) menunjukkan perkembangan penelitian terbaru pada setiap periode. Kata kunci China, *motivation*, Australia dan *climate change* merupakan penelitian terbaru pada periode pertama. Periode kedua menunjukkan kata kunci Spanyol, *participation*, *environmental engagement*, *destination image*, *social media*, *place attachment*,

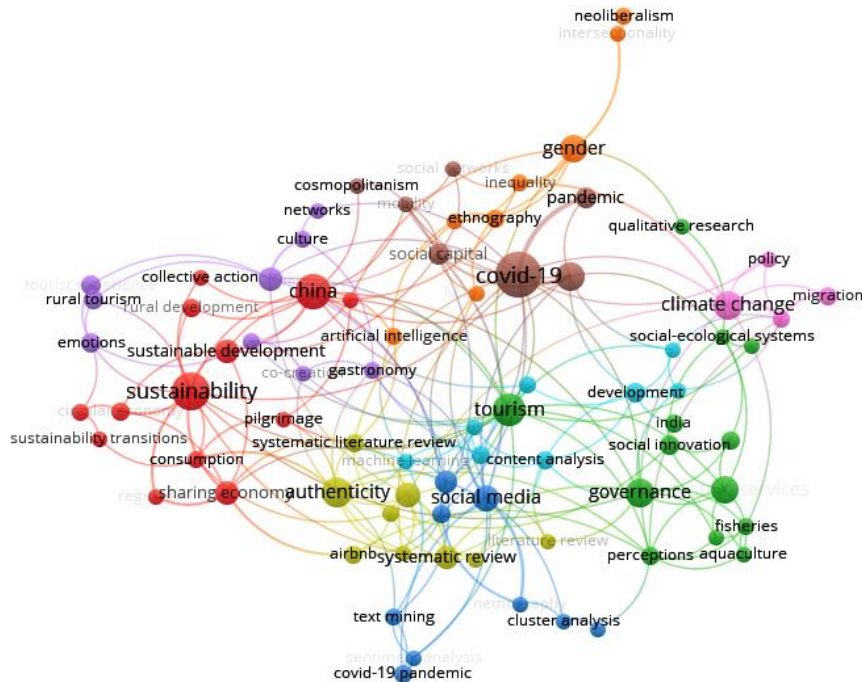
dan vulnerability. Sedangkan pada periode ketiga, pandemic, COVID-19, COVID-19 pandemic, policy, gastronomy, cluster analysis, sharing economy, dan neoliberalism merupakan kata kunci penelitian terbaru.



Gambar 3. Peta Visualisasi Hampanan
Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

Peta visualisasi jaringan (*network visualization*) menunjukkan keterkaitan antara kata kunci. Jumlah jaringan antara kata kunci menunjukkan keterkaitan dengan kata kunci lain. Peta visualisasi jaringan di periode pertama menunjukkan penelitian mengenai inovasi, tempat, dan modal sosial paling sedikit memiliki keterkaitan dengan topik lain. Kata kunci tempat hanya terkait dengan lingkungan, inovasi dengan pariwisata, dan modal sosial dengan pembangunan berkelanjutan. Penelitian mengenai partisipasi, pengelolaan lingkungan dan Spanyol paling sedikit memiliki keterkaitan dengan topik lain di periode kedua. Kata kunci neoliberalisme dan pandemi COVID-19 paling sedikit terkait dengan kata kunci lain di periode ketiga.





Gambar 4. Peta Visualisasi Jaringan

Sumber: Diolah dari *website* ScienceDirect, 2022

5. Diskusi

Hasil analisis bibliometrik tidak menunjukkan kata kunci yang mengacu langsung pada istilah-istilah dalam wisata makanan. Kuliner, gastronomi, *gourmet*, dan *cuisine* tidak menjadi kata kunci utama dalam tiga periode. Hasil analisis bibliometrik tidak menunjukkan debat mengenai makanan dan wisata makanan dalam penelitian terdahulu (Batat, 2020; Dancausa-Millan *et al.*, 2022; de Jong *et al.*, 2018; Alonso & Kok, 2020; Kokkranikal & Carabelli, 2021; Mohanty & Sadual, 2019; Walter *et al.*, 2022). Kemunculan kata kunci *tourism*, *hospitality*, dan restoran sebagai kata kunci utama menunjukkan beberapa kajian sosiologi wisata makanan di *website* ScinceDiresct telah menempatkan ketiga topik ini sebagai fokus. Kemunculan kata kunci belum menunjukkan fokus penelitian terdahulu mengenai destinasi dan atraksi wisata makanan (Everett, 2012; Jovicic, 2017; Kušen, 2010; Kušen, 2017; Lee *et al.*, 2019; Saraniemi & Kylänen, 2011). Fokus terbanyak terkait dengan topik yang mengaitkan makanan dan destinasi wisata makanan dengan pembangunan daerah, kelestarian lingkungan, keadilan, perubahan budaya, politik dan isu-isu lain (Purnomo, 2016; Purnomo, 2021a; Purnomo, 2021b; Purnomo, 2021c; Purnomo, 2021d).

Kemunculan kata kuci identitas, nilai, dan budaya menunjukkan penelitian-penelitian telah berfokus pada sisi budaya makanan dan wisata makanan (Aktaş-Polat & Polat, 2020; Ellis *et al.*, 2018). Sisi makanan sebagai status sosial dan kelembagaan sosial belum banyak dibahas (Ma, 2015; Moya *et al.*, 2022). Begitupula penelitian mengenai kebijakan, perkembangan teknologi digital, urbanisasi, keberlanjutan, dan jaringan global mendapatkan perhatian (de Jong & Varley, 2017; 2018; Everett 2019; Henderson, 2019). Perhatian yang masih kurang ada pada topik agensi atau aktor. Aktor yang telah mendapatkan perhatian adalah restoran dan pemerintah (Bristow & Jenkins, 2018; Meneguel *et al.*, 2019; Purnomo, 2020; Purnomo, 2021b; Purnomo, 2021c). Perhatian mengenai aktor penyedia makanan lain belum menjadi topik utama (Alonso *et al.*, 2017; Henderson, 2019; Scheyvens & Laeis, 2019; Stoffelen & Vanneste, 2016).

Kemunculan kata kunci utama juga tidak menunjukkan topik produksi makanan dan tempat wisata makanan secara langsung. Kemunculan kata kunci kebijakan, pemerintah,

gender, ketidak-setaraan, neoliberalisme, tempat, ruang, dan *power* menunjukkan penelitian kritis yang mengkaji proses struktural pembentukan tempat wisata telah ada (Chiodelli, 2013; Lefebvre, 1991, p. 84; Thurnell-Read, 2012). Ketidak-munculan kata kunci mengenai aktor menunjukkan penelitian mengenai interaksi antara aktor penyedia makanan dalam pembentukan destinasi wisata belum mendapatkan perhatian khusus.

6. Kesimpulan

Perkembangan publikasi, penerbit, dan lingkup penelitian sosiologi wisata makanan menunjukkan jumlah penelitian sosiologi wisata makanan semakin meningkat dalam setiap periode. Peningkatan ini belum memasuki jurnal sosiologi sebagai penerbit utama hasil penelitian. Mengacu pada ranah penelitian sosiologi wisata makanan, hasil analisis bibliometrik menunjukkan publikasi penelitian sosiologi masih menjadikan wisata makanan sebagai objek studi. Pembangunan teoretisasi sosiologi wisata makanan masih menjadi peluang penelitian selanjutnya.

Analisis topik dalam gugus, peta visualisasi kepadatan, hamparan dan jaringan menunjukkan peluang beragam fokus penelitian sosiologi wisata makanan. Penelitian wisata makanan tidak hanya terkait dengan wisata, autentisitas, hospitality, atau restoran. Hasil analisis bibliometrik menunjukkan undangan pada topik kebijakan, ketidak-setaraan, dan migrasi. Undangan juga terdapat pada pengaitan topik-topik baru dan lama dengan topik lain. Interaksi antara aktor penyedia makanan dan aktor lain dalam pembentukan destinasi wisata makanan belum mendapatkan perhatian khusus. Ini menunjukkan penelitian sosiologi wisata makanan masih memerlukan kajian lebih lanjut mengenai interaksi antar aktor dalam produksi tempat wisata.

7. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkenan bekerja selama penelitian ini dilakukan.

8. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

- Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Suntikul, W., & Huang, W. J. (2018). Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775>
- Aktaş-Polat, S., & Polat, S. (2020). A theoretical analysis of food meaning in anthropology and sociology. *Tourism*, 68(3), 278–293. <https://doi.org/10.37741/t.68.3.3>
- Alonso, A. D., Kok, S., & O'Brien, S. (2017). Sustainable culinary tourism and Cevicherías: a stakeholder and social practice approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 812–831. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1414224>
- Alonso, A. D., & Kok, S. K. (2020). Sense of place and certainty in uncertain socioeconomic conditions: contributions of local cuisine to culinary tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 16(3), 247–262. <https://doi.org/10.1080/1743873x.2020.1786572>

- Altglas, V., & Wood, M. (2018). Introduction: An epistemology for the sociology of religion. In *Bringing Back the Social into the Sociology of Religion* (pp. 1–34). Brill.
- Anam, M. S. (2022). Analisis bibliometrik perkembangan penelitian halal food. *Journal of Halal Industry Studies*, 1(1), 21–31. <https://doi.org/10.53088/jhis.v1i1.195>
- Batat, W. (2020). The role of luxury gastronomy in culinary tourism: An ethnographic study of Michelin-Starred restaurants in France. *International Journal of Tourism Research*, 23(2), 150–163. <https://doi.org/10.1002/jtr.2372>
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2002). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. New York: Routledge.
- Bristow, R., & Jenkins, I. (2018). Restaurant assessment of local food and the Global Sustainable Tourism criteria. *European Journal of Tourism Research*, 18, 120–132. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v18i.316>
- Chiodelli, F. (2013). Planning and urban citizenship: suggestions from the thoughts of Henri Lefebvre. *Planning Perspectives*, 28(3), 487–494. <https://doi.org/10.1080/02665433.2013.800717>
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(1), 18–35. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90092-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90092-6)
- Cohen, S. A., & Cohen, E. (2017). New directions in the sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 153–172. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1347151>
- Collins, R. (1989). Sociology: Proscience or antiscience? *American Sociological Review*, 124–139. <https://doi.org/10.2307/2095666>
- Dancausa-Millan, G., Millán-Vázquez de la Torre, M. G., & Huete-Alcocer, N. (2022). Olive oil as a gourmet ingredient in contemporary cuisine. A gastronomic tourism proposal. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 100548. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100548>
- Darsana, I. M., & Susanti, P. H. (2022). Trends of Traditional Culinary Tourism Research in Tourism Sector Journals Around Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 5(1), 6664–6674. Retrieved from <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/4393>
- de Jong, A., & Varley, P. (2017). Food tourism policy: Deconstructing boundaries of taste and class. *Tourism Management*, 60, 212–222. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.009>
- de Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., Skoglund, W., Varley, P., Marcianò, C., Laven, D., & Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy Tourism: An Interdisciplinary Literature Review of Research Areas, Disciplines, and Dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131–146. <https://doi.org/10.3727/216929718x15281329212243>
- de Jong, A., & Varley, P. (2018). Food tourism and events as tools for social sustainability? *Journal of Place Management and Development*, 11(3), 277–295. <https://doi.org/10.1108/jpmd-06-2017-0048>
- Diamond, J. B. (2018). Race and white supremacy in the sociology of education: Shifting the intellectual gaze. *Education in a New Society: Renewing the Sociology of Education*, 345–362.
- Dmitrieva, E., & Frolov, S. (2020). Sociology of Health: from Theory to Practice (the Case of “SMS for Mama” Communicative Program Realization). *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, 7, 118–127. <https://doi.org/10.31857/s013216250010025-0>
- Ekowati, M. A. S., & Widiyanto, W. (2021). Design of Geographic Information System Based on Android for Culinary Tourism in Pedan District, Indonesia. *International Journal of Global Operations Research*, 2(2), 71–79. <https://doi.org/10.47194/ijgor.v2i2.82>

- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Everett, S. (2012). Production Places or Consumption Spaces? The Place-making Agency of Food Tourism in Ireland and Scotland. *Tourism Geographies*, 14(4), 535–554. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.647321>
- Everett, S. (2019). Theoretical turns through tourism taste-scapes: the evolution of food tourism research. *Research in Hospitality Management*, 9(1), 3–12. <https://doi.org/10.1080/22243534.2019.1653589>
- Férérol, M.-E. (2018). Gourmet tourism as part of a territorial branding strategy: the example of Auvergne. In *Gastronomy and Local Development* (pp. 26–57). Routledge.
- Fountain, J., Cradock-Henry, N., Buelow, F., & Rennie, H. (2021). Agrifood Tourism, Rural Resilience, and Recovery In a Postdisaster Context: Insights and Evidence From Kaikōura-hurunui, New Zealand. *Tourism Analysis*, 26(2), 135–149. <https://doi.org/10.3727/108354221x16079839951420>
- Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. and Cambourne, B. (Eds). *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*, 1-24. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Havadi-Nagy, K. X. (2020). Food in tourism. Relevant research angles and topics. *Territorial Identity and Development*, 5(1), 21–36.
- Henderson, J. C. (2019). Street food and tourism: A Southeast Asian perspective. In *Food Tourism in Asia* (pp. 45–57). Springer.
- Henwood, F., & Marent, B. (2019). Understanding digital health: Productive tensions at the intersection of sociology of health and science and technology studies. *Sociology of Health & Illness*, 41(S1), 1–15. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.12898>
- Holzhauser, N., & Eggert, F. (2021). Evolutionary sociology – New paradigm, developing subfield, or on the brink of extinction? *Soziologische Revue*, 44(4), 532–549. <https://doi.org/10.1515/srsr-2021-0070>
- Joksić, A. (2022). On human nature. The Biology and Sociology of What Made Us Human (Jonathan H. Turner). *Socijalna Ekologija: Časopis Za Ekološku Misao i Sociologijska Istraživanja Okoline*, 32(2), 97–100.
- Jovicic, D. Z. (2017). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276–282. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>
- Jung, G., & Park, H. (2020). Bridging sociology of religion to transition to adulthood: The emerging role of religion in young adults' lives. *Social Compass*, 67(3), 428–443. <https://doi.org/10.1177/0037768620920172>
- Kocevski, J., & Risteski, M. (2018). The Complex Role of Food in Tourism. *HORIZONS–International Scientific Journal*, 23, 305–312.
- Kokkranikal, J., & Carabelli, E. (2021). Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research*, 1–12. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1975213>
- Komaladewi, R., Mulyana, A., & Jatnika, D. (2017). The Representation of Culinary Experience as the Future of Indonesian Tourism Cases in Bandung City, West Java. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 2(5). <https://doi.org/10.24088/ijbea-2017-25001>
- Kumar, G. M. K. (2021). Holistic cuisine and gastronomic tourism. In *Gastronomy and Food Science* (pp. 205–225). Elsevier.

- Kušen, E. (2010). A system of tourism attractions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(4), 409–424.
- Kušen, E. (2017). Tourism attraction system. In *Evolution of Destination Planning and Strategy* (pp. 119–148). Springer.
- Lai, I. K., Lu, D., & Liu, Y. (2019). Experience economy in ethnic cuisine: a case of Chengdu cuisine. *British Food Journal*, 122(6), 1801–1817. <https://doi.org/10.1108/bfj-08-2018-0517>
- Lee, Y., Pennington-Gray, L., & Kim, J. (2019). Does location matter? Exploring the spatial patterns of food safety in a tourism destination. *Tourism Management*, 71, 18–33. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.016>
- Lefebvre. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Cambridge, Massachusetts: Blackwell.
- Liberato, P., Mendes, T., & Liberato, D. (2020). Culinary tourism and food trends. In *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems* (pp. 517–526). Springer.
- Lingard, B. (2021). Multiple temporalities in critical policy sociology in education. *Critical Studies in Education*, 62(3), 338–353. <https://doi.org/10.1080/17508487.2021.1895856>
- Ma, G. (2015). Food, eating behavior, and culture in Chinese society. *Journal of Ethnic Foods*, 2(4), 195–199. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.11.004>
- Mahfud, T., Mulyani, Y., Indartono, S., & Setyawati, R. (2018). Community-Based Tourism Development: Foodies Community Strategy to Culinary Tourism Development in Balikpapan-Indonesia. *Ottoman Journal of Tourism and Management Research*, 3(3), 274–289. <https://doi.org/10.26465/ojtmr.2018339510>
- Manola, M., & Koufadakis, S. X. (2020). The Gastronomy as an Art and its Role in the Local Economic Development of a Tourism Destination: A Literature Review. *SPOUDAI-Journal of Economics and Business*, 70(1–2), 81–92. Retrieved from <https://spoudai.unipi.gr/index.php/spoudai/article/view/2794>
- Maranisy, U. M. (2021). The Role of Stakeholders on Successful of Tourism Event Rendang Journey Culinary Event in Indonesia. *TRJ Tourism Research Journal*, 5(2), 174. <https://doi.org/10.30647/trj.v5i2.124>
- McIntosh, W. A. (1996). *Sociologies of food and nutrition*. New York and London: Plenum Press.
- Meneguel, C. R. D. A., Mundet, L., & Aulet, S. (2019). The role of a high-quality restaurant in stimulating the creation and development of gastronomy tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 83, 220–228. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.018>
- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. (2015). *Regulation of the minister of tourism number 29 of 2015*. <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-70-produk-hukum>
- Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. (2018). *Regulation of the minister of tourism number 13 of 2018*. <https://jdih.kemenparekraf.go.id/katalog-209-Peraturan-Menteri>
- Mohanty, P. P., & Sadual, S. K. (2019). A study on cuisine tourism of Odisha, India: prospects, potential and prognosis. *Revista de Turism-Studii Si Cercetari in Turism*, 28.
- Movassaghi, H. (2022). Evaluation of Tourism Social Effects from Sociology View. *Sociological Studies*, 14(53), 91–109. Retrieved from https://jss.tabriz.iau.ir/article_682476.html?lang=en
- Moya, E. M., Wagler, A., Ayala, J., Crouse, M., Garcia, A., & Schober, G. S. (2022). Analysis of Food and Housing Insecurity among University Students at a Public Hispanic-Serving Institution. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/19320248.2022.2077159>
- Murcott, A. (2019). *Introducing the sociology of food and eating*. Bloomsbury Publishing.
- Nair, B. B., & Mohanty, P. P. (2021). Positioning spice tourism as an emerging form of special

- interest tourism: perspectives and strategies. *Journal of Ethnic Foods*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00086-4>
- Öğretmenoğlu, M., Göktepe, S., & Atsiz, O. (2021). A bibliometric analysis of food studies: Evidence from British Food Journal. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 67–79. <https://doi.org/10.31822/jomat.2022-7-1-67>
- Pilato, M., Platania, M., & Séraphin, H. (2021). Connecting Locals and Visitors: The Case of Street Food. In F. Grasso & B.S Sergi (Eds.). In *Tourism in the Mediterranean Sea* (pp. 257–277). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Privitera, D., Nedelcu, A., & Nicula, V. (2018). Gastronomic and food tourism as an economic local resource: Case studies from Romania and Italy. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 143–157.
- Purnomo, A. M. (2016). The roles of food industries as a part of food tourism development for woman empowerment in Bogor. *Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia*, 375–380. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.55>
- Purnomo, A. M. (2020). *Produksi ruang wisata kuliner di Kota Bogor: Antara produksi, konsumsi dan lokalitas*. Doctoral disertation Department of Sociology, Social and Politic Sains Faculty of Universitas Indonesia. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517469>
- Purnomo, A. M. (2021a). Urbanization and Tourism Development in Bogor City. *Society*, 9(1), 393–409. <https://doi.org/10.33019/society.v9i1.338>
- Purnomo, A. M. (2021b). Opportunity Development of Urban Tourism Without Gap. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 5(2), 23–27. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i2.334>
- Purnomo, A. M. (2021c). Development of Local Food in Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development. T.N. Mursitama, L.M. Arnakim, J. Abraham, & A.R. Tirtawinata (Eds.), *Proceedings of the 3rd International Conference on Social Sciences, Laws, Arts and Humanities* (Pp. 104–109). Scitepress Digital Library. <https://doi.org/10.5220/0000138000002917>
- Purnomo, A. M. (2021d). Possibility of inclusive tourism development for the urban poor: Content analysis of tourism policies, publications and promotions in Bogor City. In *Proceeding Bogor International Conference for Social Sciences*, Pp. 87–97.
- Putra, A. N. (2021). Literature Review of Food Tourism, Culinary Tourism and Gastronomy Tourism. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 517–526. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/319>
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2019). Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21, 33–49. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357>
- Ritzer, G. (1990, March). Metatheorizing in sociology. In *Sociological Forum* (Vol. 5, No. 1, pp. 3–15). Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers.
- Saraniemi, S., & Kylänen, M. (2010). Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133–143. <https://doi.org/10.1177/0047287510362775>
- Scheyvens, R., & Laeis, G. (2019). Linkages between tourist resorts, local food production and the sustainable development goals. *Tourism Geographies*, 23(4), 787–809. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1674369>
- Schimperna, F., Lombardi, R., & Belyaeva, Z. (2020). Technological transformation, culinary tourism and stakeholder engagement: emerging trends from a systematic literature

- review. *Journal of Place Management and Development*, 14(1), 66–80. <https://doi.org/10.1108/jpmd-03-2020-0028>
- Sharma, A., Nunkoo, R., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). On the intellectual structure and influence of tourism social science research. *Annals of Tourism Research*, 91, 103142. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103142>
- Sio, K. P., Fraser, B., & Fredline, L. (2021). A Contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1997491>
- Stajcic, N. (2013). Understanding culture: Food as a means of communication. *Hemispheres. Studies on Cultures and Societies*, 28, 77–87.
- Stoffelen, A., & Vanneste, D. (2015). Institutional (Dis)integration and Regional Development Implications of Whisky Tourism in Speyside, Scotland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 42–60. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1062416>
- Thurnell-Read, T. (2012). Tourism place and space: British stag tourism in Poland. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 801–819. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.009>
- Umedovna, T. K., & Oktyamovna, A. S. (2021). Planning and management of gastronomy tourism in the territory. *ResearchJet Journal of Analysis and Inventions*, 2(04), 237–242. Retrieved from <https://reserchjet.academiascience.org/index.php/rjai/article/view/92>
- UNWTO & Basque Culinary Center. (2019). *Guidelines for the development of gastronomy tourism*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2009). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Vázquez-Medina, J. A., & Medina, F. X. (2020). Traditional Mexican Cuisine: Heritage Implications for Food Tourism Promotion. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 4(4), 239–250. <https://doi.org/10.3727/216929720x15846938924085>
- Walter, U., Müller, D. K., & Långvall, A. (2022). The spatial distribution of gourmet restaurants. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 22(4–5), 285–302. <https://doi.org/10.1080/15022250.2022.2112412>
- Wardani, I. W., Wijaya, D. A., & Saeroji, A. (2018). Culinary Tourism Development Model in Surakarta, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 3(5), 342. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i5.2342>
- Widjaja, D. C., Jokom, R., Kristanti, M., & Wijaya, S. (2020). Tourist behavioural intentions towards gastronomy destination: evidence from international tourists in Indonesia. *Anatolia*, 31(3), 376–392. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1732433>
- Wijaya, S. (2019). Indonesian food culture mapping: a starter contribution to promote Indonesian culinary tourism. *Journal of Ethnic Foods*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0009-3>
- yu Park, H. (2022). Critical Approaches to Tourism, Heritage and Culture. *Tourism Planning & Development*, 19(1), 37–49. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2021473>
- Zeynep, T. U., & Sever, M. (2020). Interdisciplinary Nature of Architectural Discourse within the Triangle of Architecture, Sociology and Literary Fiction. *Space and Culture*, 120633122090526. <https://doi.org/10.1177/1206331220905260>
- Zhang, H., & Shaw, R. (2020). Identifying Research Trends and Gaps in the Context of COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10), 3370. <https://doi.org/10.3390/ijerph17103370>

Tentang Penulis

Agustina Multi Purnomo memperoleh gelar Doktor dalam bidang Sosiologi dari Universitas Indonesia pada tahun 2021. Penulis adalah dosen pada Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda, Indonesia.

E-Mail: agustina.m@unida.ac.id