

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, masalah penelitian yang meliputi pengidentifikasian masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi penelitian. Adapun uraiannya sebagai berikut.

### **1.1 Latar Belakang**

Nama memainkan peran penting dalam membentuk identitas. Nama berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan memahami objek di dunia, yang menunjukkan usaha manusia untuk memberi makna pada kompleksitas pengalaman (Wittgenstein, 1953), termasuk dalam memaknai nama makanan. Penamaan makanan tidak hanya memberi arti pada makanan itu sendiri, tetapi juga merepresentasikan nilai sosial, tradisi, dan budaya yang melatarbelakanginya.

Di Bandung, proses penamaan kuliner memperlihatkan keragaman strategi. Misalnya, penamaan berdasarkan bahan utama seperti cireng (aci digoreng), cilok (aci dicolok), atau cilor (aci telur) yang memanfaatkan bahasa Sunda. Ada pula penamaan berdasarkan nama penjual (Mie Baso Akup), lokasi berjualan (AA Bistik dari Astana Anyar), atau daerah asal (soto Bandung). Perkembangan tren kuliner juga memunculkan nama-nama kreatif dan unik seperti es petak umpet, udang rambutan, atau mie suit. Penamaan tersebut bukanlah kebetulan. Namun ada alasan kognitif, budaya, dan strategis di balik pemilihannya.

Fenomena ini semakin menarik jika dikaitkan dengan perkembangan platform *online food delivery* (OFD) seperti GoFood, yang menjadi etalase digital kuliner Bandung. Penamaan kuliner di platform ini berperan ganda yaitu sebagai identitas produk dan strategi pemasaran di tengah persaingan di masyarakat. Inovasi bahasa melalui metafora, humor, atau asosiasi kultural menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen di ranah digital.

Kajian semantik kognitif menjadi relevan untuk menganalisis fenomena ini.

Semantik kognitif, menurut Evans dan Green (2006), mempelajari bagaimana konsep dipahami melalui bahasa, sementara Geeraerts (2010) menegaskan bahwa makna adalah konstruksi mental yang dipengaruhi oleh pengalaman dan budaya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengungkap hubungan antara penamaan kuliner dengan pengalaman kolektif masyarakat Bandung.

Dalam semantik kognitif, metafora dipandang sebagai proses konseptual yang menghubungkan dua ranah makna (Lakoff & Johnson, 1980). MacCormac (1985) menyebutnya sebagai mekanisme untuk menciptakan pemahaman baru dengan memindahkan konsep dari ranah sumber ke ranah sasaran. Dalam konteks penamaan kuliner, metafora tidak hanya memindahkan makna, tetapi juga membangun citra dan emosi yang terkait dengan produk makanan.

Penelitian terbaru juga menunjukkan, menurut Sunarni (2024) yang mengkaji varian kosakata kuliner tradisional Sunda di Bandung dari perspektif struktural dan kultural, seperti nama-nama tahu gejrot, tahu bulat, dan pais tahu, yang mencerminkan identitas budaya masyarakat Sunda. Selain itu, Ghufar dan Suhandano (2022) menganalisis penamaan semantis jajanan pasar Jawa Barat, mengkategorikan nama berdasarkan karakteristik, asal, bahan, serta memaparkan fungsi budaya seperti kenikmatan, sosial, dan ritual. Selain itu, Widani dkk. (2024) mendeskripsikan klasifikasi lingual jajanan tradisional di Desa Cemagi secara morfologis dan struktural. Namun, hingga saat ini belum ditemukan studi yang secara khusus meneliti metafora konseptual dalam penamaan makanan tradisional Sunda maupun yang memanfaatkan data dari platform digital.

Penelitian ini memegang peran krusial dalam memperkaya studi semantik kognitif, khususnya dengan menganalisis bagaimana metafora konseptual diterapkan dalam penamaan kuliner di Bandung pada platform *online* seperti GoFood. Studi ini tidak hanya mengisi celah dalam kajian ranah digital, tetapi juga menyoroti keterkaitan erat antara bahasa, budaya, dan strategi pemasaran kuliner di era modern. Dengan demikian, penamaan kuliner di sini bukan sekadar proses linguistik biasa, melainkan sebuah praktik kreatif yang melibatkan faktor kognitif, budaya, dan strategi pemasaran. Meskipun beberapa penelitian terdahulu telah

membahas penamaan makanan, masih sedikit yang secara spesifik mengkaji metafora konseptual di platform digital, padahal konteks ini menghadirkan dinamika baru di mana daya tarik nama dapat secara langsung memengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap jenis, makna, dan fungsi metafora tersebut, serta mengaitkannya dengan identitas budaya dan strategi pemasaran di era digital.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berikut ini adalah pemaparan masalah yang dibagi menjadi tiga bagian yang terdiri atas identifikasi masalah, pembatasan masalah, dan rumusan masalah.

### **1.2.1 Pengidentifikasian Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Belum banyak penelitian yang secara mendalam menganalisis bagaimana elemen semantik kognitif dalam penamaan kuliner memengaruhi daya tarik konsumen di platform digital.
2. Belum diketahui sejauh mana penamaan kuliner dapat memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian di platform digital.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan pengidentifikasian masalah di atas, batasan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini hanya ditekankan pada platform OFD GoFood dengan rating 4,5–5,0 dan mempunyai minimal 100 ulasan dengan penamaan yang berhubungan dengan penelitian.
2. Sumber data penelitian ini dilakukan di Bandung.
3. Penelitian ini menggunakan teori semantik kognitif.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah, dapat disimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut.

1. Bagaimana metafora konseptual dan skema citra dalam penamaan kuliner yang terdaftar di platform OFD GoFood?
2. Bagaimana penamaan kuliner dapat memengaruhi persepsi dan keputusan konsumen dalam memilih menu yang terdapat pada layanan OFD?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi dan menjelaskan metafora konseptual dan skema citra yang digunakan dalam penamaan kuliner yang terdaftar di platform GoFood.
2. Menganalisis bagaimana semantik kognitif dalam penamaan kuliner memengaruhi persepsi konsumen.

#### **1.3.1 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara teoretis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian linguistik, khususnya dalam semantik kognitif, dengan fokus pada penamaan kuliner di platform OFD.
2. Secara praktis, penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan tentang strategi penamaan kuliner yang efektif untuk meningkatkan daya tarik produk di platform OFD.

#### **1.3.2 Definisi Operasional**

Untuk memahami lebih jelas konsep-konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini, berikut beberapa definisi operasional yang digunakan oleh peneliti.

1. Metafora Konseptual

Dalam penelitian ini, metafora konseptual diartikan sebagai cara berpikir yang menggunakan satu ranah pengalaman (*source domain*) untuk memahami ranah

pengalaman lain (*target domain*). Contohnya, penamaan kuliner “Vitamin Cenghar” memanfaatkan ranah sumber kesehatan (vitamin) untuk menggambarkan ranah sasaran minuman. Analisis difokuskan pada jenis metafora (struktural, ontologis, orientasional) menurut Lakoff & Johnson (1980).

## 2. Proses Penamaan Kuliner

Yang dimaksud dengan proses penamaan kuliner adalah praktik kreatif yang dilakukan pemilik usaha dalam memberikan nama pada produk makanan atau minuman. Penelitian ini mengoperasionalkan proses tersebut sebagai bentuk representasi linguistik yang dapat dianalisis melalui makna konseptual dan unsur metaforis yang terkandung dalam nama menu.

## 3. Kuliner di Bandung

Kuliner dalam konteks ini merujuk pada makanan dan minuman khas yang dijual oleh pelaku usaha di wilayah Bandung. Data yang diteliti terbatas pada menu yang menggunakan bahasa metaforis atau kreatif dalam penamaan, sebagaimana tercantum pada aplikasi GoFood.

## 4. Platform *Online Food Delivery* (OFD)

Platform OFD dalam penelitian ini mengacu pada aplikasi digital yang menyediakan layanan pesan-antar makanan, dengan fokus pada GoFood sebagai salah satu platform terbesar di Indonesia. Data penelitian berupa nama menu kuliner yang tersedia di platform ini.

## 5. Analisis Semantik Kognitif

Analisis semantik kognitif dalam penelitian ini dipahami sebagai pendekatan linguistik yang menekankan hubungan antara bahasa dan pikiran. Dalam operasionalnya, penelitian menggunakan teori metafora konseptual (Lakoff & Johnson, 1980) serta *image schema* (Cruse & Croft, 2004) untuk mengidentifikasi makna konseptual dan pola kognitif yang terkandung dalam penamaan kuliner.

### 1.3.3 Struktur Organisasi Tesis

Pada bagian ini akan dijelaskan seluruh bab yang akan ada dalam tesis, mulai dari

bab satu sampai bab lima.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang pengenalan tesis. Bab ini menjelaskan kepada pembaca bagaimana penelitian ini serta menggambarkan bentuk umum penelitian seperti latar belakang masalah, masalah penelitian yang terdiri dari pengidentifikasian masalah, pembatasan masalah, dan perumusan masalah, serta tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, juga struktur organisasi tesis.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tinjauan literatur dan teori-teori yang relevan sebagai landasan yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Kemudian, terdapat juga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi pendekatan penelitian, populasi dan penarikan sampel, teknik pengumpulan data, analisis data, dan etika penelitian.

4. BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi temuan, uraian hasil penelitian yang menyajikan temuan-temuan penelitian dalam bentuk data, tabel, atau gambar yang mendukung tujuan penelitian dan berisi tentang pembahasan untuk menginterpretasikan hasil penelitian, membandingkan dengan teori sebelumnya, dan menjelaskan implikasi dari temuan. Bagian ini juga membahas kekuatan dan kelemahan penelitian serta rekomendasi untuk penelitian mendatang.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berupa Simpulan dan Saran, yaitu rangkuman temuan utama dari penelitian dan menjawab rumusan masalah. Bagian ini juga membahas implikasi teoretis, praktis, atau kebijakan dari hasil penelitian, serta memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.