

## BAB IV

### DESKRIPSI HASIL STORY TELLING

Untuk mengetahui hasil story telling ini maka dibagi menjadi berbagai macam adegan yang bertujuan untuk menceritakan aktivitas *storytelling*. Adegan tersebut adalah sebagai berikut:

#### 4.1. Aktivitas Story Telling

##### 4.1.1. Adegan 1 (Pembukaan)

Adegan pertama video dibuka dengan menampilkan logo Podomoro University, Tourismpreneur dan Hotel Business Program dengan tujuan melengkapi data tugas akhir serta memperkenalkan Universitas Agung Podomoro ke masyarakat luas.



**Gambar 4.1 Logo Podomoro University, Tourismpreneur dan Hotel Business Program**

##### 4.1.2. Adegan 2 (Pengenalan Terhadap Kota Bogor)

Pada adegan 2, disampaikan oleh narator mengenai Kota Bogor yang terletak di Pulau Jawa serta lokasinya yang berdekatan dengan Ibukota Indonesia, Jakarta. Letaknya yang strategis memperjelas peranan Kota Bogor dalam meningkatkan dan mengembangkan ekonomi Indonesia melalui berbagai potensi pariwisata yang dimilikinya. Bagian ini juga menjelaskan tentang suasana umum Kota Bogor seperti suasana jalanan

sekitar serta ikon terkenal Kota Bogor, Tugu Kujang.



**Gambar 4. 2 Tugu Kujang, Bogor**

#### **4.1.3. Adegan 3 (Latar Belakang Akulturasi Budaya Tionghoa Di Indonesia)**

Narator melanjutkan ceritanya dengan memfokuskan cerita kepada latar belakang akulturasi budaya Tionghoa di Indonesia, diikuti juga dengan contoh bangunan hasil akulturasi budaya Tionghoa di Indonesia, yaitu Vihara Dhanagun (Hok Tek Bio). Di bagian ini juga dijelaskan bahwa akulturasi budaya Tionghoa di Kota Bogor sudah berlangsung selama beberapa abad, ditandai dengan adanya Vihara Dhanagun yang menjadi vihara tertua ke-4 di Jabodetabek yang sudah ada sejak tahun 2006. Penobatan Vihara Dhanagun sebagai vihara tertua ke-4 di Jabodetabek dilakukan oleh Direktorat Purbakala dan Permuseuman pada tahun 2002. Selain itu, narator juga menjelaskan tentang akulturasi budaya Tionghoa yang melahirkan ragam budaya dalam bidang kuliner, seperti martabak terang bulan. Narator menjelaskan tentang latar belakang datangnya dan berkembangnya Martabak Terang Bulan di Indonesia, yang awalnya dibawa oleh suku Hakka yang bermigrasi ke negara-negara di Asia Tenggara dari Fujian, Cina.



**Gambar 4. 3 Lawang Surya Kencana**

#### **4.1.4. Adegan 4 (Contoh Akulturasi Budaya Dalam Bentuk Kuliner Di Surya kencana, Bogor)**

Pada bagian ini, narator menjelaskan tentang daerah wisata kuliner yang populer di Kota Bogor, yaitu Surya Kencana. Narator juga menceritakan secara singkat mengenai diversitas makanan hasil akulturasi budaya Tionghoa di Kota Bogor. Contoh makanan hasil akulturasi budaya Tionghoa yang disebutkan adalah *ngohiong*, Asinan Bogor, Lumpia Basah, dan Soto Mie. Narator memperdalam penjelasannya mengenai makanan hasil akulturasi budaya Tionghoa yang populer dan khas di Kota Bogor, yaitu Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor.



**Gambar 4. 4 Salah Satu Makanan Khas Yang Ada Di Gang Aut**

#### 4.1.5. Adegan 5 (Pendapat Warga Suryakencana Terhadap Akulturasi Budaya Di Kotanya)

Adegan 5 mendeskripsikan pendapat dari seorang narasumber keturunan Tionghoa bernama Edy. Bapak Edy merupakan warga Kota Bogor yang tinggal di sekitar Gang Aut, Surya Kencana. Bapak Edy menjelaskan pendapatnya mengenai kesadaran yang dimiliki masyarakat sekitar Gang Aut, Bogor untuk menghindari keributan yang mungkin ditimbulkan masyarakat antar suku. Bapak Edy juga menjelaskan tentang ketertarikannya akan keunikan rasa dan ukuran martabak yang cenderung lebih besar dari Martabak Arang Encek Gang Aut.



**Gambar 4. 5 Narasumber Warga Sekitar**

#### 4.1.6. Adegan 6 (Pembukaan Mengenai Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor)

Narator menjelaskan tentang keunikan proses pemanggangan Martabak Arang Encek Gang Aut yang masih menggunakan kompor arang dan menjadi daya tarik utama para pengunjung.



**Gambar 4. 6 Palang Martabak Encek Legendaris**

#### **4.1.7. Adegan 7 (Latar Belakang Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor)**

Pada bagian ini, narator menjelaskan tentang latar belakang narasumber, Ahmad Sidiq, atau yang lebih dikenal dengan panggilan “Encek” ataupun “Pak Acoy”. Encek merupakan penjual dan pemilik dari Martabak Legendaris Bangka yang sudah berjualan selama 46 tahun sejak tahun 1975. Saat ini Encek berusia 77 tahun, namun Encek mulai berjualan martabak saat merantau bersama kedua orang tuanya ke Kota Bogor, resep yang digunakan berasal dari leluhurnya yang merupakan orang Bangka asli.

Narator kemudian menjelaskan mengenai kepopuleran martabak yang dijual Encek dilatarbelakangi oleh konsistensinya dalam menggunakan arang sebagai media pemanggangan martabaknya. Menurut Encek, konsistensinya dalam menggunakan arang juga dilatarbelakangi oleh keinginannya dalam mempertahankan cita rasa martabak yang orisinil. Encek mulai menyiapkan adonan martabak dari pukul 5 pagi dan toko martabaknya mulai beroperasi mulai pukul 12 siang selama 3 jam setiap harinya. Pengoperasian martabak Encek dibantu oleh kedua anaknya. Dalam kurun waktu operasionalnya, Encek mampu menjual habis 70-100 loyang martabak setiap harinya.

Martabak Arang Encek Gang Aut, Bogor tidak memiliki media sosial selain Whatsapp. Namun berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, banyak pelanggan setia yang senantiasa membagikan tentang martabak Encek di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan Youtube.

Dalam rangka menjaga otentisitas dan orisinalitas rasa martabak, wawancara terhadap narasumber menjelaskan tentang tidak adanya niatan Encek untuk membuka cabang di daerah lain. Encek sebagai narasumber juga menceritakan tentang latar belakang nya mulai berjualan martabak di Bogor adalah untuk menjadi pelopor penjual martabak di kota hujan tersebut.



**Gambar 4. 7 Proses Wawancara Encek**

#### **4.1.8. Adegan 8 (Pendapat Pelanggan Tentang Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor)**

Berdasarkan hasil wawancara dengan seorang pelanggan bernama Bella, dijelaskan bahwa Bella pertama kali mengetahui tentang Martabak Arang Encek Gang Aut, Bogor melalui platform video Youtube. Bella merupakan seorang pelanggan yang berasal dari Kota Semarang. Menurut Bella, martabak arang Encek memiliki cita rasa khas yang tidak terlalu manis

sehingga dapat dimakan tanpa menyisakan rasa mual diakhir. Adonan yang dipanggang menggunakan arang juga lebih lembut saat dimakan dibandingkan dengan adonan yang dipanggang menggunakan kompor gas. Hasil wawancara juga menyimpulkan bahwa pelanggan seperti Bella datang dari Semarang untuk mencicipi otentisitas rasa dari martabak arang Encek.



**Gambar 4. 8 Narasumber Pelanggan Martabak Encek**

#### **4.1.9. Adegan 9 (Penutupan)**

Narator menyampaikan kata penutup untuk mengakhiri video. Kata penutup yang disampaikan berisi pesan kepada generasi muda Indonesia untuk tetap melaksanakan tanggung jawabnya dalam mempertahankan dan melestarikan akulturasi budaya Tionghoa di Indonesia yang unik dan khas seperti Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor. Dengan melestarikan akulturasi budaya di Indonesia, generasi muda Indonesia juga turut berpartisipasi dalam mengembangkan ragam kuliner di Indonesia.



**Gambar 4. 9 Scene Kata Penutup**

#### **4.1.10. Adegan 10 (Kredit Dan Ucapan Terima Kasih)**

Adegan terakhir dari video menampilkan kredit dan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak seperti tim, narasumber, dan juga dosen pembimbing yang sudah membantu mendukung terbentuk dan terselesaikannya video dan laporan tugas akhir peliputan Martabak Arang Encek Gang Aut Bogor.



**Gambar 4. 10 Credits Video**

## **Narasumber I**

**Pemilik Martabak Arang      Pak Ahmad Sidiq "Pak  
Encek Gang Aut, Bogor      Acoy"**

**Gambar 4. 11 Nama Narasumber 1**

## **Narasumber II**

**Penduduk Sekitar      Pak Edy**

**Gambar 4. 12 Nama Narasumber 2**

## **Narasumber III**

**Pelanggan Martabak      Bella A.  
Arang Encek "Gang Aut"**

**Gambar 4. 13 Nama Narasumber 3**



**Gambar 4. 14 Special Thanks**

#### **4.2. Hasil Story Telling**

Berdasarkan hasil *storytelling* dan wawancara dari narasumber maka dapat dikatakan bahwa Ahmad Sidiq (Encek) merupakan pelopor pertama penjual Martabak terang bulan di Kota Bogor. Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa Encek menjadi salah satunya penjual martabak terang bulan di daerah Gang Aut Bogor yang masih bertahan menggunakan arang dalam proses pemanggangan adonan martabaknya. Menurut para pelanggan rasa otentik martabak yang dipanggang melalui kompor arang membuat rasa martabaknya unik dan berbeda dari martabak yang biasanya dimasak menggunakan kompor gas.

Di era digital dan modern seperti saat ini, Encek menjaga kepopuleran martabaknya melalui teknik marketing “Organik”, yaitu teknik *word of mouth* dimana kepopuleran martabaknya disebarakan melalui *review* para pelanggannya. Walaupun tidak memiliki sosial media, martabak encek tetap mampu menjual habis martabaknya setiap hari. Menurut Encek, banyak pelanggannya yang senantiasa membantu mempopulerkan martabaknya melalui berbagai artikel, foto di Instagram, serta melalui platform video Youtube. Terlebih lagi, generasi milenial saat ini lebih menyukai hal yang otentik dan memiliki ciri khas martabak yang beredar sekarang sudah kehilangan otentisitas. Lebih tepatnya generasi milenial menyukai hal yang anti-mainstream sebagai konten dalam sosial mediana.