

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nasi Goreng Otokowok merupakan salah satu produk kuliner nasi goreng yang berkembang di kawasan Bandung Raya. Produk ini muncul pertama kali pada tahun 2020, sejak awal kemunculannya Nasi Goreng Otokowok mengalami proses pengenalan yang berlangsung secara bertahap melalui interaksi langsung dan pengalaman konsumsi. Nasi Goreng Otokowok bukan hanya sekadar menjadi sebuah nama yang komersil, tetapi menjadi pembeda yang menonjol, berfungsi juga sebagai daya tarik awal yang mendorong publik untuk mengenali dan mengingat produk ini.

Keberadaan Nasi Goreng Otokowok menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti karena tidak semua produk kuliner, khususnya usaha nasi goreng skala UMKM, yang mampu membangun citra dan bertahan dalam ingatan publik. Pada umumnya, produk nasi goreng hadir dengan karakter atau tipe yang relatif serupa, sehingga sulit dibedakan oleh publik. Nasi Goreng Otokowok menunjukkan kondisi yang berbeda melalui narasi simbolik sebagai “Pelopor Nasi Goreng Otokowok,” serta interaksi langsung antara pemilik dan konsumen yang berlangsung secara berulang.

Nasi Goreng Otokowok dikenali melalui unsur-unsur yang menjadi penanda produknya, seperti penggunaan nama yang khas, penyajian produk, serta representasi yang ditampilkan melalui media sosial. Melalui penanda tersebut,

publik memperoleh gambaran awal mengenai Nasi Goreng Otokowok sebagai produk kuliner yang memiliki ciri tertentu. Pengenalan Nasi Goreng Otokowok tidak hanya bergantung pada aspek rasa atau variasi menu, tetapi juga dibangun melalui inovasi media sosial dan pelayanan yang menciptakan kesan bagi pelanggan.

Kesan yang terbentuk secara berulang tercermin dalam penilaian publik pada *platform* digital. Berdasarkan data pada aplikasi Google Maps per 10 Februari 2026, Dayun Nasgor sebagai pemilik Nasi Goreng Otokowok memperoleh rating 4,7 dari 216 ulasan. Ulasan tersebut berasal dari pengguna Google yang pernah mengunjungi lokasi usaha, sehingga mencerminkan penilaian dari publik yang beragam. Mayoritas ulasan menunjukkan respons positif terhadap cita rasa produk dan pelayanan yang diberikan. Penilaian ini mengindikasikan bahwa citra Nasi Goreng Otokowok tidak hanya terbentuk pada tingkat pengalaman individual, tetapi berkembang menjadi persepsi kolektif yang terdokumentasi secara digital.

Citra yang terbentuk di publik merupakan sebuah gabungan dari individu-individu yang telah mengalami dan menginterpretasikan pengalaman mereka menjadi sebuah kesan. Publik yang menilai akan cenderung subjektif dan pasti akan berbeda-beda pemahamannya, tetapi akan mendapatkan inti dari maknanya akan sama. Ketika interpretasi yang berbeda-beda itu mengarah pada pemahaman yang sejalan, maka akan terbentuk persepsi kolektif yang memperkuat posisi produk dalam ingatan publik. Persepsi kolektif inilah yang kemudian berperan dalam membentuk citra yang lebih stabil dan memengaruhi cara publik mengenali produk tersebut.

Pembentukan citra tersebut juga tercermin dalam respons publik pada media sosial. Berdasarkan hasil observasi digital pada akun TikTok @aiaini yang memiliki 345,4 ribu pengikut, terdapat unggahan pada 27 Juni 2025 yang menampilkan Nasi Goreng Otokowok dan memperoleh 27,6 ribu tanda suka, 129 komentar, 2.875 kali disimpan, serta 2.098 kali dibagikan. Tingginya jumlah interaksi tersebut menunjukkan tingkat perhatian dan ketertarikan publik terhadap produk yang ditampilkan.

Sebanyak 129 komentar, diantaranya 53 komentar atau 41,1% memuat apresiasi terhadap tampilan dan daya tarik produk, 35 komentar atau 27,1% menunjukkan ketertarikan untuk mencoba, 24 komentar atau 18,6% berisi pengalaman langsung konsumen yang memberikan kesan positif, dan 17 komentar atau 13,2% memuat pertanyaan terkait lokasi, harga, dan informasi pembelian. Persentase tersebut mengindikasikan bahwa respon publik didominasi oleh penilaian positif dan ketertarikan terhadap produk. Temuan ini menunjukkan bahwa citra Nasi Goreng Otokowok tidak hanya terbentuk melalui pengalaman konsumsi secara langsung, tetapi juga melalui eksposur media sosial serta respons kolektif publik yang terekam dalam ruang digital.

Citra terbentuk melalui proses interpretasi yang melibatkan konsep diri, konsep perbuatan serta interaksi yang berlangsung secara terus-menerus. Teori Interaksi Simbolik digunakan untuk memberikan kerangka dalam memahami bagaimana individu maupun kelompok memaknai realitas sosial melalui tindakan yang dilakukan. Teori ini menempatkan manusia sebagai peran dalam membentuk

makna atas setiap tindakan dan interaksi yang dijalankan. Pembentukan citra melalui perspektif tersebut dapat dipahami sebagai hasil dari proses dinamis.

Interaksi simbolik tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga membuka ruang untuk melihat implementasi dalam berbagai konteks sosial. Proses yang melibatkan konsep diri, tindakan, dan interaksi sosial dapat terlihat dalam praktik nyata yang dijalankan oleh individu maupun kelompok dalam membangun dan mempertahankan citra. Kajian-kajian sebelumnya yang menggunakan perspektif interaksi simbolik menjadi penting untuk ditelaah sebagai landasan dalam memahami bagaimana proses tersebut berlangsung secara empiris.

Kajian mengenai citra dalam konteks komunikasi yang menggunakan elemen Interaksi Simbolik bisa diimplementasikan dalam pembentukan dan pemilihan citra. Menurut Attamimi (2025) yang berjudul *Perilaku komunikasi Viking Persib Club dalam menjaga citra Persib Bandung*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Viking Persib Club menjalankan berbagai upaya dalam menjaga citra Persib Bandung dengan merujuk pada kerangka Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer.

Penerapan konsep tersebut bertujuan untuk membangun sekaligus mempertahankan identitas komunitas sebagai kelompok suporter yang memiliki loyalitas tinggi serta berperan dalam menjaga reputasi positif Persib Bandung. Upaya yang dilakukan Viking Persib Club dalam menjaga citra klub dapat dipahami melalui tiga aspek utama, yaitu konsep diri, konsep tindakan, dan interaksi sosial.

Pembentukan citra tidak hanya dipengaruhi oleh interaksi kolektif dalam suatu komunitas, tetapi juga dapat dibentuk melalui peran individu sebagai aktor

utama yang secara aktif mengelola produk tersebut. Pemilik usaha memiliki posisi strategis dalam menentukan bagaimana produk dipersepsikan oleh publik melalui tindakan, komunikasi, serta interaksi yang dibangun secara langsung maupun melalui media digital. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembentukan citra dapat terjadi dalam berbagai konteks, baik dalam ranah komunitas maupun dalam aktivitas usaha yang dijalankan secara individual.

Meskipun penelitian tersebut telah memberikan gambaran mengenai pembentukan citra melalui proses interaksi simbolik, kajian tersebut masih berfokus pada konteks komunitas suporter olahraga sebagai aktor pembentuk citra. Penelitian tersebut belum secara mendalam mengkaji bagaimana konsep yang sama diterapkan oleh pemilik produk dalam membangun citra sebuah produk, khususnya dalam konteks kuliner lokal. Penelitian tersebut juga lebih menyoroti perilaku komunikasi kolektif komunitas, sehingga belum menggali secara mendalam bagaimana proses pembentukan citra oleh individu pemilik usaha yang dikelolanya.

Berdasarkan hal tersebut, masih terdapat ruang penelitian untuk mengkaji bagaimana pemilik usaha berperan serta membangun interaksi sosial dalam proses pembentukan citra produk, terutama pada usaha kuliner lokal. Penelitian ini menganalisis pembentukan citra produk melalui perspektif Interaksi Simbolik yang berfokus pada pengalaman dan pemaknaan pemilik usaha dalam mengelola dan membangun citra produk yang dimilikinya.

1.2 Fokus Penelitian

Kegiatan yang dilakukan oleh Dayun Nasgor dalam membangun citra Nasi Goreng otokowok sebagai kuliner lokal melalui pelayanan dan media sosial, menjadi bagian dari strategi komunikasi untuk membangun citra produk.

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, peneliti menetapkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep diri (*the self*) dalam pembentukan citra produk?
- 2) Bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep perbuatan (*the act*) dalam pembentukan citra produk?
- 3) Bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun interaksi sosial dalam pembentukan citra produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini meliputi:

- 1) Mengetahui bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep diri (*the self*) dalam pembentukan citra produk.
- 2) Mengetahui bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep perbuatan (*the act*) dalam pembentukan citra produk.
- 3) Mengetahui bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun interaksi sosial dalam pembentukan citra produk.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang strategi membangun citra pada bidang kuliner lokal. Melalui penerapan 3 tahapan strategi membangun citra, penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik mengenai implementasi teori strategi membangun citra dalam usaha bidang produk kuliner khususnya produk kuliner lokal. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi membangun citra di bidang produk kuliner lokal.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan berharga dalam memahami serangkaian proses strategi membangun citra yang telah diterapkan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali secara mendalam cara dari Dayun Nasgor dalam membangun citra dari Nasi Goreng Otokowok, seperti menggunakan interaksi media sosial serta pelayanan yang dilakukan langsung oleh pemilik, yaitu Dayun Nasgor. Informasi ini dapat digunakan untuk merancang strategi membangun citra produk kuliner agar dikenal di benak pelanggan.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan seperangkat teori, konsep, atau model yang disusun secara sistematis dan digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan

penelitian. Dalam penelitian ini, mengacu pada teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer. Teori ini menjelaskan bahwa suatu objek atau fenomena sosial dipahami melalui proses interaksi antarindividu. Pendekatan ini relevan untuk menjelaskan bagaimana produk kuliner seperti Nasi Goreng Otokowok membentuk citra melalui hubungan sosial dalam praktik komunikasi sehari-hari. Terdapat tiga elemen utama dalam teori ini, yaitu konsep diri, konsep perbuatan, dan interaksi sosial.

1) Konsep Diri (*The Self*)

Konsep diri merujuk pada cara individu memahami, menilai, dan memandang dirinya yang terbentuk melalui proses interaksi dengan lingkungan sosial. Menurut Blumer (1969), pandangan individu terhadap dirinya terbentuk melalui proses interpretasi dan tindakan yang muncul dalam interaksi sosial. Individu secara aktif mengolah pengalaman sosial yang dialaminya, sehingga konsep diri bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perkembangan interaksi serta pengalaman dalam kehidupan sosial.

2) Konsep Perbuatan (*The Act*)

Konsep perbuatan dalam perspektif interaksi simbolik merujuk pada tindakan individu yang didasarkan pada pemahaman terhadap suatu situasi sosial. Tindakan seseorang merupakan hasil dari proses pemahaman terhadap situasi sosial yang terjadi di sekitarnya. Menurut Blumer (1969) menjelaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan pemahaman yang dimilikinya, di mana pemahaman tersebut diperoleh melalui interaksi sosial

dan kemudian dapat mengalami penyesuaian melalui proses interpretasi individu.

3) Interaksi Sosial (*Social Interaction*)

Interaksi sosial merupakan proses hubungan timbal balik antara individu dengan individu lain atau antara individu dengan kelompok yang saling bertukar pesan, serta pemahaman yang kemudian membentuk kesepahaman dalam melihat suatu realitas sosial. Menurut Blumer (1969), sesuatu tidak dipahami secara langsung dari objek atau situasi tertentu, melainkan terbentuk melalui proses interaksi sosial yang melibatkan penafsiran individu. Setiap individu mengolah tindakan yang disampaikan oleh orang lain, kemudian menyesuaikan tindakannya berdasarkan hasil pemahaman yang diperoleh dari interaksi tersebut.

1.5.2 Landasan Konseptual

Nasi Goreng Otokowok merupakan salah satu produk kuliner lokal yang memiliki karakter khas melalui penamaan, penyajian, serta cara pemilik berinteraksi dengan konsumen. Keberadaan produk ini menunjukkan bahwa suatu usaha kuliner tidak hanya bergantung pada aspek rasa, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dikenali dan diingat oleh publik. Persaingan yang semakin meningkat membuat produk dengan karakter yang relatif serupa sulit dibedakan, sehingga diperlukan upaya yang mampu menampilkan ciri khas tertentu. Dalam kondisi ini, citra menjadi faktor penting yang memengaruhi cara publik mengenali, mengingat, dan menilai suatu produk kuliner.

Citra berkembang melalui rangkaian aktivitas yang terjadi secara berulang, baik melalui interaksi langsung dengan pemilik usaha maupun melalui informasi yang diterima dari lingkungan sekitar. Pembentukan citra tidak dapat dilepaskan dari peran pemilik usaha sebagai pihak yang menciptakan dan mengelola produk. Pemilik usaha menjadi aktor utama yang menentukan bagaimana produk ditampilkan dan dikomunikasikan kepada konsumen. Cara pemilik menjalankan perannya akan memengaruhi tindakan yang dilakukan, serta bagaimana interaksi dengan konsumen berlangsung dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Dalam penelitian ini, pembentukan citra dipahami melalui perspektif interaksi simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer. Perspektif ini menekankan bahwa tindakan dan interaksi yang dilakukan individu berperan dalam membentuk gambaran terhadap suatu produk. Interaksi simbolik dalam penelitian ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu konsep diri (*the self*), konsep perbuatan (*the act*), dan interaksi sosial.

Konsep diri (*the self*) berkaitan dengan bagaimana pemilik usaha memahami dan menempatkan dirinya sebagai individu yang menjalankan serta mengembangkan usaha Nasi Goreng Otokowok. Menurut Blumer (1969) mencakup kemampuan individu untuk menjadikan dirinya sebagai objek penilaian, melakukan interaksi dengan dirinya sendiri (*self-interaction*), serta membentuk identitas diri yang bersifat dinamis. Kemampuan menjadikan diri sebagai objek penilaian merujuk pada proses ketika individu mampu merefleksikan dan mengevaluasi dirinya sebagaimana ia menilai orang lain, sehingga terbentuk kesadaran atas posisi dan perannya. Kesadaran tersebut kemudian berlanjut pada

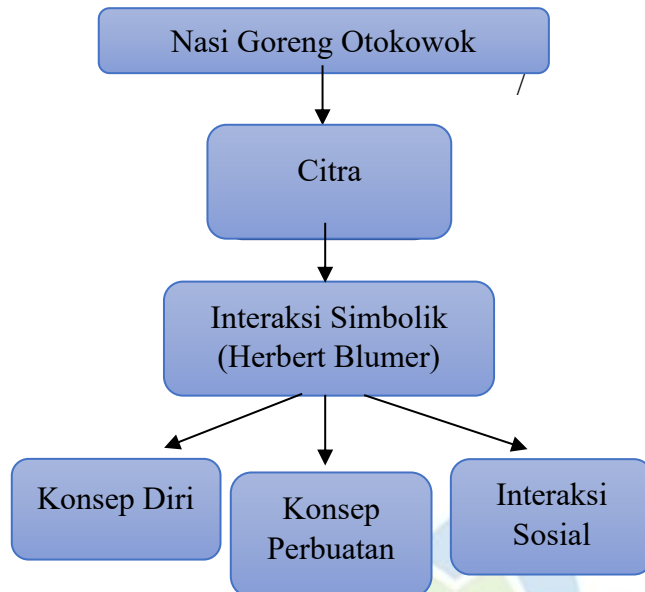
kemampuan melakukan *self-interaction*, yaitu dialog internal dalam diri individu untuk mempertimbangkan berbagai pilihan sebelum mengambil tindakan. Melalui rangkaian proses tersebut, identitas diri terbentuk secara dinamis. Konsep diri tidak bersifat tetap, melainkan terus berkembang dan berubah seiring dengan pengalaman serta interaksi sosial yang berlangsung secara berkelanjutan.

Konsep perbuatan (*the act*) merujuk pada tindakan nyata yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, seperti pelayanan kepada konsumen, penyajian produk, serta cara berkomunikasi. Tindakan tersebut tidak muncul secara spontan, melainkan melalui proses penyesuaian terhadap situasi yang dihadapi. Menurut Blumer (1969) mencakup tindakan yang bersifat konstruktif, adaptif, serta melalui proses interpretasi sebelum diwujudkan. Tindakan yang bersifat konstruktif menunjukkan bahwa individu secara aktif membangun tindakannya melalui proses penafsiran terhadap situasi yang dihadapi, sehingga tidak sekadar merespons stimulus secara mekanis. Proses tersebut kemudian berkembang menjadi tindakan yang bersifat adaptif, di mana individu menyesuaikan tindakannya berdasarkan perubahan situasi yang berlangsung secara terus-menerus. Sebelum tindakan tersebut diwujudkan, individu terlebih dahulu melalui proses interpretasi, yaitu menafsirkan makna dari situasi yang ada sebagai dasar dalam menentukan langkah yang akan diambil.

Interaksi sosial merupakan proses hubungan antara pemilik usaha dan konsumen, baik secara langsung maupun melalui media digital. Proses ini menjadi ruang terjadinya pertukaran pengalaman antara kedua belah pihak dalam aktivitas usaha. Menurut Blumer (1969) mencakup penggunaan simbol bermakna, proses

interpretasi timbal balik, serta sifat interaksi yang dinamis dan berkelanjutan. Penggunaan simbol bermakna menunjukkan bahwa individu berkomunikasi melalui simbol-simbol, seperti bahasa dan gestur, yang memiliki makna bersama dan dapat dipahami oleh pihak lain. Proses tersebut kemudian berkembang dalam bentuk interpretasi timbal balik, di mana setiap pihak yang terlibat dalam interaksi secara aktif menafsirkan tindakan dan pesan dari pihak lain sebelum merumuskan respons. Melalui rangkaian proses tersebut, interaksi bersifat dinamis dan berkelanjutan, sehingga makna yang muncul dapat terus berubah dan berkembang seiring berlangsungnya hubungan antar individu secara berulang.

Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dalam proses pembentukan citra. Konsep diri memengaruhi tindakan yang dilakukan dan interaksi menjadi sarana berlangsungnya pengalaman tersebut. Rangkaian proses ini menunjukkan bahwa citra Nasi Goreng Otokowok terbentuk melalui hubungan yang berkesinambungan. Pemahaman terhadap konsep interaksi simbolik dalam penelitian ini memungkinkan pelaku usaha untuk melihat bagaimana proses pembentukan citra berlangsung melalui hubungan antara konsep diri, tindakan, dan interaksi sosial. Fokus Utama pada ketiga aspek tersebut, proses pembentukan citra dapat dipahami sebagai rangkaian aktivitas usaha yang terbentuk secara konsisten.



Bagan 1.5.2 Landasan Konseptual

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dayun Nasgor yang berlokasi di Jl. Sersan Bajuri, Cihideung, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40154.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif (konstruktivisme), paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada upaya memahami fenomena sosial melalui sudut pandang individu yang terlibat secara langsung, yaitu pemilik usaha Nasi Goreng Otokowok. Menurut Rahardjo et al. (2024) paradigma interpretif (konstruktivisme) memandang realitas sosial sebagai keseluruhan yang terpadu dan memiliki keterhubungan, sehingga tidak dipahami sebagai bagian-bagian yang berdiri sendiri. Realitas sosial dianggap bersifat kompleks, dinamis,

dan mengandung beragam makna. Dalam paradigma ini, hubungan antar fenomena tidak dimaknai secara linear melalui pola sebab-akibat, melainkan dipahami sebagai proses interaksi yang saling terikat. Kebenaran dalam paradigma ini bersifat relatif dan bergantung pada bagaimana individu menafsirkan realitas yang mereka alami.

Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel atau menghasilkan generalisasi, melainkan untuk menggali secara mendalam bagaimana pemilik usaha memahami dirinya, menjalankan tindakan, serta berinteraksi dalam aktivitas usahanya. Pemahaman tersebut menjadi penting karena proses pembentukan citra usaha tidak dapat dipisahkan dari cara pandang dan pengalaman yang dimiliki oleh pelaku usaha itu sendiri.

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini menekankan pada penggalian proses dan aktivitas yang terjadi dalam konteks nyata, bukan pada pengukuran dalam bentuk angka. Menurut Moleong (2021), penelitian kualitatif merupakan upaya untuk memahami berbagai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara menyeluruh. Melalui pendekatan ini dapat memperoleh data yang mendalam mengenai konsep diri, tindakan, serta interaksi sosial yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam membangun citra produk. Pendekatan kualitatif memungkinkan untuk memahami fenomena secara lebih komprehensif sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, metode ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek secara spesifik, yaitu Nasi Goreng Otokowok. Melalui metode deskriptif dapat mengkaji secara lebih rinci bagaimana proses pembentukan citra berlangsung dalam situasi yang nyata. Metode deskriptif merupakan salah satu metode dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk menelaah secara mendalam suatu fenomena, baik berupa program, peristiwa, aktivitas, proses maupun individu tertentu. Dalam metode ini, instrumen utama berada pada manusia sebagai pelaksana penelitian, sehingga diperlukan kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami kasus secara cermat dan mendalam.

Fokus pada satu objek memungkinkan penelitian dilakukan secara mendalam sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh terhadap fenomena yang diteliti. Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini didasarkan pada tujuan untuk memahami proses interaksi simbolik yang terjadi dalam aktivitas usaha. Metode ini memungkinkan untuk melihat keterkaitan antara konsep diri, tindakan, dan interaksi sosial dalam membentuk citra produk. Metode yang digunakan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap proses pembentukan citra Nasi Goreng Otokowok.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif. Data kualitatif tersebut diperoleh melalui proses wawancara dan

observasi. Berikut ini merupakan jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Data bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep diri (*the self*) dalam pembentukan citra produk Nasi Goreng Otokowok.
- 2) Data bagaimana proses bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun konsep perbuatan (*the act*) dalam proses pembentukan citra produk Nasi Goreng Otokowok.
- 3) Data bagaimana pemilik Nasi Goreng Otokowok membangun interaksi sosial dalam proses pembentukan citra produk Nasi Goreng Otokowok.

1.6.4.2 Sumber Data

- 1) Data Primer

Data primer merupakan data utama yang bersumber dari pihak Dayun Nasgor dalam membangun citra produk Nasi Goreng Otokowok. Data primer digunakan sebagai cara dalam mencari jawaban penelitian diawal terkait strategi membangun citra produk yang diterapkan oleh Dayun Nasgor terhadap Nasi Goreng Otokowok, yang terdiri dari konsep diri, konsep perbuatan, dan interaksi sosial. Data ini akan diambil melalui wawancara dengan pemilik Dayun Nasgor dan juga karyawan dari Dayun Nasgor agar memiliki gambaran dari proses membangun citra yang dilakukan terhadap Nasi Goreng Otokowok.

- 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari pihak selain dari pihak Dayun Nasgor, yaitu seperti melalui media sosial resmi

Dayun Nasgor (Tiktok @dayunnasgor_), Google Maps, jurnal, dan skripsi yang membantu dan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder ini bertujuan agar data menjadi lebih lengkap dan menguatkan data primer serta dapat dipertanggungjawabkan. Data sekunder membantu pemahaman yang lebih luas mengenai strategi membangun citra produk.

1.6.5 Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022) Teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan informan berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu memilih individu yang dianggap paling mengetahui dan memahami informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Informan dalam penelitian ini dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan peran dan keterlibatannya dalam proses yang diteliti.

Adapun informan yang dijadikan objek penelitian berjumlah empat orang, yang terdiri dari satu orang pemilik usaha dan tiga orang staf. Keempat informan tersebut dianggap mampu memberikan informasi yang komprehensif terkait pembentukan citra yang dijalankan. Data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan secara utuh proses yang terjadi di lapangan. Adapun informan dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori sebagai berikut:

- 1) Informan dari Pemilik Dayun Nasgor

Informan ini merupakan pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi membangun citra produk Nasi Goreng Otokowok oleh Dayun Nasgor. Informan akan memberikan informasi tentang bagaimana

proses membangun citra yang dilakukan terhadap produk Nasi Goreng Otokowok.

2) Informan Staf Dayun Nasgor

Informan ini merupakan staf atau karyawan yang terlibat langsung dalam pembentukan citra produk Nasi Goreng Otokowok. Informan akan memberikan informasi tentang bagaimana kegiatan membangun citra produk Nasi Goreng Otokowok melalui interaksi dengan pelanggan.

1.6.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji dengan menerapkan teknik triangulasi. Teknik ini dipahami sebagai cara untuk mengecek kebenaran data melalui proses perbandingan dan konfirmasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Penerapannya ditunjukkan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap data, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat akurasi yang lebih baik serta dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Moleong (2021) Triangulasi dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa jenis, meliputi triangulasi sumber, peneliti, serta teori. Penggunaan teknik ini tidak hanya dimaksudkan untuk memperoleh data dari beragam sudut pandang, tetapi juga untuk menguji kredibilitasnya dengan membandingkan hasil yang diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data serta sumber informasi yang berbeda.

Pada tahap pelaksanaan, data yang diperoleh dari lapangan dipadukan untuk memperkaya analisis sekaligus mempermudah pengelolaan informasi secara menyeluruh. Penggunaan lebih dari satu teknik pengumpulan data, seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatori pasif, memungkinkan

diperolehnya perspektif yang berbeda namun saling melengkapi. Hasil dari kedua teknik tersebut kemudian didukung oleh bukti-bukti yang disertakan dalam lampiran sebagai upaya memperkuat validitas temuan penelitian.

Penerapan triangulasi tidak diarahkan untuk menemukan satu kebenaran yang bersifat mutlak, melainkan untuk memperdalam pemahaman terhadap data yang telah dikumpulkan. Melalui teknik ini, dapat diketahui apakah data yang diperoleh menunjukkan kesesuaian, ketidakkonsistenan, atau bahkan perbedaan yang perlu dianalisis lebih lanjut.

1.6.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap krusial dalam proses penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan mengenai citra produk yang diterapkan terhadap produk Nasi Goreng Otokowok oleh Dayun Nasgor. Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- 1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan terarah dengan informan yang berguna memperoleh pemahaman yang menyeluruh. Penelitian ini menggunakan Teknik wawancara dengan pemilik usaha dan beberapa staf Dayun Nasgor untuk menggali informasi mengenai strategi membangun citra produk Nasi Goreng Otokowok.

Wawancara mendalam dilakukan dengan pemilik usaha serta beberapa staf Dayun Nasgor sebagai pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas usaha. Pemilihan informan didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka

memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait dengan strategi dalam membangun citra produk Nasi Goreng Otokowok.

Pertanyaan yang diajukan berfokus pada bagaimana pemilik usaha memahami usahanya, tindakan yang dilakukan dalam menjalankan usaha, serta upaya yang dilakukan dalam membangun citra produk di mata konsumen. Wawancara juga menggali informasi mengenai pengalaman interaksi dengan konsumen.

2) Observasi Partisipatori Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kondisi di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatori pasif, yaitu dengan hadir di lokasi penelitian tanpa terlibat secara langsung dalam aktivitas yang berlangsung. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana aktivitas usaha dijalankan serta bagaimana interaksi antara pemilik usaha dan konsumen terjadi dalam situasi nyata.

Observasi dilakukan dengan pendekatan partisipatori pasif, yaitu dengan hadir di lokasi penelitian tanpa terlibat secara langsung dalam aktivitas usaha. Kehadiran di lokasi bertujuan untuk mengamati secara langsung proses yang terjadi, sehingga data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi sebenarnya.

Fokus observasi dalam penelitian ini pada aktivitas operasional usaha Nasi Goreng Otokowok, khususnya dalam hal bagaimana pemilik usaha menjalankan usahanya serta berinteraksi dengan konsumen. Pengamatan

dilakukan terhadap cara pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, serta suasana yang terbentuk di lokasi usaha. Melalui observasi ini, diperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai aktivitas usaha yang tidak selalu dapat diungkap melalui wawancara, sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih lengkap dan mendalam.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis hasil data merupakan tahapan selanjutnya setelah pengumpulan data. Tahapan analisis data berfungsi untuk mengolah data agar data yang diperoleh bisa diketahui lebih mendalam dan mampu dikaitkan dengan fenomena yang diteliti. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif memerlukan analisis data karena pada proses pengumpulan data itu berkorelasi dengan analisis data dan tidak bisa berdiri sendiri hanya mementingkan pengumpulan saja tanpa ada analisis. Data kualitatif merupakan kegiatan mengorganisasi dan mengolah data hasil penelitian secara sistematis agar dapat ditemukan pola, tema, dan kesimpulan yang mudah dipahami dan dapat disampaikan kepada pihak lain.

Tahapan dari analisis data kualitatif dibutuhkan cara yang sistematis agar menemukan pola dan jawaban yang bisa dipahami, serta agar mempermudah dipahami oleh pihak eksternal. Menurut Sugiyono (2022) proses analisis data tidak hanya berfokus pada pengolahan data semata, tetapi juga pada upaya menemukan makna yang terkandung di dalamnya, sehingga penelitian ini menerapkan beberapa tahapan analisis data. Tahapan analisis data salah satunya ada model dari Miles dan Huberman dengan aktivitas analisis datanya, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data kualitatif yang berfokus pada proses merangkum, menyeleksi informasi penting, serta memusatkan perhatian pada data yang relevan dengan tujuan penelitian. Data mentah yang diperoleh dari wawancara dan observasi umumnya sangat banyak dan beragam, sehingga perlu disederhanakan melalui proses pemilahan. Informasi yang tidak sesuai dengan fokus penelitian disisihkan, sedangkan data yang memiliki makna diklasifikasikan ke dalam tema-tema tertentu. Melalui proses ini, mampu memperoleh gambaran yang lebih terarah sehingga memudahkan dalam tahap pengumpulan dan pengolahan data selanjutnya.

2) Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap lanjutan setelah proses reduksi, di mana data yang telah dipilih disusun secara sistematis agar mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya berbentuk uraian naratif yang deskriptif, namun dapat pula dilengkapi dengan tabel, bagan, atau matriks untuk memperjelas hubungan antar kategori. Tahap ini bertujuan membantu memahami kondisi di lapangan secara lebih mendalam, sekaligus menjadi dasar dalam mengidentifikasi pola serta merencanakan langkah analisis berikutnya.

3) Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir merupakan merumuskan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Data yang telah diolah kemudian disusun

menjadi kesimpulan yang sistematis dan mudah dipahami. Kesimpulan ini memuat temuan utama penelitian serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai objek yang dikaji. Kesimpulan juga dapat dilengkapi dengan implikasi penelitian, baik secara teoritis maupun praktis, serta rekomendasi yang dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya atau penerapan di lapangan.

