

ABSTRACT

Culinary contains the image of the society and its presence more growing with the creativity of the maker. Culinary development thrust with the innovation that has raised the culinary diversity of both traditional and modern. Behind the effort in the culinary business, social networking has been present and became a part of culinary entrepreneur activities. This phenomenon becomes something interesting examined given the culinary creative industries have been growing rapidly and the presence of the development of information technology has expanded the social network owned by the individual.

This research used the qualitative method with descriptive data analysis. Data analysis is also done with social network analysis using UCINET software so that the retrieved overview of social network topology owned culinary entrepreneurs.

Culinary entrepreneur social network D'Gejrot not just in a virtual reality but also social reality and the two are inter-related. Networks in social reality effect not only on the social relations but also the efforts to maintain the value of D'Gejrot is a co-founder of his efforts. Social networking in the community have a different bond quality so that no matter the network topology is different. Some communities present in virtual reality for later known as community networks. Social networking in virtual reality effect to expand the relationship and may encourage the existence of D'Gejrot efforts due to the spread of information not constrained place and time.

Keywords: Social Networks, Social Capital, Creative Industries, Culinary

INTISARI

Kuliner mengandung citra masyarakat dan kehadirannya semakin berkembang dengan adanya kreativitas dari pembuatnya. Perkembangan kuliner di dorong dengan adanya inovasi yang telah memunculkan keragaman kuliner baik tradisional maupun modern. Dibalik upaya dalam menjalankan bisnis kuliner, jaringan sosial telah hadir dan menjadi bagian dari kegiatan pengusaha kuliner. Fenomena ini menjadi sesuatu yang menarik dikaji mengingat industri kreatif kuliner telah berkembang pesat dan kehadiran perkembangan teknologi informasi telah memperluas jaringan sosial yang dimiliki individu.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data deskriptif. Analisis data juga dilakukan dengan *sosial network analysis* menggunakan software UCINET agar diperoleh gambaran mengenai topologi jaringan sosial yang dimiliki pengusaha kuliner.

Jaringan sosial pengusaha kuliner D'Gejrot tidak hanya berada dalam realitas maya namun juga realitas sosial dan keduanya saling berkaitan. Jaringan dalam realitas sosial berpengaruh tidak hanya pada hubungan sosial namun juga upaya *founder* D'Gejrot untuk menjaga nilai usahanya. Jaringan sosial pada komunitas memiliki kualitas ikatan yang berbeda sehingga topologi jaringannya pun berbeda. Beberapa komunitas hadir dalam realitas maya untuk kemudian disebut sebagai komunitas jejaring. Jejaring sosial pada realitas maya berpengaruh untuk memperluas hubungan dan dapat mendorong eksistensi usaha D'Gejrot karena adanya persebaran informasi yang tidak terkendala tempat dan waktu.

Kata Kunci: Jaringan Sosial, Modal Sosial, Industri Kreatif, Kuliner