

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keragaman budaya yang telah dikenal hingga negara lain, seperti bahasa, tari tradisional, pakaian batik, upacara keagamaan, hingga budaya kuliner. Pada umumnya, keragaman budaya yang ada hingga saat ini di Indonesia berawal dari kebiasaan, nilai, hingga konsep yang dipercayai oleh sekelompok orang yang terus dikembangkan. Aktivitas konsumsi merupakan suatu kegiatan pemakaian barang atau hasil produksi dalam bentuk makanan, bahan pakaian, dan sejenisnya. Sebagai suatu wujud kebudayaan, aktivitas makan tidak hanya melibatkan unsur-unsur budaya fisik, yaitu makanan, peralatan makan, dan tempat makan, akan tetapi unsur-unsur budaya non fisik, yaitu selera (*taste*), makna, dan nilai (*cultural value*).

Perilaku makan yang menjadi kebutuhan primer manusia diekspresikan oleh sekelompok individu dan terus tumbuh menjadi suatu tradisi, di mana hal ini dapat dilihat melalui proses cara dan aturan individu menentukan, mendapatkan, menyiapkan, menyajikan, dan memakan makanan (Counihan & Esterik, 2008). Hal yang dimaksudkan yaitu makanan merupakan salah satu wujud dari keberagaman budaya Indonesia yang membentuk identitas diri yang diminati dan dikembangkan menjadi aspek wisata budaya. Pergaulan antar manusia dan antar budaya, yang melewati batas-batas geografi, negara, budaya dan agama telah meningkatkan intensitas dan kompleksitas konsumsi makanan itu sendiri. Sejalan dengan Data

Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif (2017) dalam Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner (2019) yang memaparkan bahwa terdapat tiga subsektor dari total 16 subsektor ekonomi kreatif yang memberikan kontribusi dominan terhadap PDB, di mana kuliner menempati urutan yang pertama dengan persentase 41,69%, diikuti oleh subsektor *fashion* 18,15% dan subsektor kriya sebesar 15,70% di urutan kedua dan ketiga. Budaya kuliner Indonesia juga sering kali digunakan sebagai media promosi dalam festival-festival yang dilaksanakan di luar negeri, seperti “Indonesia Festival 2021: Live Cooking and Food Tasting” di Novi Sad, Serbia pada tanggal 30 Juli 2021. Dalam kegiatan ini, KBRI Beograd menyajikan kuliner khas Indonesia yaitu sate, karedok, dan tongseng sebagai bentuk kolaborasi untuk menarik minat pengunjung serta bertujuan untuk memperkenalkan keragaman budaya Indonesia (KBRI Beograd, 2021).

Kuliner yang ada saat ini sudah tidak seperti dahulu. Pada saat ini kuliner sudah lebih maju dengan adanya pertukaran budaya antar negara yang berdampak kepada dunia kuliner saat ini dan menimbulkan banyak inovasi baru hasil dari perpaduan masakan dua negara yang berbeda dan dapat diterima kalangan masyarakat. Masakan lokal adalah makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat setempat sesuai dengan potensi dan kearifan lokal (Nugraheni, 2017). Pangan lokal merupakan produk pangan yang telah lama diproduksi, berkembang dan dikonsumsi di suatu daerah atau suatu kelompok masyarakat lokal tertentu. Umumnya produk pangan lokal diolah dari bahan baku lokal, teknologi lokal, dan pengetahuan lokal pula. Di samping itu, produk pangan lokal biasanya dikembangkan sesuai dengan preferensi konsumen lokal. Sehingga produk pangan lokal ini berkaitan erat dengan budaya lokal setempat.

Saat ini makanan khas Jepang sudah diminati oleh berbagai kalangan masyarakat di Indonesia (Tawami & Sopyana, 2019). Makanan sangat dipengaruhi oleh letak geografis daerah dan perbedaan sejarah, oleh karena itu makanan merupakan unsur budaya suatu Negara. Dengan menggunakan metode penelitian melalui survei *online*, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat banyak makanan khas Jepang yang tidak ada di Indonesia sehingga masyarakat Indonesia ingin mencobanya. Selain itu, peluang makanan Jepang di Indonesia sangat besar (Tawami & Sopyana, 2019).

Saat ini kuliner yang diminati oleh masyarakat bukan hanya sekedar makanan yang berasal dari lokal saja, melainkan juga yang berasal dari budaya luar yang mana dapat dipadukan dengan budaya lokal atau berskala global. Penggabungan dua budaya (budaya lokal dengan budaya luar) merupakan suatu proses yang disebut globalisasi konsumsi yang menciptakan semacam keseragaman tempat, manusia, dan budayanya (Ningsih, dkk. 2021). Meskipun budaya tersebut sudah menjadi bagian dari budaya dunia dan menciptakan keseragaman tempat, manusia, dan budayanya, namun ciri khas dari budaya tersebut tetap ada atau tetap dipertahankan karena setiap negara pasti memiliki kebudayaan unik termasuk makanan yang dapat membuat negaranya berbeda dari negara lain. Salah satu contoh masakan dari negara yang tetap mempertahankan ciri khasnya adalah masakan dari negara Jepang dan Indonesia.

Pada setiap perkembangan kuliner yang terjadi di dunia tentunya pasti memiliki sejarah, begitu pula dengan makanan *fusion*. Makanan *fusion* adalah makanan yang terlahir dari perpaduan kombinasi dari bahan, bumbu, maupun teknik pengolahan makanan dari suatu daerah dengan daerah lainnya untuk

menciptakan cita rasa baru yang dapat dinikmati. Menurut Sarioglan, M (2014),” *fusion* adalah mencampurkan dan mengkombinasikan berbagai teknik dan racikan bahan dari berbagai negara untuk dicampur dan digabungkan di atas suatu piring dengan sengaja. Makanan *fusion* lahir karena lintas budaya.”. Selain itu juga dalam majalah Femina (2016) William Wongso berpendapat bahwa makanan *fusion* merupakan peleburan gaya untuk mendapatkan komponen makanan terbaik dari berbagai macam masakan etnik atau regional untuk melahirkan masakan baru dengan cita rasa yang lebih inovatif. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa makanan *Fusion* adalah perpaduan masakan menggunakan resep sudah dikenal, namun memodifikasinya dengan unsur – unsur dari budaya lain untuk menciptakan karakter baru, mulai dari segi rasa hingga tekstur sehingga dapat menghasilkan masakan baru. Selain itu juga, makanan *fusion* dikenal dengan beberapa istilah lain, yang diantaranya adalah masakan kontemporer dan globalisasi kuliner (Lestari & Komariah, 2019).

Onigiri merupakan salah satu makanan Jepang yang tidak hanya populer di Jepang saja, namun populer juga di berbagai negara termasuk di Indonesia. Salah satu jenis makanan Jepang yang cukup dikenal adalah onigiri yang merupakan sajian nasi yang dipadatkan dan dikepalkan berbentuk segitiga.

“O” dalam Onigiri merupakan semacam imbuhan yang diberikan di depan suatu kata benda sebagai bentuk sopan atau kehormatan, sedangkan “nigiri” berarti memegang kuat atau kepalan. Onigiri memiliki makna “memotong iblis” berarti membuang aura jahat atau kemalangan. Mulanya, onigiri terbuat dari beras ketan yang lengket, namun seiring berjalannya waktu masyarakat Jepang mulai menggunakan nasi Jepang untuk menjadi onigiri. Bentuk onigiri yang sekarang

dibungkus dengan *nori* atau rumput laut. Terdapat empat jenis onigiri, yakni *Shio Musubi* yaitu onigiri yang disajikan hanya dengan taburan garam tanpa rumput laut ataupun isian, yang kedua adalah *Gomashio* yaitu onigiri yang disajikan dengan taburan biji wijen dan taburan garam, yang ketiga adalah *Onigirazu* yaitu perpaduan nasi yang dibentuk pipih memanjang yang dengan isian kemudian dibalut dengan rumput laut kemudian dipotong menjadi beberapa bagian sehingga menyerupai *sandwich*, dan yang terakhir adalah *Yaki Onigiri* yaitu onigiri yang dibaluri dengan kecap asin atau miso kemudian dipanggang (Zhou, 2021).

Onigiri menjadi salah satu bukti nyata dari budaya makanan dikarenakan onigiri berasal dari kebiasaan para prajurit Jepang untuk mempersingkat waktu makan atau dalam keadaan mendesak, dan hal ini terus dimanfaatkan bagi beberapa orang yang memiliki kesibukan dan melewatkan jam makan. Mulanya, masyarakat Jepang mengkonsumsi onigiri sebagai bekal untuk menjadi makan siang yang cepat, simple dan juga praktis, tidak hanya itu onigiri juga sering kali dibawa sebagai bekal untuk piknik.

Secara nyata, makanan internasional yang terus berkembang tidak hanya berasal dari budaya Barat, namun juga berasal dari budaya Asia, salah satunya yaitu makanan Jepang. Departemen Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan Jepang melakukan survei yang menunjukkan bahwa jumlah restoran Jepang di luar negeri (luar Jepang) sebanyak 89.000 pada tahun 2015 (Susilo, 2015), dan seperti yang diketahui bahwa makanan Jepang juga diminati dan berkembang di Indonesia dimana terdapat pertumbuhan restoran makanan Jepang sebesar 10-15% di Jawa Timur (Widarti, 2019). Makanan Jepang memiliki banyak ragam makanan khas,

yang antara lain adalah sushi, ramen, sashimi dan lain – lain (Tawami & Sopyana, 2019). Kuliner Jepang atau Nihonryouri adalah salah satu dari sekian banyak makanan khas Jepang yang selalu menjadi favorit dari masa ke masa. Selain itu juga, kuliner Jepang juga unggul dalam proses pengolahan masakannya karena menggunakan bahan – bahan yang bergizi seperti makanan laut, beras, daging serta juga sayur – sayuran).

Seiring dengan perkembangan zaman, sebagian besar masyarakat Indonesia saat ini dapat dikatakan cenderung sangat sibuk dengan kegiatannya sehari – hari baik yang terkait kesibukan dalam dunia pendidikan maupun dunia kerja, sehingga banyak sekali masyarakat Indonesia yang sedikit sekali memiliki waktu senggang untuk makan ataupun untuk sekedar membeli cemilan. Alasan orang – orang melewatkan jam makan bervariasi tergantung dari wilayahnya. Seperti beberapa negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura dan Indonesia, dimana terdapat banyak orang yang melewatkan jam makan yang dikarenakan adanya keterbatasan waktu. Selain itu juga, dijelaskan bahwa melewati jam makan pagi atau sarapan, secara signifikan dapat meningkatkan resiko terhadap penyakit obesitas, diabetes tipe 2 dan penyakit jantung. (Pengpid & Peltzer, 2020)

Pemilihan kata lokal digunakan dengan tujuan untuk menarik minat para pembaca dengan harapan untuk merepresentasikan karakteristik cita rasa yang khas dari masing – masing daerah. Hal ini dikarenakan terdapat masakan – masakan di Indonesia yang memiliki masakan dengan nama yang sama, akan tetapi memiliki rasa dan resep yang berbeda. Sebagai contoh, soto memiliki bahan dasar makanan yang serupa namun, memiliki cita rasa yang sangat berbeda tergantung daerah,

seperti soto Lamongan yang berciri khas bewarna kuning, menggunakan irisan ayam, memiliki taburan koya dan tidak menggunakan santan ataupun susu. Sedangkan soto Betawi yang berciri khas berwarna bening ataupun putih santan, dan juga menggunakan daging sapi maupun ayam. Contoh lain merupakan masakan berbahan dasar ayam yang berasal dari Jawa Tengah didominasi dengan cita rasa manis, sedangkan masakan ayam yang berasal dari Bali didominasi dengan cita rasa pedas.

Maka dari itu, tercipta ide untuk membuat sebuah buku resep dengan tema onigiri, sebab dari budaya Jepang pun, onigiri digemari masyarakat dikarenakan oleh praktikalitas yang ditawarkan oleh onigiri tersebut, dimana onigiri dapat ditemukan di *minimarket* maupun dibuat dirumah dengan sangat mudah dan juga kemudahan yang ditawarkan onigiri untuk dikemas dan disantap. Berdasarkan grafik dibawah dapat dilihat bahwa hidangan onigiri sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia.

Gambar 1
Grafik Makanan Jepang yang Pernah Dikonsumsi Masyarakat Indonesia

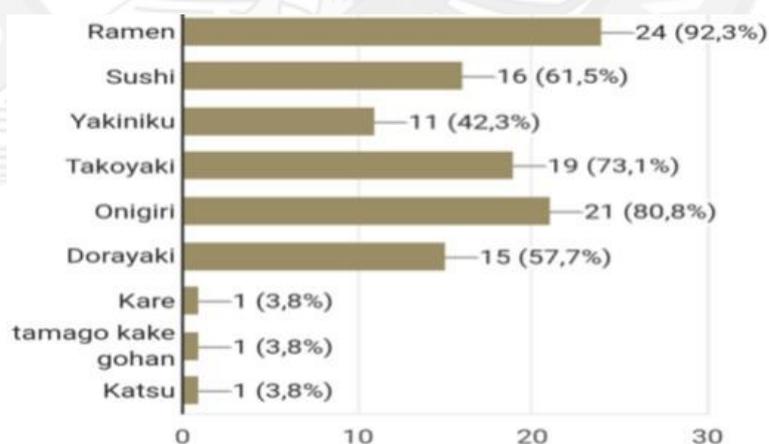


Figure 6. Indigenous Japanese Food Ever Respondents Eat.

Sumber: T Tawami and P T Sopyana 2019 IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 662 072005

Konsep onigiri ini dipadukan dengan cita rasa lokal agar mudah diterima dengan lidah warga Indonesia serta juga menggunakan bahan baku yang mudah ditemukan di Indonesia. Lebih dari itu, onigiri juga bergizi karena dalam satu onigiri terdapat karbohidrat serta juga protein yang didapatkan dari isian onigiri seperti ayam, ikan, dan bahan lainnya.

Berdasarkan fenomena di atas maka dilakukan *fusion* terhadap makanan Indonesia dengan makanan Jepang sebagai bentuk modernisasi dan inovasi. Rancangan buku resep yang berjudul **“INDOGIRI: Onigiri dengan Cita Rasa Lokal”** ini dibuat untuk memperkenalkan makanan Indonesia dan Jepang guna meningkatkan daya tarik dan menginspirasi pembaca untuk menyadari bahwa makanan memiliki budaya tersendiri yang tidak kalah menarik, serta memperkenalkan makanan khas Indonesia dan Jepang melalui buku resep yang akan mempermudah penyampaian informasi mengenai tahap penyiapan bahan baku, proses, serta penyajian sehingga para pembaca dapat membuat sajian makanan yang inovatif dengan mudah dan tepat.

Sehingga, seperti yang diketahui bahwa buku resep adalah sebuah buku yang berisikan kumpulan resep serta informasi dan panduan untuk memasak. Tidak hanya itu, buku resep biasanya juga dilengkapi dengan latar belakang makanan yang dilengkapi dengan alat-alat yang akan digunakan pada saat pembuatan (Hidayat dan Resmadi, 2020). Maka dari itu buku ini dirancang untuk membahas perpaduan dari dua budaya yang menjadi sebuah hidangan yaitu onigiri dengan cita rasa lokal. Dengan terciptanya rancangan buku resep ini, diharapkan dapat menjangkau pembaca yang memiliki kesibukan baik dalam pendidikan maupun pekerjaan atau kesibukan lainnya dan ingin mempermudah penyiapan dan

mempersingkat waktu makan secara praktis dan efisien. Adapun target dari Rancangan Buku Resep INDOGIRI : Onigiri dengan Cita Rasa lokal adalah para konsumen yang membutuhkan menu makanan yang praktis, mengenyangkan dan inovatif.

B. Tujuan Pembuatan Rancangan Buku Resep

Tujuan utama dari pembuatan rancangan buku resep dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Memberikan informasi dan wawasan kepada pembaca mengenai makanan berciri khas Indonesia dan Jepang yang disertai dengan tahap persiapan, pembuatan, dan penyajian makanan.
2. Menciptakan buku resep dengan desain visualisasi yang menarik bagi para pembaca dan juga dapat mengembangkan kreativitas pembaca dalam memasak dengan menggunakan bahan baku yang dapat ditemukan di Indonesia.