

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara dengan keanekaragaman budaya, kuliner, suku bangsa, agama, dan aliran kepercayaan yang dimana di dalamnya terdapat berbagai adat dan kebudayaan. Keanekaragaman budaya ini termasuk kekayaan kuliner tradisional suatu daerah yang seringkali menjadi tujuan objek wisata utama bagi para wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Oleh karena itu, generasi muda diharapkan untuk senantiasa melestarikan kekayaan kuliner tradisional sebaik mungkin karena hal ini merupakan poin penting dari kebudayaan yang dimiliki oleh Indonesia.

Hidangan Indonesia merupakan cerminan terhadap beragam budaya dan tradisi dari masing-masing pulau yang berada di tanah air. Ikorasaki, Arwa, dan Anzelina (2022), menyatakan bahwa terdapat sekitar 6.000 pulau yang memegang peranan penting dalam hidangan budaya nasional karena secara umum, hidangan-hidangan tersebut memiliki cita rasa yang khas dengan bumbu yang berasal dari rempah-rempah berkualitas tinggi khas Indonesia. Tidak hanya rempah-rempah saja, tetapi Indonesia juga memiliki tata cara penyajian dan tradisi pembuatan yang khas di setiap olahan makanan dalam suatu kebudayaan.

Pada umumnya, salah satu kuliner tradisional yang disukai oleh mayoritas masyarakat Indonesia adalah bubur. Hidangan yang satu ini dianggap sebagai salah satu menu sarapan favorit karena tinggi akan karbohidrat yang dibutuhkan untuk memulai aktivitas. Di Indonesia sendiri, terdapat berbagai jenis bubur yang tersebar di penjuru Nusantara, seperti bubur bassang dari Makassar, bubur kampiun dari tanah Minang, sampai bubur kanji rumbi yang berasal dari Aceh. Tak banyak diketahui, kota Jakarta juga memiliki bubur tradisional khas dari Betawi yang saat ini sudah

mulai sulit dijumpai, yaitu Bubur Ase. Bubur Ase adalah hidangan bubur yang disajikan dengan semur daging khas Betawi, kentang, tetelan, dan tahu, lalu disiram dengan kuah semur. Bubur Ase ini tidak hanya semata merupakan kebudayaan Betawi tetapi juga mencerminkan multikultural. Wanudya (2022) menyatakan bahwa terdapat 3 kebudayaan dalam Bubur Ase, yaitu Tionghoa, Timur Tengah, dan Belanda. Sangat disayangkan apabila hidangan tradisional seperti Bubur Ase semakin lenyap tertelan zaman karena sebenarnya, hidangan khas Betawi yang satu ini tidak kalah menggiurkan dan memiliki cita rasa yang unik.

Penjual Bubur Ase yang masih bertahan hingga saat ini sangatlah sedikit, hal ini disebabkan karena kurangnya publisitas dari para penjual Bubur Ase sendiri. Para pelanggan Bubur Ase Bang Lopi dan Bubur Ase Cik Lis merupakan pelanggan setia yang sejak dahulu masih mempertahankan loyalitasnya dan rata-rata pelanggan mereka telah berusia dewasa hingga lansia. Para penjual Bubur Ase saat ini juga sudah paruh baya yang menyebabkan ketidak melekkan dalam dunia teknologi dimana saat ini ada istilah “marketing” yang sangat diperlukan untuk menyebarluaskan suatu bisnis.

Berdasarkan hasil survei yang telah disebar kepada 75 responden, sebanyak 50 responden menyatakan tidak pernah mendengar Bubur Ase. Adapun diantara 25 responden yang pernah mendengar bubur ase, hanya sebanyak 16 responden yang sudah mencicipinya. Mayoritas dari responden yang pernah mencicipi Bubur Ase menyatakan bahwa mereka menyukai Bubur Ase karena rasanya yang unik dan otentik. Sementara itu, mayoritas dari responden yang belum pernah mencicipi Bubur Ase sebelumnya menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mencoba Bubur Ase di kemudian hari dikarenakan perpaduan rasa yang dihasilkan dari semur, bubur, maupun asinan Betawi dianggap akan menjadi kombinasi rasa yang unik. Ketertarikan dari para responden inilah yang menjadi alasan utama penulis dalam mengangkat Bubur Ase sebagai topik pembahasan penelitian penulis.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang topik penelitian, perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apa itu Bubur Ase?
2. Bagaimana sejarah terciptanya Bubur Ase?
3. Apa daya tarik dari Bubur Ase yang mempertahankan loyalitas pelanggan hingga saat ini?

1.3 Tujuan storytelling

Berdasarkan judul dan permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan penulisan yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui apa itu Bubur Ase.
2. Untuk mengetahui sejarah terciptanya Bubur Ase.
3. Untuk mengetahui daya tarik apa dari Bubur Ase yang mempertahankan loyalitas pelanggan hingga saat ini.

1.4 Target Audiens

Bubur Ase adalah makanan khas Betawi yang eksistensinya hampir punah dan terlupakan. Dengan membuat *storytelling* yang membahas mengenai Bubur Ase ini, penulis berharap dapat menyebarluaskan dan memperkenalkan Bubur Ase kepada masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja hingga dewasa yang berusia antara 17 hingga 40 tahun. Berdasarkan hasil survei yang telah disebar kepada 75 responden, 49.3% didominasi oleh responden berusia 20-25 tahun yang mayoritas berstatus pelajar/mahasiswa. Sebanyak 92% dari para responden berdomisili di Jabodetabek dan adapun sebagian kecil dari responden yaitu berjumlah 3% yang berdomisili di luar negeri. Sebanyak 82.7% dari keseluruhan responden tersebut menyatakan bahwa mereka tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang sejarah bubur.