

HIBRIDITAS DALAM KULINER BANDUNG: CITARASA RAMEN

Patra Aditia¹, Amaliatun Saleha², Elly Setiawan Sutawikara³

¹Universitas Telkom, ²Universitas Padjadjaran, ³Universitas Padjadjaran
Email : ¹patra.aditia@gmail.com

ABSTRAK

Sudah umum diketahui orang bahwa Kota Bandung adalah surga bagi pecinta kuliner. Meski demikian, dalam keragaman tersebut, sulit jika mengatakan bahwa kuliner-kuliner tersebut murni berasal dari Bandung, termasuk ramen. Di Bandung, restoran ramen semakin banyak. Diantaranya yang terkenal adalah Jigoku Ramen, Mie Reman, Ramen House, Nobu Ramen, Udin Ramen, Shifu Ramen, Ramen Cemen, Kuma Ramen, hingga yang dijual di restoran Jepang umum seperti Gokkana Tepan, Suki Soba Restaurant dan Marugame Udon. Berdasarkan observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur terhadap sejumlah restoran ramen di Bandung, maka dapat diperoleh simpulan bahwa “Ramen Bandung” mempunyai pertimbangannya sendiri dalam hal citarasa, terkait dengan selera masyarakat di Kota Bandung pada umumnya yang tidak mengonsumsi daging babi dan tidak terlalu bisa menyesuaikan diri dengan rasa makanan Jepang yang asli. Sehingga dibuat berbagai variasi yang menjauhi rasa “ramen Jepang” yang asli. Selain itu, “Ramen Bandung” mempertahankan hibriditas dalam persoalan estetika restoran dan nama-nama pada menu, dengan cara mempertahankan aspek ke-Jepang-an. Hal tersebut menunjukkan bahwa hal-hal terkait Jepang, di mata masyarakat Kota Bandung, masih merupakan hal yang tinggi, menarik, sekaligus juga berkarakter. Secara estetika, masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk mengenali sebuah unsur kebudayaan yang berasal dari Jepang.

Kata kunci: Ramen, Hibriditas, estetika, Citarasa.

I. PENDAHULUAN

Sudah umum diketahui bahwa Kota Bandung adalah salah satu surga pilihan bagi pecinta kuliner, mengingat kondisi cuacanya yang berhawa sejuk dan ragam tanaman yang bisa tumbuh subur di lahan-lahan sekitarnya menambah keragaman bentuk, sajian dan citarasa. Selain jenis jajanan yang bervariasi, harganya pun terjangkau. Pada bulan November tahun 2015, predikat tersebut diresmikan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, yang mengatakan bahwa Bandung, bersama empat kota lain di Indonesia, yaitu Yogyakarta, Bali, Solo, dan Semarang, sebagai Kota Destinasi Wisata Kuliner Indonesia. Makanan yang dikatakan sebagai kuliner Bandung diantaranya serabi, pisang coklat, cimol, siomay Bandung, bandros, nasi tutug oncom, peuyeum, mie kocok, gepuk, cireng, colenak, batagor, perkedel bondon, lotek, comro, misro, rujak cuka, dan lain sebagainya.

Meski demikian, dalam keragaman tersebut, sulit jika mengatakan bahwa kuliner-kuliner tersebut murni berasal dari Bandung. Alasannya, kuliner, sebagai suatu turunan dari kebudayaan, pasti mengalami berbagai macam akulturasi dalam perkembangannya. Seperti misalnya, dalam akulturasi budaya Cina dan Indonesia, dikenal istilah “kuliner peranakan” yang berarti kuliner hasil perkawinan antara makanan Indonesia dan Cina. Beberapa contohnya antara lain siomay, yang di Cina merupakan salah satu *dim sum* (makanan kecil) dengan daging babi dibungkus kulit terigu, dimatangkan dengan cara dikukus, disajikan denganocolan cuka atau kecap asin. Di Indonesia, daging babi tersebut diganti dengan daging ayam atau ikan – mengingat populasi sebagian besar

warganya yang beragama Islam sehingga tidak memakan daging babi-. Dengan sendirinya, maka batagor, sebagai makanan yang berinovasi dari siomay yang digoreng, tidak lepas juga dari pengaruh Cina di dalamnya. Demikian halnya dengan serabi, yang di Jawa juga mempunyai istilah *surobi*, dan keberadaannya konon terpengaruh oleh panekuk asal Belanda.

Tak terkecuali dengan ramen, yang sekarang mulai populer di Kota Bandung. Ramen sendiri merupakan makanan khas Jepang yang asal muasalnya terbagi ke dalam dua versi: berasal dari Cina, atau merupakan temuan asli Jepang pada awal abad ke-20. Meski demikian, ada satu fakta yang tidak bisa dibantah, bahwa hingga sekitar tahun 1950an, ramen disebut sebagai *shina soba* atau mie Cina. Nama ramen sendiri berasal dari kata *lamian* yang merupakan salah satu jenis mie asal Cina. Pada perkembangannya kemudian, istilah ramen digunakan untuk menggantikan *shina soba* karena istilah Cina di beberapa kalangan menjadi peyoratif.

Di Bandung, restoran ramen semakin banyak. Diantaranya yang terkenal adalah Jigoku Ramen, Mie Reman, Ramen House, Nobu Ramen, Udin Ramen, Shifu Ramen, Ramen Cemen, Kuma Ramen, hingga yang dijual di restoran Jepang umum seperti Gokkana Tepan, Suki Soba Restaurant dan Marugame Udon. Diantara ramen-ramen tersebut, terdapat perbedaan-perbedaan penyajian, yang jika dibagi ke dalam dua aliran besar, dikategorikan sebagai berikut: Restoran ramen yang ingin semirip mungkin penyajiannya dengan aslinya, dan restoran ramen yang ingin melakukan akulturasi budaya sehingga rasa ramen tersebut dapat diterima oleh lidah orang Bandung pada umumnya, meski kemudian menjauhi rasa aslinya, bahkan hingga tidak bisa dikatakan ramen –dalam definisi ramen pada kuliner

Jepang-. Atas dasar itu, peneliti tertarik untuk menelaah ramen dalam hibriditas kuliner di Bandung.

II. RUMUSAN

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut: Bagaimana ramen menjadi bagian dari hibriditas kuliner di Bandung?

III. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan fenomenologis. Peneliti berusaha memaparkan fakta-fakta yang ada, disertai dengan analisis terhadap data yang diperoleh dari observasi, wawancara mendalam, dan juga studi literatur.

IV. PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan juga studi literatur, terdapat sejumlah restoran Ramen di Kota Bandung. Sejumlah restoran tersebut kemudian dibagi ke dalam dua kategori. Kategori pertama adalah restoran yang khusus menjual ramen saja, sedangkan kategori kedua adalah restoran yang menjadikan ramen sebagai salah satu menu, disamping makanan-makanan Jepang yang lain. Jika dilakukan kodifikasi, maka hasilnya adalah sebagai berikut:

Restoran Khusus Ramen	Ramen sebagai Salah Satu Menu
Jigoku Ramen, Jalan Cikutra no. 143	Midori, Jalan Sultan Agung Tirtayasa
Mie Ramen, Jalan Braga no. 36	Suki Soba Restaurant, Jalan Kepatihan no. 18
Ramen House, Jalan Ir. H. Juanda 185	Marugame Udon; Trans Studio Mall, Jl. RE. Martadinata 112

Udin Ramen, Metro Indah Mal, Jalan Soekarno Hatta no. 590	Gokkana Tepan, Jalan Cihampelas no. 160
Ramen Cemen, Jalan Wira Angun-Angun no. 36	Nobu Ramen & Sushi, Jalan Gegerkalong Hilir nomor 01
Kuma Ramen, Jalan Cipaganti	
Shifu Ramen, Jalan Purwakarta no. 33	
Giant Ramen, Jl. Cihampelas	

Komodifikasi tersebut dilakukan untuk menyempitkan objek penelitian. Diasumsikan bahwa restoran yang menjadikan ramen sebagai salah satu menu disamping menu-menu yang lain, tidak menjadikan ramen sebagai sesuatu yang mendapat perhatian lebih dalam hal inovasi makanan. Sedangkan restoran yang khusus menjual ramen, kemungkinan selalu berinovasi dengan ramen karena memang itulah menu unggulannya. Diasumsikan bahwa dengan persaingan yang ketat diantara restoran ramen yang lain, maka dibutuhkan upaya-upaya penyesuaian dengan lidah konsumen, yang melibatkan riset juga diantara para pemilik restoran. Asumsi ini diperkuat dengan hasil wawancara mendalam terhadap pemilik Ramen Cemen, Moh. Agil (36) dan pemilik Jigoku Ramen, Krisna Utama (26). Menurutnya, riset yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mencari tahu citarasa ramen yang asli di Jepang
2. Mencari tahu selera warga Bandung pada umumnya

Meski secara umum ramen Jepang sendiri sudah mempunyai berbagai varian, namun berdasarkan wawancara tersebut, kemudian dapat ditarik sebuah

perbandingan antara “ramen Jepang” dan “ramen Bandung” yang secara umum sebagai berikut:

No.	“Ramen Jepang”	“Ramen Bandung”
1.	Menggunakan daging babi dalam salah satu pilihan taburannya (<i>topping</i>)	Tidak memberikan opsi daging babi dalam pilihan taburan (<i>topping</i>).
2.	Opsi penggunaan <i>shoyu</i> sebagai sumber rasa yang paling klasik sekaligus paling digemari.	Tidak menjadikan <i>shoyu</i> sebagai sumber rasa yang utama, bahkan di beberapa restoran, <i>shoyu</i> ini dihilangkan.
3.	Kuah secara umum mengandung unsur daging babi, meski ada juga yang mengandung daging ayam.	Tidak ada unsur daging babi.
4.	<i>Topping</i> yang umum: <i>Chāshū</i> , <i>menma</i> , daun bawang, telur rebus, <i>nori</i> , <i>kakuni</i> , <i>narutomaki</i>	<i>Topping</i> tidak terbatas, mulai dari <i>bulgogi</i> , baso ikan, otak-otak, <i>chicken katsu</i> , telur dadar, dan banyak lagi.
5.	Umumnya dibuat dari empat bahan utama yaitu: gandum, air, garam, dan <i>kansui</i> .	Bahan mie tidak terlalu terikat. Kadang bisa menggunakan mie kuning seperti yang digunakan pada mie kocok

Berdasarkan wawancara tersebut dan setelah mengetahui perbandingan umum antara “Ramen Jepang” dan “ramen Bandung”, maka dapat dilihat bahwa ramen Bandung lambat laun mempunyai citarasanya sendiri. Hal ini, jika dilihat lebih

seksama, dalam perkembangannya, kian menjauhi citarasa ramen Jepang yang asli.



Foto 1. Warung Ramen Cemen
Sumber foto: dokumentasi pribadi



Foto 2. Warung Jigoku Ramen
Sumber foto: dokumentasi pribadi

Meski demikian, ramen sebagai sebuah kuliner Jepang tetap dipertahankan dalam ornamen-ornamen di restoran, ataupun nama-nama di dalam menu. Estetika ini dipertahankan justru untuk menunjukkan hibriditas yang jelas antara makanan Jepang dan makanan Indonesia. Bisa saja, misalnya, asal usul itu sudah terlalu melebur, seperti halnya dalam siomay, batagor, atau serabi, sehingga merasa tidak perlu lagi menunjukkan estetika dari bangsa dan kebudayaan lain, karena sudah sepenuhnya diserap oleh kebudayaan yang berkembang di Kota Bandung. Estetika juga menjadi penting sebagai penanda bahwa kebudayaan Jepang masih dianggap sebagai kebudayaan tinggi di mata orang-orang Indonesia, sehingga hal-hal terkait dengannya, dapat

dengan mudah dikenali sekaligus dikagumi. Sebagai perbandingan, bisa saja seseorang membuka semacam restoran makanan dari negara Malaysia atau Singapura, tapi sulit sekali bagi orang Indonesia untuk mengenali estetika yang khas dari kedua negara tersebut, secara ornamentatif dalam hal dekorasi restoran, ataupun dari segi citarasa kuliner.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan observasi, wawancara mendalam, dan studi literatur terhadap sejumlah restoran ramen di Bandung, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

“Ramen Bandung” mempunyai pertimbangannya sendiri dalam hal citarasa, terkait dengan selera masyarakat di Kota Bandung pada umumnya yang tidak

mengonsumsi daging babi dan tidak terlalu bisa menyesuaikan diri dengan rasa makanan Jepang yang asli. Sehingga dibuat berbagai variasi yang menjauhi rasa “ramen Jepang” yang asli. Perkembangan variasi ini bahkan dapat membuat masyarakat di Kota Bandung tidak bisa mengenali lagi rasa “ramen Jepang” yang asli, sehingga ketika mereka mencicipi rasa “ramen Jepang” yang asli, mungkin bisa merasa tidak cocok sama sekali.

“Ramen Bandung” mempertahankan hibriditas dalam persoalan estetika restoran dan nama-nama pada menu, dengan cara mempertahankan aspek ke-Jepang-an. Hal tersebut menunjukkan bahwa hal-hal terkait Jepang, di mata masyarakat Kota Bandung, masih merupakan hal yang tinggi, menarik, sekaligus juga berkarakter. Secara estetika, masyarakat tidak perlu bersusah payah untuk mengenali sebuah unsur kebudayaan yang berasal dari Jepang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Orkin, Ivan. 2013. *Ivan Ramen: Love, Obsession, and Recipes from Tokyo's Most Unlikely Noodle Joint*. Berkeley, Calif.: Ten Speed Press.
- [2] Adventures in ramen: Japan's ever-changing soup scene CNN Travel-February 10, 2015
<http://edition.cnn.com/travel/article/cnngo-japan-ramen/index.html>
- [3] Definition of "ramen". *The Collins American English Dictionary*. Collins.
<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/ramen>
- [4] Widiyanto, Satrio. Bandung Ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Indonesia. Dimuat di:
<http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2015/11/23/350975/bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-indonesia> tanggal 23 November 2015

Gerabah diperkirakan telah ada sejak masa pra sejarah, tepatnya setelah manusia hidup menetap dan mulai bercocok tanam. Situs-situs arkeologi di Indonesia, telah ditemukan banyak tembikar yang berfungsi sebagai perkakas rumah tangga atau keperluan religius seperti upacara dan penguburan tembikar yang paling sederhana dibentuk dengan hanya menggunkan tangan, yang berciri adonan kasar dan bagian pecahannya dipenuhi oleh jejak-jejak tangan (sidik jari), selain itu bentuknya kadang tidak simetris. Selain dibuat dengan teknik tangan, tembikar yang lebih modern dibuat dengan menggunakan tatap-batu dan roda putar.

Tembikar adalah alat keramik yang dibuat oleh perajin. Tembikar dibuat dengan membentuk tanah liat menjadi suatu objek. Alat tembikar yang paling dasar adalah tangan.

Gerabah adalah perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk kemudian dibakar untuk kemudian dijadikan alat-alat yang berguna membantu kehidupan manusia.



KERAJINAN GERABAH NUSANTARA

ilustrasi oleh Dimas Krisna Aditya, Desember 2016