



Prof. Dr. Novi Anoejajekti, M.Hum.
Curu Besar Ilmu Sastra Indonesia
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Sastris Sunarti, M.Hum.
Peneliti Sastra
Badan Pengembangan dan
Pembinaan Bahasa



Drs. Sudartomo Macaryus, M.Hum.
Dosen Linguistik Deskriptif
FKIP Universitas Sarjanawijaya Tamansiswa
Yogyakarta



Prof. Dr. Djoko Saryono, M.Pd.
Curu Besar Ilmu Pendidikan Sastra Indonesia
Fakultas Sastra
Universitas Negeri Malang



Prof. Dr. I Nyoman Darma Putra, M.Lit.
Curu Besar Ilmu Sastra Indonesia
Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Udayana

Buku Sastra Rempah ini membuktikan bahwa semesta rempah bukan hanya urusan spasial, ekonomi-bisnis, gastronomis, dan politis, melainkan juga urusan kultural khususnya seni. Ternyata kita tidak hanya berurusan dengan jalur rempah, lalu lintas rempah, komoditas rempah, perniagaan rempah, budi daya rempah, dan kedaulatan wilayah rempah serta diplomasi rempah, tetapi juga seni rempah. Buktinya, dengan gamblang buku ini menyuguhkan panorama sastra rempah sebagai salah satu bentuk ekspresi seni rempah. Dalam buku ini disuguhkan bukan hanya wawasan rempah dan ekologi rempah dalam sastra Indonesia dan Daerah, tetapi juga imajinasi dan metafora rempah dalam sastra Indonesia dan Daerah. Hal ini memperlihatkan ada tautan mutualistis antara rempah dan sastra di Indonesia. Bukan hanya masa lalu, tetapi juga masa kini dan masa depan selama rempah menjadi sumber inspirasi dan bahan penciptaan sastra Indonesia dan Daerah. Di sini kita menyaksikan misi Jalur Rempah bukan kegiatan nostalgia semata, tetapi program antisipatif dan visioner yang hendak merawat, mengembangkan, bahkan memajukan dunia dan budaya rempah Indonesia. Sebab itu, buku ini tak hanya menghubungkan, melainkan juga melengkapi dan memperkaya misi dan konteks Jalur Rempah. Dapat dikatakan, momentum terbitnya buku Sastra Rempah ini memperkuat segenap program Jalur Rempah yang sekarang tengah digerakkan oleh Kemendikbudristek khususnya Ditjen Kebudayaan.

Ananto Kusuma Seta, Ph.D.

Ketua Komite Jalur Rempah Kemendikbudristek RI

Penulis

Aprinus Salam • Ari Ambarwati • Aeri Suardi • Bani Sudardi dan Dewi Sulistyoni • Budi Agung Sudarmanto • Dian Susilastri • Djoko Saryono • Ekka Sastryadi • Esti Ismawati • Eva Lelilyanti, Eka Nurcahyani, dan Ayu Chumaseh • Fitri Nura Murti • Gufran A. Ibrahim • Heru S.P. Saputra, Titik Maslikatin, dan Edy Haryadi • Hilmar Farid • I Nyoman Darma Putra • Imam Qalyubi • Ina A. Velomena Samsir Lefaan dan Eko Purmono Tulyanan • Latifah Ratnawati, Amilia Sari, dan Dina Nurtaati • Latifatul Izzah dan Mujiburrahman • M. Yosep • Mohd. Harun • Muhyannur • Nawiyanto • Ni Wayan Sumitri dan I Wayan Arka • Novi Anoejajekti, Han Iskandar, dan Endah Imawati • Nurhayati, Nyaju Lulu Nadya, dan Medjo Lakatin Nopri • Nurnaningah • Pipit Mugi Handayani • Praseyo Adi Wirnu Wibowo • Rita Inderawati • Sanceo A. Lamusu • Sastris Sunarti • Setya Yuwana Sudikan • Siti Como Atlas • Susantoko • Sudartomo Macaryus, M. Rus Andianto, dan Ida Nurul Chasanah • Sutjyo • Sukatman • Suniman Udu • Susi Darhasning dan Noryna Nurlefitin • Suwardi Endraswara • Thera Widayanti • Tom Hoogervorst • Triana Kumala Satya Dewi • Wiyatni • Yeri Artanti • Yoseph Yopi Taum



Editor: Novi Anoejajekti, Sastris Sunarti, Sudartomo Macaryus, Djoko Saryono, I Nyoman Darma Putra

SASTRA REMPAH



Editor:

Novi Anoejajekti, Sastris Sunarti, Sudartomo Macaryus

Djoko Saryono, I Nyoman Darma Putra

Kata Pengantar

Dirjen Kebudayaan Republik Indonesia

HILMAR FARID

Setelah mengetahui pala memiliki manfaat sangat besar dari para pemburu jalur rempah bangsa Eropa, serta para saudagar dari Arab, Persia, Cina, dan Ternate - Tidore, tanaman pala dilindungi dan dijaga dengan baik, seperti menjaga diri sendiri. Atas pengetahuan yang diperoleh dari bangsa Eropa dan para saudagar, masyarakat asli Fakfak menjadikan pala sebagai salah satu jenis tumbuhan yang berandil besar dalam kehidupan tradisi dan kepercayaan. Mereka mengidentifikasi pala bagi jiwa dan raga seorang perempuan (Ina A. Velomena Samsir Lefaan dan Eko Purmono Tulyanan)

Pelayaran hongj merupakan salah satu memori kolektif masyarakat Wakatobi atas penebangan cengkeh dan pala di Wakatobi. Dalam sejarah Buton, penebangan cengkeh dan pala ini merupakan salah satu politik Belanda dalam menekan perdagangan rempah legal di Kepulauan Tukang Besi, khususnya di Wangi-Wangi dan Kaledupa. Memori kolektif berupa jejak penebangan pohon cengkeh dan pala ini menjadi aspek penting dalam kehidupan masyarakat Wakatobi (Summan Udu)

**Gemah Ripah Rempah Kuliner Palembang:
Inspirasi *Pria Rempah* dan Potensi Produk Budaya Populer**

Rita Inderawati

Universitas Sriwijaya

rita_inderawati@fkip.unsri.ac.id

Lidah anak negeri ini sudah terkontaminasi oleh derasnya kuliner asing yang bertebaran di pelosok negeri, dihembus dan dibentuk lewat budaya populer. Tulisan ini mengkaji bagaimana kuliner tradisional Palembang yang mengandung rempah harum dengan rasa yang lezat sebagai tanaman surga karunia sang Pencipta, berpotensi menjadi produk budaya populer. Analisis difokuskan pada eksplorasi kuliner, komparasi cita-rasa dengan kuliner luar negeri seperti makanan Jepang, Korea, dan Thailand, dan upaya generasi muda mewujudkan kuliner tradisional Palembang sebagai produk budaya populer. Objek penelitian berupa kuliner tradisional Palembang, sedangkan subjek penelitian ini adalah mahasiswa semester III dan VII prodi Pendidikan Bahasa Inggris FKIP Universitas Sriwijaya Palembang berjumlah 37 orang karena hanya dari dua kelas. Sumber data penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori budaya populer yaitu popularitas, keseragaman rasa, budaya gaya, budaya hiburan, budaya masa, budaya visual, dan budaya ikon. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket dan wawancara. Analisis terhadap perspektif generasi muda mengenai rempah yang terkandung dalam kuliner Palembang memberi sudut pandang baru bahwa karakteristik budaya populer yang terseleksi mampu mengarahkan berkembangnya kuliner Palembang relevan dengan upaya inovatif yang ditawarkan. Tulisan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bahwa generasi muda berpotensi besar mengangkat kuliner Indonesia umumnya, Palembang khususnya dan menjadikannya sebagai produk budaya populer.

Kata kunci: eksplorasi, komparasi, rempah, kuliner Palembang, budaya populer

Pendahuluan

*Andai saja pria kekar bermata teduh itu tidak beraroma rempah, mungkin Tatiana, wanita karir sebuah perusahaan besar tidak rela menelusuri lorong-lorong pasar tradisional yang sempit dan berbau bacin ikan asin. Pria simpatik yang selalu mendukung karung berisi aneka rempah sebagai pemasok rempah bagi beberapa pedagang, termasuk pedagang soto Betawi yang selalu mangkal di depan pasar becek itu. Apresiasi penulis terhadap cerita pendek **Pria Rempah** karya Aris Kurniawan (<https://today.line.me/id/v2/article/1yXpGm>) mengawali tulisan mengenai rempah yang memiliki potensi menjadi budaya populer dan menginisiasi untuk mengangkat rempah dalam kuliner tradisional Palembang sebagaimana soto Betawi dalam cerita itu.*

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari lima kepulauan besar dan ratusan pulau kecil dengan khas yang mereka miliki yang membuatnya kaya akan keberagaman. Indonesia sendiri memiliki setidaknya 750 bahasa daerah, dengan jumlah penduduk yang mencapai 255, 4 juta jiwa yang terdiri dari kurang lebih 1120 suku bangsa (Badan Pusat Statistik, 2015). Hal tersebut menjadikan Indonesia kaya dalam banyak hal, salah satunya adalah kaya akan jenis budaya makanan tradisional. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas makanan dan rasa yang juga menjadikannya sebagai salah satu identitas dari suatu daerah yang tidak bisa disamakan satu dengan yang lainnya. Makanan tradisional atau lokal khas dari daerah-daerah di Indonesia sudah ada sejak lama dan masih bertahan hingga sekarang bahkan dihargai sebagai warisan budaya dari suatu daerah di Indonesia. Makanan tradisional yang juga merupakan bagian dari objek pariwisata di suatu daerah sehingga akan sangat mudah kita temui di daerah tersebut, seperti pempek yang sangat mudah di Kota Palembang, atau gudeg yang sangat banyak di sekitar jalan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Seiring dengan derasnya era globalisasi yang terjadi di Indonesia membuat masyarakat juga mengenal budaya dan juga makanan-makanan populer dari berbagai macam negara yang masuk ke Indonesia. Hal ini menjadikan makanan yang juga sebagai salah satu budaya Indonesia terancam dari susunan daftar makanan populer bagi masyarakatnya sendiri. Seperti yang Pasaribu (tahun) sampaikan bahwa masyarakat tidak bisa menahan arus globalisasi yang selalu dapat mengancam kebudayaan lokal, namun yang perlu masyarakat lakukan adalah mengadakan pengkajian secara mendalam tentang budaya lokal atau daerah dan menjadi masyarakat “Local Genius” yang mampu menerima kebudayaan bangsa lain, dan kemudian menyesuaikannya dengan

kepribadian dan ideologi bangsa tanpa mengurangu jatidiri bangsa sendiri. Mempelajari makanan tradisional dengan berbagai macam rempahnya dapat memperkaya pengetahuan tentang kekayaan yang Indonesia miliki seperti berbagai jenis rempah yang sangat mudah ditemui di Indonesia. Dengan mempelajari lebih dalam mengenai salah satu budaya Indonesia yang berupa makanan khas daerah, juga dapat mengangkat makanan tradisional khas daerah menjadi makanan yang populer.

Makanan khas daerah sudah tentu kaya akan rempah yang banyak terdapat di seluruh penjuru Indonesia. Makanan tradisional menggambarkan identitas budaya suatu daerah dan sarat akan kearifan lokal dari daerah tersebut. Dengan menyandingkan makanan atau budaya lokal dan makanan atau budaya internasional yang sudah sangat jelas berbeda dapat membangun harmonisasi antar budaya-budaya dan ciri khas khusus diantara satu dan yang lainnya tanpa mengurangi ataupun menghilangkan budaya atau ciri khasnya sendiri, sehingga melahirkan *multicultural awareness* (Tyas, 2017).

Palembang memiliki khasanah budaya yang melimpah. Salah satunya adalah kuliner tradisional yang masih menunjukkan eksistensi sebagai identitas budaya dan kearifan lokal. Kuliner tradisional Palembang terbilang unik karena kuliner-kuliner tersebut memiliki banyak variasi yang dipengaruhi oleh negara-negara lain seperti Arab, India, Cina dan Melayu. Variasi tersebut datang bersamaan orang-orang dari negara yang disebutkan ke Palembang yang menyebabkan tradisi ini diadaptasi oleh masyarakat Palembang dengan menyesuaikan makanan-makanan tersebut dengan pangan dan rempah yang berasal dari Palembang sendiri. Hal ini menyebabkan kuliner tradisional Palembang memiliki cita rasa yang unik yang dapat menarik minat orang-orang untuk mencobanya.

Kuliner saat ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk seseorang berkunjung ke suatu daerah. Kunjungan yang dilakukan oleh masyarakat luar akan menjadi kesempatan bagi warga lokal ataupun orang-orang yang ingin melestarikan budaya untuk dijadikan sebagai ajang pengenalan kearifan lokal dari segi kuliner. Pelestarian kuliner Palembang sebagai makanan tradisional dapat juga diperkenalkan pada era revolusi industri 4.0, namun disesuaikan dengan perkembangan zaman. Salah satu contoh kuliner tradisional Palembang yakni pempek, yang melalui pengembangan gastronomi, dapat dikenalkan lebih jauh dengan cara mengintegrasikannya di masyarakat sehingga pempek dapat memberikan nilai ekonomi, kolektif, kesehatan dan budaya

(Kartika & Harahap, 2019). Dengan demikian, kuliner tradisional Palembang dapat berpotensi menjadi produk budaya populer.

Budaya Populer merupakan budaya yang bersumber dari masyarakat dan ditujukan untuk masyarakat itu sendiri (Adji, 2019; Prasetiawan & Safitri, 2020; Sa'diyah, 2020). Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Fiske (1991:3) sebagai berikut, "*Popular culture is always in process; its meaning can never be identified in a text, for text are activated, or made meaningful, only in social relations and in intertextual relations.*" Untuk menjadikan kuliner tradisional Palembang produk budaya populer, dibutuhkan upaya-upaya inovatif yang ditawarkan generasi muda. Peran generasi muda dalam menjadikan kuliner tradisional Palembang sebagai produk budaya populer sangatlah penting mengingat generasi muda lebih menguasai era modern yang menuntut penggunaan media dan teknologi yang luas sebagai inovasi untuk mengangkat kuliner tradisional sebagai produk budaya populer. Sama halnya yang disebutkan oleh Purba (2019) bahwa budaya populer tidak berada di luar kehidupan sehari-hari, melainkan sudah menjadi gaya hidup. Gaya hidup di era modern dikuasai oleh generasi muda yang sejak dini sudah mengenal teknologi. Dengan inovasi media dan teknologi, kuliner tradisional Palembang dapat memasuki gaya hidup generasi muda lainnya di luar Palembang dan menjadi budaya populer.

Menurut Mayendra (2011) setidaknya terdapat 19 karakteristik budaya populer yaitu: relativisme, pragmatisme, sekulerisme, hedonisme, materialism, popularitas, kontemporer, kedangkalan, hibrid, penyeragaman rasa, budaya hiburan, budaya konsumerisme, budaya instan, budaya masa, budaya visual, budaya ikon, budaya gaya, hiperealitas, dan hilangnya Batasan-batasan. Penelitian ini membatasi kajiannya untuk pendekatan teori budaya populer yaitu popularitas, keseragaman rasa, budaya gaya, budaya hiburan, budaya instan, budaya visual, dan budaya ikon (tujuh karakteristik).

Kuliner tradisional Palembang memiliki daya tarik tersendiri pada keunikan bentuk dan cita rasanya dan tetap eksis bahkan mulai dikembangkan sebagai hidangan di restoran. Cita rasa makanan khas Palembang yang cenderung gurih dan pedas seperti pempek, model, tekwan, celimpungan, rujak mie, burgo, lakso dan lain-lain banyak diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan yang datang ke kota Palembang. Selain makanan, Palembang juga memiliki kue tradisional yang tidak kalah menarik untuk dicoba. Kue tradisional khas Palembang kebanyakan berupa kue yang dihidangkan bersama kelapa parut, abon, cabai merah dan bawang goreng. Biasanya campuran bahan untuk beberapa kue ini adalah tepung terigu, tepung beras, santan, gula

merah dan lain-lain yang mana kue tersebut memiliki rasa gurih, asin atau manis. Kue tradisional yang populer antara lain: maksuba, bolu delapan jam, kue gandus, kue lapis kojo, enggak, lempok durian, srikaya dan masih banyak lagi.

Namun demikian, kenyataan yang ada sekarang ini justru banyak masyarakat yang mulai beralih untuk menikmati kuliner mancanegara seperti kuliner khas Jepang (*sushi, sashimi, shabu-shabu, sukiyaki* dan sebagainya) dan Korea Selatan (*kimchi, kimbab, Ramyeon, tteokbokki*), Thailand (*tom yum, pad thai, khao pad* dan lain-lain).



Gambar 1: Kuliner khas Jepang

Hal itu terjadi akibat invasi kuliner mancanegara yang benar-benar menyerbu Indonesia. Dimana-mana gerai makanan cepat saji asal mancanegara masuk ke Indonesia dan menjadi *trendsetter* yang membuat banyak orang harus mencobanya jika tidak ingin dikatakan ketinggalan zaman. Menurut Utami (2020) ada empat alasan mengapa masyarakat lebih memilih produk luar negeri dibandingkan dalam negeri, diantaranya : produk dengan kualitas rendah, kemasan yang kurang menarik, kurangnya inovasi produk, dan lokasi yang kurang memadai. Banyak dari masyarakat yang tidak memilih kuliner tradisional karena kuliner tradisional cenderung memiliki kualitas yang rendah dengan harga yang cukup tinggi. Namun, dengan memilih kuliner mancanegara, masyarakat bisa mendapatkan produk dengan kualitas tinggi dengan harga yang sebanding. Kemudian penyajian yang menarik dan kreatif bisa menarik daya beli konsumen. Kuliner mancanegara biasanya akan mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk mengemas produknya dengan manis. Sebaliknya, kuliner tradisional akan memilih untuk mengurangi tampilan manis pada kemasan produknya dengan alasan untuk menekan harga produknya agar tidak terlalu mahal jika dibandingkan dengan produk luar. Selanjutnya, kuliner mancanegara biasanya akan memberikan inovasi baru untuk menarik pelanggannya sedangkan kuliner tradisional biasanya akan meniru inovasi dari produk luar.

Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan mutu kuliner tradisional terutama kuliner khas Palembang antara lain dengan mengemas berbagai jenis makanan Palembang dengan menerapkan teknologi modern, memperhatikan teknik pengolahan, teknik penyajian, serta mulai dijual pada rumah makan, restoran dan hotel bertaraf internasional (Sahabat Pegadaian, 2018). Untuk itu sangatlah diperlukan strategi bisnis yang tepat agar makanan tradisional Palembang bisa diterima oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Mengantisipasi berbagai hal tersebut maka diperlukan suatu wadah bagi para penikmat kuliner dari masyarakat lokal atau wisatawan sebagai salah satu tujuan wisata yang dapat melestarikan, mempromosikan, dan kemudian mengembangkan kuliner Palembang khususnya.

Artikel ini menyoroti salah satu kuliner Palembang yaitu malbi dengan bahan utamanya daging sapi yang merupakan masakan tradisional kota niaga ini sebagai data primer. Malbi menjadi primadona dalam acara-acara atau hajatan masyarakat karena disantap dengan nasi minyak yang berbumbu dan pastinya menjadi kuliner pilihan para tamu yang memang jarang menemui kuliner ini sehari-hari. Mahasiswa sebagai generasi muda menjadi subjek penelitian ini. Penulis mencoba mengeksplorasi pengetahuan dan pemahaman mereka bagaimana kuliner Palembang yang berlimpah-ruah dengan rempah berpotensi untuk menjadi sebuah budaya populer. Selain itu, mahasiswa juga diminta responsnya mengenai kuliner barat menjadi sorotan sekunder dalam tulisan ini. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk mengelaborasi tentang 1) eksplorasi kuliner barat dan tradisional Palembang, 2) komparasi cita-rasa dengan kuliner luar negeri seperti makanan Jepang, Korea, dan Thailand, dan 3) upaya generasi muda mewujudkan kuliner tradisional Palembang sebagai produk budaya populer dengan menggunakan pendekatan budaya populer dengan tujuh karakteristiknya.

Metode

Objek penelitian berupa kuliner tradisional Palembang, sedangkan subjek penelitian ini adalah mahasiswa semester III dan VII prodi Pendidikan Bahasa Inggris FKIP Universitas Sriwijaya Palembang berjumlah 37 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket dan wawancara. Angket pertama terdiri atas empat pertanyaan terbuka mengenai respons mahasiswa terhadap kuliner tradisional Palembang berupa: 1) identifikasi kuliner, 2) eksplorasi rempah, 3) identifikasi selera, dan 4) argumentasi kandungan. Sementara itu, angket kedua terdiri atas tujuh pertanyaan terbuka dengan kategori berikut: 1) identifikasi makanan asing, 2) identifikasi selera,

3) argumentasi selera, 4) eksplorasi rempah, 5) frekuensi konsumsi, 6) identifikasi kandungan, dan 7) eksplorasi upaya generasi muda. Instrumen lainnya wawancara mendalam mengenai kuliner tradisional Palembang, kuliner barat, dan upaya yang harus dilakukan untuk membudayapopulerkan kuliner tradisional. Sumber data penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori budaya populer yaitu popularitas, keseragaman rasa, budaya gaya, budaya hiburan, budaya masa, budaya visual, dan budaya ikon.

Hasil dan Pembahasan

1. Eksplorasi Kuliner dan Komparasi Cita Rasa

Respons Mahasiswa terhadap Kuliner Barat

Pada penelitian ini, total seluruh subjek penelitian yakni 37 orang. Responden merupakan mahasiswa program studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Sriwijaya. Seluruh memberikan jawaban sesuai dengan pertanyaan yang diberikan. Peneliti memberikan 7 (tujuh) pertanyaan yang sama kepada tiap responden.

a. Identifikasi makanan asing

Hasil seluruh respons dari soal no. 1 mengenai identifikasi makanan asing (kuliner barat) menunjukkan bahwa 100% responden telah mengetahui tentang kuliner barat, seperti kuliner Jepang, Korea, dan Thailand. Responden juga menyebutkan macam-macam kuliner yang mereka ketahui.

b. Identifikasi selera

Selanjutnya, identifikasi selera pada pertanyaan no. 2 menunjukkan hanya terdapat 24% dari seluruh presentase kegemaran responden terhadap salah satu jenis kuliner barat yaitu Sushi dan Tomyam. Hanya sedikit responden yang menyukai Sushi dan Tomyam. Responden menyatakan hanya menyukai salah satunya saja, bahkan beberapa responden tidak menyukai keduanya.

c. Argumentasi selera

Pada pertanyaan no. 3 mengenai argumentasi selera. Responden diberikan kesempatan untuk memberikan argumentasinya terhadap kuliner barat. Terdapat 27% argumentasi yang positif responden terhadap kegemarannya dengan jenis kuliner Sushi dan Tomyam. Kebanyakan dari responden yang menyukai Sushi merupakan responden yang menyukai makanan olahan hasil laut (*seafood*) dan penyajiannya yang unik. Sedangkan responden yang menyukai Tomyam merupakan responden yang menyukai rasa asam dan berkuah. Di lain sisi, kebanyakan dari

responden tidak menyukai Sushi karena bahan dasarnya yang terbuat dari daging/ikan mentah. Responden yang tidak menyukai Tomyam yaitu responden yang tidak menyukai rasa asam.

d. Eksplorasi rempah

Eksplorasi rempah pada pertanyaan no. 4 menunjukkan hasil 48,6% responden mengetahui beberapa bahan dasar untuk membuat Sushi dan Tomyam. Namun, kebanyakan dari responden menyatakan belum pernah membuat Sushi dan Tomyam itu sendiri, sehingga mereka menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui secara rinci mengenai rempah-rempah yang digunakan sebagai bahan dasar membuat Sushi dan Tomyam.

e. Frekuensi konsumsi

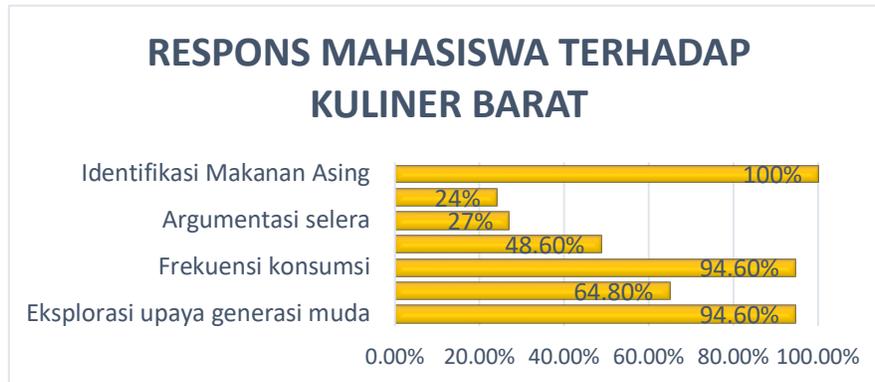
Pada pertanyaan no. 5 mengenai frekuensi konsumsi mendapatkan hasil sangat tinggi yakni 94,6% responden mengonsumsi Sushi dan Tomyam dalam jangka waktu 1 tahun. Bahkan, beberapa dari responden yang telah mengakui bahwa mereka menyukai Sushi atau Tomyam, frekuensi mengonsumsi kuliner tersebut dilakukan setiap 1 bulan bahkan 1 minggu sekali.

f. Identifikasi kandungan

Identifikasi kandungan pada pertanyaan no. 6 menunjukkan bahwa 64,8% responden menyatakan pada isi kandungan bahan dasar untuk membuat Sushi yakni ikan dan nori yang membuat Sushi menjadi makanan yang enak dan memiliki citarasa yang unik. Sedangkan untuk Tomyam yakni perpaduan rempah yang membuat Tomyam menjadi makanan yang enak. Hanya sedikit responden yang memberikan argumentasinya mengenai kandungan Sushi dan Tomyam menjadikan kedua makanan ini menjadi makanan yang enak sebab kebanyakan dari responden tidak mengetahui kandungan yang membuat Sushi dan Tomyam.

g. Eksplorasi upaya generasi muda

Pada pertanyaan no. 7 mengenai eksplorasi upaya generasi muda terhadap kuliner tradisional di Indonesia yakni 94,6% respons. Kebanyakan dari mereka menyatakan bahwa mempromosikan kuliner tradisional merupakan hal yang sulit, hal ini dikarenakan perbedaan selera antara orang Indonesia dengan orang luar negeri. Namun, beberapa responden juga memberikan beberapa upaya untuk mempromosikan kuliner tradisional Indonesia agar dapat dikenal di luar negeri.



Gambar 2: Respons Mahasiswa terhadap Kuliner Barat

Respons Mahasiswa terhadap Makanan Tradisional (Malbi)

a. Identifikasi Kuliner

Pada pertanyaan no. 1 terdapat 89% respons positif yang menyatakan bahwa hampir seluruh responden telah mengetahui dan mengenal makanan tradisional bernama Malbi. Malbi merupakan salah satu makanan khas Palembang, Sumatera Selatan.



Gambar 3: Malbi Kuliner Palembang

b. Eksplorasi Rempah

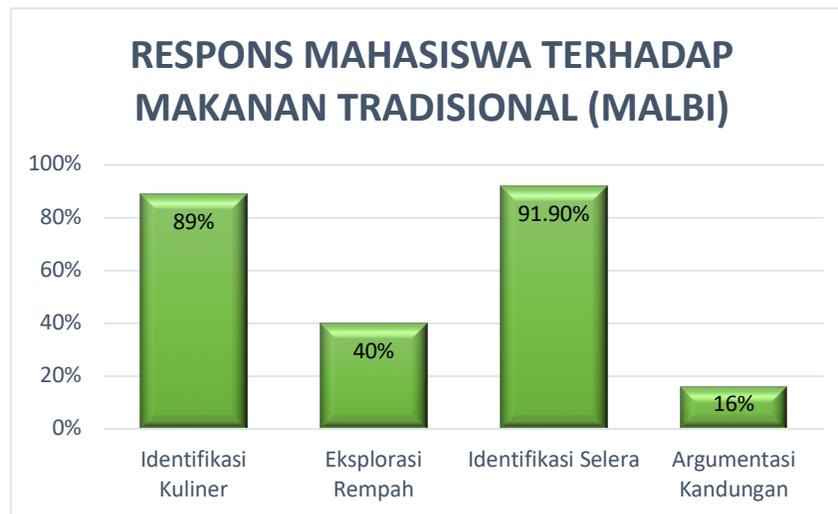
Pada pertanyaan no.2 mengenai eksplorasi rempah. Pada pertanyaan ini, responden diberikan kesempatan untuk menyebutkan rempah-rempah yang digunakan sebagai bahan dasar pembuat Malbi. Berdasarkan hasil eksplorasi, hanya 40% responden yang dapat menyebutkan dengan benar rempah-rempah yang digunakan untuk membuat Malbi. Responden yang mengetahui beberapa rempah untuk membuat Malbi kebanyakan menyebutkan Sahang, Lada, dan Jahe. Sebagian responden menyatakan tidak mengetahui rempah –rempah untuk membuat Malbi dikarenakan belum pernah membuatnya sendiri.

c. Identifikasi Selera

Pertanyaan no.3 mengenai identifikasi selera menunjukkan 91,9% respondent memberikan respon positif mengenai kesukaannya terhadap makanan tradisional khas Palembang yaitu Malbi. Responden yang menyatakan tidak menyukai Malbi adalah responden yang tidak mengenal Malbi itu sendiri.

d. Argumentasi Kandungan

Pada pertanyaan no. 5 hanya mendapatkan respon sebanyak 16% mengenai argumentasi kandungan bahan rempah yang membuat Malbi menjadi makanan yang enak untuk di nikmati. Meskipun hampir seluruh responden menyukai Malbi, hanya sedikit responden yang mengetahui bumbu apa yang membuat makanan ini menjadi makanan yang layak untuk disukai. Namun, jika ditinjau dari 16% respons yang diberikan, rempah/bumbu yang membuat Malbi menjadi makanan yang enak adalah Jahe, dan Lada atau Sahang. Gambar berikut menunjukkan secara jelas respons mahasiswa terhadap makanan tradisional.



Gambar 4: Respons Mahasiswa terhadap Malbi

2. Upaya Mewujudkan Kuliner Tradisional Palembang sebagai Produk Budaya Populer

Mengutip pendapat beberapa peneliti mengenai populernya sebuah budaya tergantung dari upaya masyarakat itu sendiri. Berikut ini berbagai upaya yang ditawarkan generasi muda dalam rangka menjadikan kuliner tradisional Palembang sebagai budaya populer karena rempah yang

terkandung di dalam masakan Palembang berpotensi untuk dikenal masyarakat Indonesia umumnya dan mancanegara khususnya.

- a. Membuat Kanal Youtube yang kandungannya (*content*) tentang makanan Palembang sehingga masyarakat luar bisa tahu, tapi tidak segampang itu juga.
- b. Melakukan kegiatan dalam bentuk festival atau olahraga seperti Asian Games atau perlombaan olahraga lainnya yang bersifat internasional.
- c. Mengikuti bazar-bazar di luar negeri untuk memperkenalkan makanan Indonesia. Mahasiswa Indonesia yang sedang belajar di negara asing ikut memperkenalkan makanan Indonesia. Jika kuliner itu cukup dikenal dan diminati masyarakat asing, maka kuliner itu siap untuk diekspor.
- d. Mengunggah kuliner tradisional Palembang di media sosial semacam Facebook dan Instagram juga akan berpengaruh untuk menarik minat masyarakat asing dengan menggunakan hashtag/tag (#) kuliner dunia karena yang terpenting adalah bagaimana agar unggahan tersebut bisa masuk pasar dunia.
- e. Mempromosikan secara terus-menerus makanan Palembang lewat media sosial sehingga lama-kelamaan masyarakat mancanegara tertarik, terpengaruh, dan ketagihan. Kalau anak muda di Indonesia sepertinya sudah banyak yang suka makanan Palembang seperti pempek.
- f. Memodifikasi makanan tradisional tersebut tanpa menghilangkan cita rasa asli dari makanan tersebut dan menyajikannya dengan penampilan yg semenarik mungkin agar diminati. Mengikutkan makanan tersebut ke ajang internasional jg merupakan usaha agar makanan tersebut dikenal.
- g. Membangun tempat tongkrongan anak muda bernuansa tradisional tetapi visualisasi dan menarik untuk diunggah di Instagram (*instagramable*), bahkan bila memungkinkan membuat resto gaul yang membaurkan kuliner barat dan timur, adanya tempat (*space*) dengan disain yang unik dan kekinian sehingga memengaruhi orang muda untuk selalu kembali ke tempat itu.

3. Potensi Rempah Kuliner Palembang Menjadi Budaya Populer

Tujuh dari 19 karakteristik pendekatan budaya populer seperti yang dikemukakan oleh Mayendra (2011) digunakan untuk mengkaji rempah sebagai potensi budaya populer yaitu popularitas, keseragaman rasa, budaya gaya, budaya hiburan, budaya instan, budaya visual, dan budaya ikon.

a. Popularitas

Budaya populer mempengaruhi banyak orang dari setiap sub-budaya. Status sosial, usia, religi, pendidikan, suku dan sebagainya tidak membatasi budaya populer. Kepopuleran malbi sebagai salah satu kuliner tradisional Palembang dapat diidentifikasi dengan baik oleh responden sebagai generasi muda sebanyak 89%. Dengan kata lain 33 mahasiswa mengetahui dengan pasti rempah-rempah yang terkandung di dalamnya, kelezatan kuliner, dan argumentasi terhadap rempah yang membuat kuliner malbi itu lezat. Selain itu, malbi sangat disukai responden sebesar 91,9% karena kelezatannya. Memang hanya 40% mahasiswa yang mampu mengeksplorasi rempah yang terkandung di dalam malbi, terdiri atas jahe (20%), cengkeh (3%), dan kayu manis (3%), namun pala dan sahang (14%) dapat dieksplorasi oleh mahasiswa. Sayangnya, mereka gagal mengidentifikasi rempah yang membuat malbi gurih dan lezat. Meskipun demikian, ada dua mahasiswa yang berargumentasi bahwa semua rempah yang terkandung dalam kuliner malbi berkolaborasi menciptakan masakan Palembang itu bercita rasa tinggi (cengkeh, pala, lada/sahang, kayu manis, dan jahe).

b. Penyeragaman Rasa

Menjamurnya budaya tunggal yang menggeser keragaman menjadi keseragaman, seperti makanan cepat saji, minuman ringan. Dalam hal makanan, terjadi keseragaman seperti hadirnya pempek Palembang, sate Madura, pecel lele, dan sebagainya hampir di seluruh penjuru nusantara. Dalam hal ini beberapa kuliner Palembang dapat menjadi budaya tunggal dikarenakan kesamaan cita rasa, misalnya kuah cuka bisa dipakai untuk pempek, rujak mi, dan kemplang.

c. Budaya Gaya

Karakteristik budaya gaya memposisikan gaya atau performansi lebih dipentingkan daripada esensi, substansi, dan makna (Mayendra, 2011). Bertitik tolak dari hasil respons mahasiswa terhadap kuliner barat, bahwa mereka mengunjungi restoran Jepang atau Korea semata-mata untuk bergaya dan menunjukkan termasuk orang modern. Kehadiran mereka yang jarang bahkan sering hanya untuk menunjukkan bahwa mereka tidak tertinggal informasi tentang kuliner barat. Jadi, promosi tempat tongkrongan asyik tradisional Palembang di antara sesama

generasi muda yang mampu mengangkat rempah kuliner Palembang sebagai sebuah budaya populer yang potensial.

d. Budaya Hiburan

Sifat utama dari budaya ini adalah menghibur atau memberi kesenangan. Pendidikan sebagai contoh harus penuh seni dan memberi hiburan sehingga muncul istilah edutainment. Mendatangi restoran Jepang, Korea, atau Thailand menjadi salah satu hiburan mahasiswa. Berada di restoran asing tersebut memberi kesenangan dan kegembiraan karena suasana yang sangat mendukung.



Gambar 5: Responden di Restoran Jepang di Palembang

Beberapa responden berpendapat bahwa bisa saja kuliner Palembang benar-benar menarik minat remaja atau generasi muda untuk mendukung budaya hiburan. Mencontoh dari restoran asing yang ditata sedemikian rupa sehingga pengunjung merasa terhibur bila berada di tempat itu. Temuan mengenai budaya hiburan ini sejalan dengan riset yang telah dilakukan beberapa peneliti (Shabrina, 2020; Nugraha, 2020).

e. Budaya Instan

Segala sesuatu yang muncul ke permukaan dengan cepat tanpa batas waktu, misalnya mi instan, makanan cepat saji, audisi ajang cari bakat untuk cepat terkenal dan kaya. Selama ini sajian kuliner tradisional Palembang cukup memakan waktu. Tiga responden yang diwawancara menanggapi hal ini dengan cukup masuk akal bahwa mereka mengunjungi restoran berharap semua makanan sudah siap saji seperti restoran instant ayam goreng bermerek negara adikuasa. Kuliner Palembang sebenarnya sudah siap saji juga.

f. Budaya Ikon

Budaya ini erat kaitannya dengan budaya visual, budaya memirip-miripkan seseorang dengan orang terkenal. Kuliner tradisional Palembang berpotensi menjadi budaya populer dengan mendisain restoran yang bernuansa kastil atau kerajaan Palembang sehingga ikonik tradisional

Palembang membudaya di kalangan generasi muda. Hal ini sejalan dengan temuan Seto (2020) mengenai budaya ikon bagi Petalling Street bagi masyarakat Tionghoa di Malaysia.

g. Budaya Visual

Budaya visual terkait dengan gambar atau figur. Orang lebih suka melihat informasi berupa gambar daripada membaca informasi. Kuliner Palembang perlu dipromosikan dalam bentuk visual, bahkan audio visual melalui media sosial seperti Youtube, Instagram, dan Facebook.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tiap responden memiliki selera dan argumentasi yang berbeda terhadap kuliner barat (Sushi dan Tomyam) maupun kuliner tradisional (malbi). Kuliner barat telah dikenal oleh seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Sriwijaya. Kebanyakan dari mereka lebih mengenal kuliner dari Jepang yakni Sushi, dari pada Tomyam. Sementara itu, kuliner tradisional Palembang yaitu Malbi, telah dikenal dengan baik oleh hampir seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Sriwijaya. Seluruh responden yang telah mengenal Malbi adalah responden yang juga menyukai kuliner satu ini. Namun, dikarenakan rempah-rempah yang digunakan untuk membuat kuliner ini sangat beragam, membuat banyak responden tidak dapat menyebutkan dengan baik dan benar. Meskipun begitu ditemukan hasil bahwa Jahe, Sahang atau Lada, menjadi rempah-rempah yang membuat Malbi menjadi kuliner yang enak untuk dinikmati. Selanjutnya, mahasiswa yang berasal dari semester yang berbeda itu mengemukakan berbagai upaya inovatif yang bisa dilakukan berupa promosi besar-besaran melalui media sosial dan membuat kegiatan seperti festival dan olahraga. Pada akhirnya, rempah dalam kuliner tradisional Palembang berpotensi menjadi budaya populer karena memenuhi tujuh karakteristik pendekatan itu yaitu popularitas, keseragaman rasa, budaya gaya, budaya hiburan, budaya instan, budaya visual, dan budaya ikon.

Daftar Pustaka

- Adji, M. (2019). Budaya populer sebagai kekuatan produktif. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(1), 207-211. <https://www.researchgate.net/publication/332780928>
- Fiske, J. (1991). *Reading the Popular*. New York: Routledge.

- Kartika, T., & Harahap, Z. (2019). The culinary development of *pempek* as a gastronomic tourist attraction in Palembang, Sumatera Selatan. *Tourism Scientific Journal*, 4(2), 211–233. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i2.60>
- Mayendra, D. (2011). Budaya Populer. Diakses pada tanggal 23 Januari 2013 dari <http://derrymayendra.blogspot.com/2011/10/budaya-populer.html>
- Nugraha, A.D. (2020). Pendekatan arsitektur tradisional Sunda Kontemporer pada museum wayag nusantara kota Baru Parahyangan. Repository Itenas.
- Prasetiawan, A.Y. & Safitri, L. (2020). Muhibbin sebagai representasi budaya pop satri di Banyumas. *Ibda Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 18 (1), 48-67.
- Purba, H. P. (2019). Wisata kuliner dan gaya hidup masyarakat konsumsi pada era digital: Analisa teologis dengan perspektif budaya populer. *Jurnal Teologi Cultivation*, 3(2), 1-16. <https://doi.org/10.46965/jtc.v3i2.266>
- Sabrina, A. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan di warunk upnormal BSD (Studi pada warunk upnormal BSD). Repository Institut Teknologi Indonesia.
- Sa'diyah, F. (2020). Pendekatan budaya dalam memahami hadis Nabi SAW. Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains, Vo. 2. Retrieved from <http://sunankalijaga.org/prosiding/index.php/kiiis/article/view/363>
- Tyas, A.S.P. (2017). Identifikasi kuliner lokal Indonesia dalam pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*. 1 (1), 1-14.