

BAB 4

DESKRIPSI HASIL

4.1 *Scene 1: Opening*

Scene ini memperlihatkan cuplikan pembukaan video yang berisi pepatah uga prabu siliwangi. Pak Ace Sumanta berkata, “*Ingat ada satu pepatah uga prabu siliwangi yang mengatakan ‘Dinu Kiwari Ngancik Nu Bihari, Seja Ayeuna Sampeureun Jaga’ apa yang kita nikmati hari ini adalah ada yang menciptakannya dan apa yang akan kita lakukan, apa yang kita ciptakan hari ini adalah untuk anak cucu kita kedepan.*”. Maksud pepatah ini adalah agar makanan tradisional tetap dapat dilestarikan oleh berbagai generasi, khususnya generasi muda. Video diselingi dengan *footage* Tugu Kujang Bogor, daerah pemukiman Kota Bogor, dan *footage* perjalanan dari Jakarta menuju Kota Bogor.

4.2 *Scene 2: Pak Ace Sumanta*

Scene ini memperlihatkan wawancara bersama Pak Ace Sumanta selaku budayawan Kota Bogor yang diawali dengan pengenalan diri. Video dilanjutkan dengan penjelasan Pak Ace Sumanta mengenai perkembangan wisata kuliner Kota Bogor. Setelah itu, Pak Ace Sumanta bercerita mengenai sejarah taoge goreng. “*Orang Cina waktu itu hidup adalah di tanah Sunda, hidup adalah di dataran Sunda yang mana orang Sunda itu ada kolaborasi kreatif dengan orang-orang Chinese lalu mereka bekerja sama. Dari kerjasama itu sendiri adalah seperti yang terwujud dengan taoge goreng.*”. Hal ini cukup unik karena walaupun taoge goreng merupakan makanan tradisional Indonesia, tetapi makanan satu ini merupakan hasil perpaduan dari budaya Cina dengan Indonesia.

Scene ini diakhiri dengan ucapan Pak Ace Sumanta, “*Aduhai indahnya luar biasa jadi pokoknya kalo satu kali kita makan, akan terasa dua tiga kali ingin terus mencicipi.*”.

Dalam *scene* 2 terdapat *footage* pemukiman Kota Bogor, alat musik tradisional Jawa bernama Bonang, berbagai piagam milik Pak Ace Sumanta, Vihara Dhanagun, Surya Kencana, taoge goreng, lumpia basah, doclang, dan kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah.

4.3 *Scene* 3: Pak Atjep Syarif

Dalam *scene* 3 menampilkan wawancara bersama Pak Atjep Syarif selaku generasi ke-3 dari kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah. Wawancara diawali dengan perkenalan diri dan dilanjutkan dengan penjelasan Pak Atjep Syarif mengenai sejarah kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah serta lama beliau meneruskan kedai dan alasannya. Wawancara dilanjutkan dengan penjelasan beliau mengenai keunikan dari kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah, yaitu tidak menggunakan oncom dalam sausnya. Kedai ini juga menggunakan *packaging* yang berbeda, yaitu menggunakan daun patat untuk membungkus taoge goreng karena sudah menjadi ciri khas.

Pak Atjep Syarif menyatakan bahwa, “*Target penjualan perhari sih sekitar 200 porsi. Satu hari minimal 20 kg. Sebelum pandemi nih, ini saya pas ditanya ini kan sekarang posisi sekarang ya, target penjualan yang sekarang nih itu sekitar segitu. Nah, kalo misalkan dulu sebelum pandemi otomatis lebih dari itu, target penjualan saya juga lebih dari itu. Karena kemaren pandemi, jadi sekarang masih bertahap, udah landai sih covid-nya kan nah maksudnya kegiatan masyarakatnya, lingkungannya bertahap lah naiknya gitu. Nah, saya juga punya target penjualan saya naikin sedikit sedikit, 20 kg lah satu hari atau 200 porsi. Sebelum-sebelumnya saya berani 30 kg.*”. Dari pernyataan Pak Atjep Syarif, kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah juga terkena imbas pandemi Covid-19, tetapi kedai ini tetap bertahan dan terus berangsur membaik.

Dalam sesi wawancara, Pak Atjep Syarif menyatakan alasan kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah dapat bertahan sampai sekarang. Beliau berkata, “*Yang jelas saya belajar dari ibu, ibu juga sangat memperhatikan kualitas. Mungkin salah satunya yang bikin taoge goreng ini masih eksis sampai sekarang ya itu kualitasnya masih tetep dijaga. Itu juga banyak yang*

konsumen kesini (konsumen lama) yang kenal sama almarhum kakek, dia datang kesini dia bilang 'kok rasanya bisa sama sama yang dulu?'". Berdasarkan paparan diatas, Pak Atjep Syarif tetap berusaha mempertahankan rasa Toge Goreng Ibu Hj. Omah. Beliau juga mempertahankan kualitas dengan meminta kritik dan saran terhadap pelanggan kedai. Banyak juga konsumen lama yang berkata bahwa rasa taoge goreng dari kedai ini masih sama dari dulu sampai sekarang.

Pada *scene* ini menampilkan *footage* pemukiman Kota Bogor, Tugu Kujang Bogor, tampilan depan kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah, tampilan bagian dalam kedai, daerah pemukiman Kota Bogor, taoge goreng, daun patat yang digunakan sebagai pembungkus taoge goreng, bagian dapur kedai, dan pengunjung kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah.

4.4 *Scene* 4: Pelanggan Kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah

Setelah wawancara dengan Pak Atjep Syarif, video dilanjutkan dengan wawancara bersama salah satu pelanggan kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah, yaitu Bu Anita yang berasal dari Jakarta. Penulis bertanya kepada beliau mengenai dari mana tahu kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah dan pendapat beliau mengenai rasa taoge goreng yang dijual oleh kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah. Video diselingi dengan *footage* bagian dalam kedai Toge Goreng Ibu Hj. Omah dan taoge goreng.

Saat menjelaskan rasa Toge Goreng Ibu Hj. Omah, beliau berkata "*Rasanya enak, agak mirip sama yang dekat rumah saya di Pasar Baru cuman ada uniqueness-lah.*". Menurut konsumen tersebut, rasa taoge goreng yang dijual oleh Toge Goreng Ibu Hj. Omah memiliki rasa yang enak dan unik.

4.5 *Scene* 5: Pak Ace Sumanta

Pada *scene* 5, video dilanjutkan dengan wawancara bersama Pak Ace Sumanta mengenai cara meningkatkan popularitas taoge goreng dan cara meningkatkan minat generasi muda untuk mengkonsumsi makanan tradisional.

Untuk meningkatkan popularitas taoge goreng, beliau berkata *“Pakai klaster, klaster adalah zona. Jadi ada kawasan makanan tradisional yang khas. Ketika seseorang, orang Bandung ketika akan ke Bogor maka kawasan taoge goreng di A terdiri dari si A, si B, si C, si D. Jadi tidak hanya dari satu keluarga taoge goreng tetapi dari berbagai pemilik.”*

Menurut Pak Ace Sumanta, klaster atau zona adalah bagian yang paling efektif untuk meningkatkan popularitas taoge goreng agar ketika seseorang mencari taoge goreng, orang tersebut sudah tau harus pergi ke kawasan yang menjual makanan tersebut. Adapun untuk membuat suatu klaster atau zona harus diatur melalui suatu peraturan dan sosialisasi.

Menurut beliau, untuk meningkatkan minat generasi muda dalam mengkonsumsi makanan tradisional dapat dilakukan dengan cara:

- Mengadakan festival makanan tradisional dengan hadiah yang menarik dan dana pembinaan.
- Penyusunan buku mengenai makanan tradisional oleh Dinas Pendidikan Kebudayaan yang melibatkan pemerintah, budayawan, seniman dan para ahli kuliner yang mudah di dapatkan melalui Google dan media sosial.
- Mengenalkan makanan tradisional melalui film yang nantinya akan di-ekspos melalui media sosial.
- Menyelenggarakan lomba menulis artikel dan esai mengenai makanan tradisional.

Di akhir scene, beliau berkata, *“Tidak hanya satu cara ketika kita akan melestarikan satu makanan tradisional, ternyata beribu cara tergantung kreativitas kita sejauh mana kita berpikir. Jangan sampai nanti generasi yang akan datang hanya tahu nama di Google, hanya tahu nama di internet tapi tidak pernah merasakan apa sih nikmatnya taoge goreng yang enak, apa sih nikmatnya makanan-makanan tradisional yang tentu saja mengundang lidah kita bisa bergoyang dengan enak.”*. Saran diatas dapat membantu untuk meningkatkan minat generasi muda dalam mengkonsumsi makanan tradisional. Scene diakhiri dengan *footage* makanan tradisional, yaitu doclang dan taoge goreng.

4.6 Scene 6: Closing

Pada bagian *closing*, penulis menampilkan video harapan untuk generasi muda dari Pak Ace Sumanta dan Pak Atjep Syarif. Pak Atjep Syarif selaku generasi ke-3 Toge Goreng Ibu Hj. Omah berkata, *“Harapan saya buat generasi muda, selain makanan modern yang sekarang harus dicoba juga makanan-makanan yang jadul, nih. Harus ikut inilah, harus ikut serta melestarikan daerah gitu. Ini kan salah satu ikon juga, kuliner tuh. Jadi, kalau misalkan kulinernya bagus, kuat ikon daerahnya, itu kan bisa nambah juga buat daya tarik wisata ke satu daerah.”*

Pak Ace Sumanta selaku budayawan Kota Bogor juga memberikan harapan untuk generasi muda. Beliau berkata, *“Tidak ada alasan generasi muda malas, tidak ada alasan generasi muda tidak bisa berdaya, tidak bisa berbuat untuk meningkatkan produktivitas terhadap taoge goreng. Justru generasi muda bangkit menjadi pengusaha taoge goreng dan bangkit memanca dunia.”*

Menurut dua narasumber yang penulis wawancarai, mereka berharap generasi muda turut serta dalam melestarikan makanan tradisional khas Kota Bogor dengan mencoba dan mengkonsumsi ikon kuliner Kota Bogor, yaitu taoge goreng agar dapat menambah daya tarik wisata Kota Bogor. Di akhir video, penulis menampilkan *credit* sebagai ucapan terima kasih kepada narasumber serta tim produksi yang berpartisipasi dalam penyelesaian video.