

# EKSISTENSI MEGONO SEBAGAI IDENTITAS KULTURAL: Sebuah Kajian Antropologi Kuliner dalam Dinamika Variasi Makanan Global

**M. Ali Sofyan**

IAIN Salatiga

Alamat Email: [alisofyan@iainsalatiga.ac.id](mailto:alisofyan@iainsalatiga.ac.id)

## **Abstract**

*Megono is one of the typical foods for the Batang and Pekalongan people, which is made from young jackfruit. Every tourist from outside the area, usually looking for a megono as a sign of having visited and take it as a gift. This study is the result of deepening data about the megono and its existence as a cultural identity for the Batang people in the midst of globalization. This research was conducted using a qualitative method with an open interview approach. Traders and consumers are the main informants for this study. This research employs Baudrillard concept of habitus. The results showed that every morning, the people of Batang seemed obliged to consume sego megono sambel. According to the results of data analysis, megono Batang has different characteristics compare to megono from other places, namely its distinctive aroma. As a traditional food, megono can still exist and become a cultural symbol in the midst of the many variations of modern food. For consumers, this food can deconstruct the social class created by capitalism. Megono does not belong to any classes. This means that megono can be a symbol of equality for society.*

**Keywords:** *Megono, Identity, Globalitation.*

## **Intisari**

Megono adalah salah satu makanan khas bagi masyarakat Batang dan Pekalongan yang terbuat dari bahan baku nangka muda. Setiap pengunjung dari luar daerah, biasanya mencari megono sebagai tanda telah berkunjung dan barang bawaan. Kajian ini merupakan hasil dari pendalaman data tentang megono dan eksistensinya sebagai identitas kultural masyarakat Batang di tengah

globalisasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan wawancara terbuka. Pedagang dan konsumen menjadi informan utama dalam menjelaskan kajian ini. Menurut Baudrillard, arena konsumsi pada globalisme adalah kehidupan sehari-hari yang merupakan sistem interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan setiap pagi, masyarakat Batang seolah wajib untuk mengkonsumsi sego megono sambel. Menurut hasil analisa data, megono Batang memiliki karakteristik daripada megono dari tempat lain yaitu aromanya yang khas. Sebagai makanan tradisional, megono tetap dapat hadir dan menjadi simbol kultural di tengah banyaknya variasi makanan modern. Bagi konsumen, makanan ini dapat mendekonstruksi kelas sosial yang diciptakan kapitalisme. Megono tidak mengenal kelas. Artinya megono adalah simbol kesetaraan bagi masyarakat.

**Kata kunci:** *Megono, Identitas, Globalisasi.*

## **Pendahuluan**

Rutinitas tindakan masyarakat adalah realitas sosial budaya yang dapat dilihat dengan analisa Sosiologis dan Antropologis. Rutinitas yang umum dilakukan tersebut seperti mandi, makan, minum, bekerja, beribadah, tidur, dan lain-lain. Salah satu rutinitas sekaligus kebutuhan pokok manusia adalah makan. Makan menjadi kebutuhan pokok, karena sebagai syarat agar manusia tetap bisa hidup dan sebagai ciri-ciri sebagai makhluk hidup. Dalam perspektif biologis, selain makan, ciri-ciri makhluk hidup yang lain adalah berkembang biak, bernafas, bertumbuh dan bergerak. Artinya makan secara biologis diartikan sebagai salah satu karakteristik manusia sebagai makhluk hidup yang tidak bisa dilepaskan.

Manusia sebagai organisme membutuhkan pasokan makanan yang berupa nutrisi dan gizi dalam menjaga metabolisme dan menjalankan seluruh sistem organ tubuh. Kacamata fisiologi mempelajari sel, jaringan, organ dan organisme dalam menjalankan fungsi fisik yang juga didukung oleh asupan makan manusia. Artinya, bagi biologi makan sangat dibutuhkan bagi kehidupan manusia karena untuk menjalankan fungsi fisiologi. Namun, makan juga dapat dipandang sebagai bentuk realitas sosio kultural. Makan sebagai aktivitas, menunjukkan bahwa terdapat fakta sosial yang dijalankan manusia sebagai subjek yang diawali dari proses berfikir.

Suatu aktivitas adalah bentuk realitas sosial, karena dapat diamati

dan bukan dilakukan oleh benda mati. Bagi kaum Behaviorisme Sosial Goerge Herbert Mead, menganggap bahwa manusia memiliki kapasitas mental yang kemudian menggunakan bahasa untuk memutuskan cara merespon. Setiap tindakan manusia ada ruang yang tidak dapat diamati secara eksternal. Konsep ini akhirnya melihat sebuah aktivitas sosial adalah hasil dari pilihan manusia karena dorongan mental.<sup>1</sup> Salah satu perilaku manusia yang menjadi perilaku kolektif dan rutin adalah makan.

Dalam perspektif kultural, setidaknya dapat ditarik beberapa hal tentang aktivitas makan. Pertama, makan adalah kegiatan rutinitas manusia. Sebagai kebutuhan pokok, seseorang mewajibkan makan setiap hari. Sehingga, makan tidak terbatas ruang dan waktu. Kedua, cara atau metode makan suatu kelompok masyarakat tidak selalu sama. Berbeda antar individu adalah perbedaan cara makan karena kebiasaan. Berbeda dengan kelompok bisa terjadi karena tradisi, adat istiadat ataupun identitas. Ketiga, makanan juga dinamis seperti manusia dan masyarakat. Aktivitas makan merupakan bagian dari masyarakat, sehingga akan dinamis. Selain itu karena sifatnya tak terbatas oleh ruang dan waktu, ketika waktu itu bergeser akan mengubah juga bentuk atau rasa makanan, baik karena alasan etis maupun estetis.

Analisa antropologi melihat aktivitas sebagai wujud kebudayaan. Bagi Koentjaraningrat, wujud kebudayaan diantaranya ide, aktivitas dan artefak (benda). Wujud tersebut terbagi dalam wujud (ide, gagasan, nilai, norma, peraturan), wujud (tindakan yang berpola dari manusia dalam masyarakat) dan wujud (benda dari hasil karya manusia).<sup>2</sup> Sehingga, jika makan sebagai aktivitas, dapat diartikan sebagai wujud kebudayaan dalam pengertian *general*. Salah satu kajian kuliner adalah tentang makanan khas suatu daerah.

*Megono* adalah salah satu kuliner yang menunjukkan karakteristik masyarakat pantura. Sebagai makanan khas, *megono* merupakan hasil olahan dari bahan yang ada di sekitar masyarakat. Sehingga ketersediaan untuk memproduksinya hampir selalu ada.

Meskipun *megono* dimiliki oleh beberapa Kabupaten, namun dalam kajian ini akan fokus pada *megono* di masyarakat Kabupaten Batang. Selain karena terdapat perbedaan, pengambilan dan

<sup>1</sup> George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Kencana, 2010).

<sup>2</sup> Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

pengambilan data selama beberapa waktu juga dilakukan di Kabupaten Batang. Pada intinya komposisi *megono* di manapun tidak jauh berbeda, yang membedakan adalah orang yang masak dan banyaknya bahan yang digunakan. Beberapa hal tersebut menjadikan *megono* di setiap daerah berbeda rasa dan aroma. Selain itu, ada klaim dari Pemalang, Pekalongan dan Batang mengenai *megono*. Makanan tradisional sebagai simbol identitas juga dapat dilihat dari *Kembul Bujana*. Dalam *Kembul Bujana* ada nilai dalam menciptakan integrasi sosial.<sup>3</sup>

Masyarakat Batang dengan adanya *megono* secara ekonomi dapat mengambil keuntungan. Bahan dasar *megono* adalah nangka muda dan kelapa ditambah dengan bumbu masak. Bahan-bahan tersebut mudah didapatkan dan efisien. Sehingga biaya produksi tidak mahal. Keuntungan secara ekonomi juga didapatkan bagi pedagang *megono* yang sebagian besar masyarakat mengkonsumsinya setiap pagi hari. Keuntungan tersebut akan lebih besar bagi pedagang di tempat strategis misalkan alun-alun atau tempat wisata.

Dua konsep beriringan di sini yaitu kapital dari hasil olahan kuliner dan simbol kultural. Materialisme Marx bekerja meskipun tidak sebesar kapitalisme korporasi bekerja. Menurut Berger, materialisme didefinisikan sebagai pendambaan pada uang sehingga semua bisa dibeli dengan uang.<sup>4</sup> Pada sisi yang lain Montanari menjelaskan bahwa makanan bersifat kultural. Menurutnya, makanan pada dasarnya adalah produk dan simbol kultural.<sup>5</sup> Sejauh ini analisa kuliner secara kultural hanya melihat dari simbol kultural atau kapitalnya saja. Tulisan ini akan mempertegas dalam melihat relasi antara kedua hal tersebut.

## Budaya Konsumsi

Makanan dan kuliner dalam KBBI dimaknai secara berbeda. Makanan diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat dimakan; segala bahan yang kita makan atau masuk ke dalam tubuh yang membentuk

<sup>3</sup> Sawitri, "Paket Menu Makanan Kembul Bujana (Bancaan) Di Era Globalisasi Sebagai Sarana Pelestarian Pendidikan Karakter," *Jurnal Bahtera Jilid 04 No. 8 September* 4, no. 8 (2017): 144-53, [https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004.art\\_house\\_vehicle\\_and\\_even\\_food\\_meal](https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004.art_house_vehicle_and_even_food_meal)

<sup>4</sup> Wulan Purnama Sari, "Kapitalisme Dalam Pariwisata: Analisis Marxist Enjoy Jakarta," in *Prosiding Seminar Dan Call For Paper 20-21 Oktober 2017, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia* (Sidoarjo: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2017), 9, [www.jakarta-tourism.go.id](http://www.jakarta-tourism.go.id).

<sup>5</sup> Rudi Setiawan, "Memaknai Kuliner Tradisional DiNusantara : Sebuah Tinjauan Etis Rudi Setiawan," *Respons Gabriele W*, no. 01 (2016): 113-40, <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/response/article/download/527/194/>.

atau mengganti jaringan tubuh, memberikan tenaga, atau mengatur semua proses dalam tubuh. Sedangkan kuliner diartikan tentang sesuatu yang berhubungan dengan masak-memasak.

Jika ingin dimaknai lebih luas, maka makanan menjadi interpretasi lebih *general*, karena tidak membawa dampak wacana kultural. Selain itu makanan hanya akan merujuk pada jenis benda, tidak pada makna lain. Interpretasi tentang kuliner bukan diartikan umum secara definisi, namun menambah konsekuensi makna. Kuliner dipahami sebagai objek yang membawa suatu aktivitas pokok yang dapat dilihat dari ruang sosial, kultural dan ekonomi.

Setiap makanan menjadi identitas atau bahkan dapat menjadi *icon* dari sebuah masyarakat, terutama makanan tradisional. Salah satu makanan tradisional tersebut adalah *megono* yang terdapat di Batang, Pekalongan dan Pemalang.<sup>6</sup> Merujuk pada konteks makanan dan kuliner, *megono* tidak hanya dapat dimaknai sebagai makanan saja. *Megono* merupakan suatu kuliner, karena keberadaannya dilihat sebagai simbol kultural. Namanya dapat menarik pengunjung luar daerah untuk menikmati *megono*.

Marston Bates mengatakan bahwa setiap manusia secara rasional mengkonsumsi makanan yang ada di lingkungannya. Dengan kata lain manusia makan sesuai dengan yang tersedia, yang bisa dimakan dan terjangkau nutrisinya.<sup>7</sup>

Mengenai konsep antara kapitalisme dan simbol kultural sebuah kuliner, telah menunjukkan *megono* sebagai subjek kajian dalam globalisme. *Megono* yang usianya sudah cukup lama<sup>8</sup> masih dapat diterima masyarakat. Artinya ada proses adaptasi terhadap proses transformasi sosial. Misalkan dengan kehadiran bumbu penyedap rasa menjadi menu yang ditambahkan untuk menyesuaikan kondisi sosial.

<sup>6</sup> Daerah ini terletak di jalur pantura (Pantai Utara Jawa). Letaknya di Provinsi Jawa Tengah yang berjarak sekitar 80-100 km dari ibu kota provinsi yaitu Semarang. Batang, Pekalongan dan Pemalang secara histori masih satu kesatuan pada jaman kerajaan Mataram Islam. Cerita yang berkembang adalah ada salah satu utusan dari Raja Mataram yaitu bernama Baurekso untuk menata daerah ini. Salah satu hasilnya adalah daerah Batang dan Pekalongan.

<sup>7</sup> Parsudi Suparlan, *Manusia, Kebudayaan, Dan Lingkungannya* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 1993).

<sup>8</sup> Informan yang ditemui ketika ditanyakan tentang sejarah *megono* tidak memberikan jawaban yang pasti seperti tahun. Informan yang paling tua berusia sekitar 70an tahun. Sehingga, perkiraan bahwa *megono* sudah dikenal oleh masyarakat sejak mulai generasi sebelumnya karena metode pengenalannya dengan diwariskan (tradisi lisan). Jika menggunakan setiap generasi berusaha maksimal 80 tahun, maka *megono* mulai dikenal di masyarakat sejak sekitar 150 tahun yang lalu.

Adaptasi *megono* dengan masyarakat merupakan hasil konstruksi sosial yang mempertahankan kuliner asli daerah (Batang). Jenis kuliner ini tidak hilang meskipun bentuk makanan semakin variatif. Globalisme yang beriringan dengan kapitalisme telah menguasai segi kehidupan. Meskipun demikian, kuasa kapital tidak mampu dapat berkuasa penuh terhadap beberapa hal, salah satunya adalah *megono*. Sehingga eksistensi *megono* dapat bertahan hingga sekarang.

Simbol kultural dari makanan (khas) tradisional menjadi salah satu karakteristik masyarakat yang menunjukkan entitas etnis. Orang Jawa (Batang) akan melekat dengan *megono*, dan sebaliknya. Selanjutnya *megono* juga menandakan terhadap aktivitas makan, karena masyarakat memiliki kebiasaan mengkonsumsinya saat pagi hari. *Megono* juga merupakan makanan tanpa kelas, karena semua masyarakat dapat menikmati. Lebih jauh, wacana kapitalisme akhirnya juga mendapat sedikit “halangan” ketika makanan tradisional tidak dapat dikuasai sepenuhnya.

## Mengenal *Megono* Lebih Dekat

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang pemahaman umum masyarakat tentang *megono*. Sebagai makanan khas masyarakat Pantura (Batang), *megono* telah dikenal dalam waktu yang cukup lama. Meskipun belum ada penelitian ilmiah, sejarah kemunculan *megono* dapat dibaca dari (tradisi lisan) yang diwariskan. Sedikit menambahkan penjelasan sebelumnya bahwa *megono* dapat diperkirakan telah ada 150 tahun yang lalu, karena diambil dari cerita bahwa dua generasi sebelum penulis telah makan *megono*. Masih ada kemungkinan lebih dari itu, tetapi karena informan tidak dapat menjelaskan lebih jauh, maka hanya dituliskan demikian.

*Megono* yang diturunkan sejak lama, secara bentuk dan rasa tidak terlalu berubah. Kondisi tersebut tetap mempertahankan apa yang diberikan oleh pendahulu. Bahan dasar *megono* adalah nangka muda yang kemudian *dicacah* kecil. Bumbu yang digunakan sederhana, yaitu *parutan* kelapa, bawang merah, bawang putih, cabai, bunga kecombrang, dan daun salam. Masyarakat menganggap yang menjadikan *megono* khas adalah bunga kecombrang tersebut.

Maynard A. Amerine berpandangan bahwa bumbu masak adalah suatu nilai. Bumbu termasuk dalam *megono* adalah bukan tentang nutrisi atau gizi, tetapi selera.<sup>9</sup> Dalam analisa ini sebuah

---

<sup>9</sup> Maynard A. Amerine, “Flavor as Value,” in *Food and Civilization: A Symposium* (Washington: Voice of America, 1966), 341.

makanan termasuk *megono* yang memiliki cita rasa khas, menjadi favorit masyarakat Batang. Nilai yang dibawa oleh sebuah makanan atau jenis kuliner tertentu bukan tentang kandungan kimia, tetapi seputar selera, perilaku (makan) dan *taste*.

*Megono* adalah jenis kuliner yang menjadi subjek kultural, karena dianggap sebagai makanan tradisional. Makanan tradisional termasuk *megono* merupakan suatu kebudayaan. Montanari berpendapat bahwa makanan adalah ruang kultural dengan beberapa aspek. Pertama, makanan diproduksi manusia, bukan didapatkan secara alamiah. Dalam mengatur persediaan makanan, manusia dapat menciptakan pertanian dan peternakan. Kedua, makanan disiapkan sebelum disajikan yaitu dengan mengolah dari bahan alam. Ketiga, makanan dimakan berdasarkan pilihan bebasnya. Manusia sebenarnya dapat memakan segala hal namun manusia membuat kriteria tertentu seperti kandungan gizi, vitamin, rasa, waktu dan sebagainya.<sup>10</sup> Ketiga hal dapat menjadikan *megono* yang merupakan makanan tradisional sebagai kebudayaan. Sebagai kebudayaan, *megono* diproduksi manusia, disiapkan sebelumnya dan dipilih dari berbagai jenis makanan lainnya.

Bagi masyarakat, karena *megono* adalah jenis makanan yang bahan dasar dan pembuatannya relatif mudah, maka makanan ini menjadi "idola" bagi masyarakat pantura (Batang). Hampir tidak ada masyarakat Batang yang tidak menyukai atau anti *megono*. Orang akan dengan mudah menerima *taste megono* karena dianggap sesuai dengan cita rasa masyarakat. Berbeda dengan makanan seperti durian, jengkol dan pete yang banyak orang senang sekali tetapi banyak juga orang yang tidak senang sama sekali. Realitas sosial tersebut dapat dilihat bahwa dengan hampir semua masyarakat senang, membuat usia *megono* bertahan lama.

Macbeth dan Scholliers berpendapat bahwa secara antropologis *taste* bukan hanya tergantung pada indera pengecap, tetapi juga merupakan hasil dari proses sosialisasi. Suka atau tidak suka didasarkan pada pengalaman. Makna dan asosiasi kultural pada jenis makanan sangat berpengaruh pada sikap terhadap sumber makanan. Sehingga ini menciptakan selera makanan enak dan tidak enak.<sup>11</sup> Masyarakat Batang dengan kebiasaan makan *megono*, muncul rasa senang dan enak. Enak atau lezat memang dirasakan oleh lidah, namun pembiasaan dan sosialisasi sejak kecil, menjadikan kecocokan

<sup>10</sup> Setiawan, "Memaknai Kuliner Tradisional DiNusantara : Sebuah Tinjauan Etis Rudi Setiawan."

<sup>11</sup> Gabriele Weichart, "Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner," *Antropologi Indonesia*, no. 74 (2014): 59–80, <https://doi.org/10.7454/ai.v0i74.3510>.

antara selera dan *taste*.

Budaya tidak selamanya diwariskan, tapi juga dipelajari. Pilihan budaya makanan dalam beberapa kelompok terkait dengan perilaku etnis dan kepercayaan.<sup>12</sup> *Megono* yang biasanya disajikan untuk sarapan, seolah menjadi alternatif utama masyarakat terutama bagi yang harus mulai beraktivitas sejak pagi (pekerja kantor dan pelajar). Sehingga di setiap wilayah Batang, sebagian besar (setiap RT/RW) pedagang sarapan menyajikan menu utama *megono*. Berbeda dengan warung makan siang dan malam, menyediakan makanan pada umumnya. Artinya pada pagi hari, terdapat simbol pedagang dengan menu utama *megono*. Masyarakat secara otomatis mengetahui menu utama yang dijual setiap pagi adalah *megono*.

Kebiasaan masyarakat dengan sarapan *megono* dapat menimbulkan hubungan sebab akibat. Munculnya pedagang makanan di pagi hari adalah akibat dari kebiasaan masyarakat yang makan *megono* saat pagi juga. Meskipun bukan keuntungan kapital yang besar, namun *megono* juga dapat menjawab persoalan ekonomi masyarakat. Belum ada perhitungan statistik tentang jumlah perputaran uang dari *megono*. Namun, pada tahap permukaan dapat dilihat, fakta bahwa telah tumbuh jenis ekonomi kerakyatan dari *megono*.

Selain dapat memunculkan jenis ekonomi kerakyatan, dengan nilai ekonomi tersebut *megono* akhirnya juga dapat menjadi sebuah destinasi. Bagi pengunjung atau wisatawan dari luar Batang dan Pekalongan, biasanya selain berwisata juga mencari makanan khas yaitu *megono*. Nama *megono* sudah dikenal oleh banyak orang lintas daerah. Sehingga bagi orang luar daerah baik karena wisata, kegiatan pekerjaan maupun acara keluarga juga tidak jarang ingin merasakan *megono*.

Belum semua lokasi wisata Batang menyediakan *megono*, tetapi biasanya pengunjung sengaja mencari *megono* ke tempat lain. Pengunjung yang biasanya ingin makan *megono* adalah mereka yang belum pernah satu kali pun mencobanya. Bagi mereka muncul rasa ingin tahu dan mencoba *megono* karena dari nama yang unik. Sehingga, kemudian *megono* juga dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat luar daerah. Memang tujuan utama pengunjung bukan untuk makan *megono*, tetapi saat berkunjung atau berwisata ke Batang, mereka tidak melewatkan kesempatan ingin merasakannya.

---

<sup>12</sup> Gina M Almerico, "Food and Identity: Food Studies, Cultural, and Personal Identity," *Journal of International Business and Cultural Studies* 8, no. 1 (2014): 8.

Aktivitas pariwisata sekarang dianggap sebagai kebutuhan. Pengunjung atau wisatawan yang datang ke Batang ingin mencari tahu perbedaan dari kebiasaannya. Perilaku wisata dinilai dilakukan secara sadar untuk mengetahui kehidupan orang di luar daerahnya yang bertujuan menjawab keingintahuan tentang keberagaman dan perbedaan dengan kehidupan yang dialami.<sup>13</sup> *Megono* yang hanya ada di Batang dan Pekalongan menjadi kuliner yang mengundang keingintahuan. Sehingga aktivitas pariwisata dapat dimunculkan.

Beberapa penjelasan tentang hal umum mengenai *megono* tersebut kemudian dapat mengarahkan pada beberapa hal. Pertama, *megono* merupakan salah satu makanan khas lokal yang membawa identitas masyarakat Batang. Kedua, bagi masyarakat Batang *megono* telah menciptakan pola sosial yaitu dengan menjadikannya sebagai makanan khas saat sarapan. Ketiga, *megono* dapat menciptakan aktivitas jual beli yang juga dapat membantu pertumbuhan ekonomi mikro.

### ***Megono: Antara Limitations atau Borderless***

Sebagai kuliner di Pantura, *megono* telah melebur dalam kehidupan bahkan menciptakan pola dan proses sosial. Pola sosial terbentuk salah satunya dengan kebiasaan sarapan *megono*. Sedangkan proses sosial dijalankan dengan interkasi antar masyarakat seperti, pedagang, konsumen, “penikmat” serta pelaku pasar bahan makanan. Dua fakta sosial tersebut setidaknya telah berperan dalam berjalannya sistem sosial.

Peran *megono* dalam pola, proses dan sistem sosial memberikan ruang baru dalam aktivitas kultural. Ruang sosial baru tercipta dari proses interaksi antar individu dalam konsumsi *megono*. Pada tahap awal proses interaksi itu dimulai dari sosialisasi dalam keluarga. Artinya, *megono* dalam perspektif kultural bukan bebas nilai. Sebagai budaya yang ditransformasikan, makanan ini memiliki nilai dalam masyarakat.

Salah satu nilai yang muncul adalah modal sosial yang terwujud antara pedagang *megono* dengan masyarakat. Hubungan antara pedagang dan masyarakat lebih sesuai dengan konsep patron-klien. Scott melihat hubungan patronase memiliki karakteristik yang membedakan dengan hubungan lain. Pertama, ada ketidaksamaan dalam pertukaran. Kedua, terdapat tatap muka. Ketiga sifatnya luwes dan meluas. Seorang patron tidak hanya dikaitkan dengan hubungan

<sup>13</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Angkasa, 1983).

sewa saja, tetapi juga bisa karena tetangga, teman sekolah, atau kerabat dari orang tua dan sebagainya.<sup>14</sup>

Patron-klien berkembang misalkan ketika ada yang tidak bisa membayar di pagi hari karena suami belum mendapat gaji. Contoh lain, ketika membeli *megono* dengan gorengan atau makanan lain kadang pedagang menambahkan makanan dengan gratis. Hubungan patronase tersebut berkaitan dengan tatap muka, ketidaksamaan dalam pertukaran dan karena tetangga.

Hubungan patronase diperkuat dengan modal sosial, sehingga meskipun dalam pertukaran tidak sama, di balik itu solidaritas dan pertukaran semakin kuat. Pertukaran yang tidak sama terjadi biasanya kepada masyarakat kelas bawah yang belum tentu dapat membayar lunas *megono*. Bagi pedagang, hal itu tidak akan terlalu merugikan karena harga *megono* yang relatif murah. Sehingga, dengan harga yang terjangkau, nilai yang tercipta adalah *megono* sebagai simbol kelas bawah. Sebagian masyarakat Batang menganggap *megono* adalah makanan buruh, supir dan pekerja kasar lainnya.

*Megono* dengan harga yang murah, menciptakan anggapan bahwa *megono* bukan jenis makanan yang bersumber dari bahan baku yang terbatas, sehingga murah. Konsumen *megono* kemudian dianggap termasuk dalam penggolongan kelas bawah. Dalam konsep dasar stratifikasi sosial, makanan bukan hal yang menjadi ukuran kelas sosial. Menurut Pitirim Sorokin, untuk mengukur kelas dalam stratifikasi dapat dilihat dari jabatan, pendidikan, kekayaan, politis, keturunan, dan agama.<sup>15</sup> Pada konteks ini, makanan menjadi simbol yang memiliki interpretasi pada kelas sosial tertentu.

Kelas sosial tersebut sebenarnya juga memiliki peran dalam penguatan *megono* sebagai simbol kultural. Simbol tersebut kemudian membentuk kebudayaan karena terdiri dari banyak jaringan simbol. Analisa kebudayaan bersifat interpretatif untuk mencari makna.<sup>16</sup> *Megono* sebagai simbol membentuk sebuah jaringan dalam kuliner. Gagasan, perilaku makan dan bentuk makanan adalah wujud di mana jaringan simbol diwujudkan.

Simbol kultural yang berkaitan dengan kelas sosial dan wujud budaya berperan dalam eksistensi *megono*. Pola struktur sosial menunjukkan jumlah mayoritas adalah masyarakat kelas bawah.

<sup>14</sup> Heddy Shri-Ahimsa Putra, *Minawang: Hubungan Patron-Klien Di Sulawesi Selatan* (Yogyakarta: UGM Press, 1988).

<sup>15</sup> J. Dwi Narko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar Dan Terapan* (Jakarta: Kencana, 2011).

<sup>16</sup> Clifford Geertz, *Tafsir Kebudayaan* (Yogyakarta: Kanisius, 1992).

Dominasi tersebut berperan, ketika orang Batang ditanya tentang *megono*, mereka menjawab dengan tegas bahwa hak atas identitas *megono* hanya dimiliki oleh Batang dan Pekalongan. Meskipun ada makanan yang serupa, misalnya di Purbalingga, Purwokerto atau Semarang, dianggap bukan *megono*. Alasan utamanya adalah karena *taste* yang dihasilkan tidak sama. Hal ini dapat dilihat seperti hanya masyarakat Batang dan Pekalongan yang memiliki hak penuh untuk membuat *megono*.

Dengan begitu kuatnya mempertahankan klaim tentang *megono*, menunjukkan bahwa makanan ini menjadi simbol identitas kultural. Pengakuan atas hak “milik” makanan tersebut terinternalisasi dalam nilai. Bagi masyarakat dari luar daerah yang kadang-kadang mencoba membuat makanan serupa, mendapat resistensi. Pertarungan klaim tersebut tidak menjadi perbincangan orang dari luar. Namun bagi orang Batang dan Pekalongan menjadi penting yang akhirnya pertarungan klaim seolah “dimenangkan” oleh orang Batang.

Identitas tersebut kuat tertanam bagi masyarakat Batang. Hal ini dikarenakan *megono* dapat menjadi faktor pembeda dengan masyarakat luar yang tidak mengenal *megono*. Pola identitas yang hampir serupa ditemukan oleh Gabriele Weichart saat melakukan penelitian di Minahasa. Orang Minahasa dengan kebiasaan sejak dulu mengkonsumsi daging anjing, tikus dan babi sengaja dipertahankan agar tetap menjadi milik mereka. Kondisi tersebut ditambahkan dengan penggunaan cabai dalam jumlah besar pada masakan. Dengan cara tersebut, orang Minahasa dapat memberikan batas yang jelas kepada Muslim karena makanan tersebut dilarang dalam Islam. Jadi, terdapat aktivitas yang sejak lama dilakukan untuk mempertahankan identitas etnis.<sup>17</sup>

Identitas yang dipertahankan orang Minahasa memberikan batas yang jelas dengan orang Muslim. Sedikit berbeda dengan Minahasa, *megono* bagi orang Batang selain sebagai simbol keterbatasan juga menjadi identitas yang tanpa batas. Keduanya merujuk pada batas kelas sosial. Keterbatasan yang dilihat dari nilai ekonomi *megono*, sedangkan *borderless* dimaknai sebagai *megono* yang tidak mengenal kelas. Hampir tidak ada orang Batang yang tidak pernah mengkonsumsi *megono*, artinya *megono* dikonsumsi oleh semua kelas.

Konsep *borderless* terjadi sebagai akibat bahwa batas yang muncul pada waktu lampau terjadi pergeseran. Kondisi sekarang adalah batas tersebut tidak terlalu jelas. Deteritorialisasi budaya terjadi pada saat

<sup>17</sup> Weichart, “Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner.”

masuknya pasar ke dalam masyarakat. Pasar berdampak komodifikasi hasil produksi lokal dan memperluas orientasi masyarakat ke luar desa. Ciri-ciri lokal bergeser sejalan dengan melebarnya batas interaksi dan batas pengetahuan penduduk.<sup>18</sup> Meskipun tidak secara langsung, hadirnya pasar yang menghidupkan perkotaan pada tingkat lokal menghilangkan batas dalam masyarakat termasuk batas kelas sosial. Kehadiran *megono* yang datang dari masa lalu menciptakan pasar baru yang bebas kelas.

Klasifikasi kelas tidak terbentuk begitu jelas dengan adanya *megono*, berbeda jika dibandingkan dengan makanan modern (yang disajikan di rumah makan mewah). *Megono* yang dikonsumsi hampir semua masyarakat, tidak sama dengan makanan tradisional lain seperti singkong atau ikan asin yang hanya sebagian kelas atas tidak mengkonsumsi itu. Makanan tersebut otomatis akan memiliki batas yang jelas yaitu makanan kelas bawah jika dihadapkan dengan makanan modern seperti *pizza* dan *burger*. Meskipun sekilas *megono* juga tidak jauh berbeda dengan singkong, tetapi jika diamati lebih, batas di dalam *megono* sekarang semakin melebur, karena sebagian besar masyarakat Batang makan *megono*.

Akhirnya dalam perspektif ini, *megono* dapat diinterpretasikan antara keterbatasan dan tanpa batas. Keduanya berkaitan dengan kelas sosial. Keterbatasan sebagai simbol kelas bawah diartikan karena harga *megono* yang relatif murah. Hal ini dikatikan karena harga murah dalam pengetahuan masyarakat diposisikan bagi kelas bawah. Sedangkan tanpa batas diartikan karena semua kelas sosial dalam masyarakat sekarang makan *megono* setiap pagi. Sebagian besar masyarakat (terutama kelas atas) tidak menganggap bahwa *megono* bukan makanan masyarakat kelas bawah. Hal ini juga dikarenakan biasanya masyarakat tidak memiliki waktu yang cukup dalam mempersiapkan sarapan.

## **Eksistensi *Megono*: Menjawab Wacana Global dengan Lokalitas**

Perjalanan keberadaan *megono* akan terus ada, sampai waktu tertentu yang tidak dapat diprediksi. Dahulu, *megono* hanya sebagai makanan rutin masyarakat. Sekarang, selain sebagai rutinitas, keberadaan *megono* juga dapat menjadi komoditas dan destinasi di tengah globalisasi. Hal ini telah menjadikan *megono* ke dalam ruang komodifikasi, meskipun tidak seperti komoditas kapital lain.

<sup>18</sup> Irwan Abdullah, *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

Globalisme menjadikan transformasi sosial dari ruang etis menuju estetis. Namun, sebagian dari itu tidak mencapai transformasi estetisasi. Estetisasi ditandai kecenderungan hidup sebagai proses seni. Saat kecenderungan ini terjadi esensi kehidupan menjadi tidak penting, kehidupan itu memiliki makna keindahan sehingga yang dirasakan adalah citra. Makan itu bukan lagi hanya kebutuhan biologis, tetapi lebih pada kebutuhan simbolis yang dikaitkan dengan jenis, tempat, dan suasana tentang makan.<sup>19</sup>

Realitas sosial baru yang menciptakan ruang estetika tidak berpengaruh besar untuk *megono*. *Megono* yang disajikan sedemikian rupa, bertahan hingga kini. Komodifikasi yang terjadi sebatas muncul dalam komoditas perdagangan dan pariwisata. Artinya, *megono* yang merupakan makanan menjadi bagian dari konsumsi estetika dalam pariwisata.

Seperti penjelasan di awal, meskipun tidak semua tempat wisata menyediakan *megono* sebagai makanan khas, namun dengan adanya warung di sebagian tempat wisata menyediakan *megono*, menjadikannya sebagai bagian dari objek pariwisata. Lokasi pariwisata adalah ruang pertemuan entitas masyarakat yang multikultur. Pertemuan antar etnis atau antar bangsa telah terbentuk stereotip etnik berdasarkan budaya makan yaitu budaya makan tradisional dan budaya makan masa kini.<sup>20</sup>

Ruang sosial dalam pariwisata memiliki peran dalam mengenalkan budaya makan *megono* kepada masyarakat luar Batang. *Megono* adalah hasil tradisi yang diturunkan, tetapi di sisi lain dia hadir di dalam ruang konsumsi pariwisata. Pariwisata adalah objek konsumsi bagi masyarakat kini.

Arena konsumsi pada globalisme adalah kehidupan sehari-hari yang merupakan sistem interpretasi. Pada dunia nyata, konsumsi mengesampingkan fakta sosial dan sejarah. Konsumsi ditujukan pada kesenangan melalui tidak adanya pemecahan masalah. Konsumsi juga diartikan ketika orang membeli barang bukan karena nilai manfaatnya tetapi demi sebuah citra yang diarahkan. Sehingga yang dikonsumsi adalah makna yang melekat yang kemudian menghentikan pemenuhan kebutuhan.<sup>21</sup>

\_\_\_\_\_ *Megono* yang hadir dalam pariwisata atau komoditas yang dicari

<sup>19</sup> Abdullah.

<sup>20</sup> Zulyani Hidayah, "Rasa Dan Keanekaragaman Cita Rasa Nusantara," in *Re-Invensi Antropologi Indonesia Di Era Demorasi Dan Globalisasi* (Jakarta, n.d.), 11.

<sup>21</sup> Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2013).

pengunjung menjadi bagian yang dikonsumsi, yaitu sebagai konsumsi kesenangan dan citra. Meskipun tidak memiliki peran utama, tetapi dalam ruang globalisasi *megono* menjelma sebagai objek konsumsi citra yang diarahkan melalui media dan interaksi masif.

Tantangan bagi makanan lokal bukanlah bagaimana menjadi “*Moderate-Speed Food*” atau makanan global tetapi menghindarkan kontestasi globalisasi kuliner dengan kuliner tradisional.<sup>22</sup> Globalisasi dalam hal kuliner juga menciptakan fakta tentang difersifikasi kuliner yang sangat variatif. Kebiasaan konsumsi masyarakat kini adalah proses pencarian keindahan, kesenangan dan citra. Pasar sebenarnya juga menjadi penyebab munculnya ruang konsumsi tersebut. Pada konteks ini pasar telah memberikan pilihan kepada masyarakat tentang jenis kuliner sesuai keinginan, bukan pemenuhan kebutuhan biologis.

Munculnya *cafe* atau rumah makan modern adalah salah satu yang dapat dilihat, pasar telah menyediakan pilihan sesuai keinginan dan kesenangan subjektif. Namun *megono* tidak terdampak secara signifikan untuk mengikuti arus pasar global. Pada faktanya, *megono* tidak mengalami transformasi mendalam. *Megono* hanya berpindah dari konsumsi privat menjadi komoditas yang diperdagangkan, bukan bergeser pada konsumsi estetika. Orang yang membeli *megono* tidak karena kesenangan atau citra, tetapi masih pada konsumsi makna sebenarnya (*taste*, selera, aroma).

Dalam konsep lokalitas dan pencarian identitas dijelaskan bahwa lokalitas mengalami proses produksi dan reproduksi. Pada proses produksi negara menjadi agen yang aktif. Negara menghadirkan dirinya ke berbagai tempat sebagai simbol nasionalisasi. Reproduksi lokalitas merupakan usaha masyarakat kota menghadirkan masa silam dalam rangka memperkuat identitas.<sup>23</sup> *Megono* dianggap sebagai barang masa lampau, sehingga ketika dihadirkan dalam masyarakat sekarang (kota) dapat diartikan sebagai proses reproduksi lokalitas.

Reproduksi kebudayaan lokal yang dialami oleh *megono*, tidak sama dengan hadirnya barang kuno, benda arkeologi ataupun gaya makan tradisional yang sekarang banyak dimunculkan. *Megono* hanya membutuhkan ruang sosial tanpa syarat kelas sosial. Tanpa *packaging* yang mengikuti pasar, *megono* telah dapat diterima masyarakat. Justru kemasan yang menjual adalah dengan tetap mempertahankan bungkus dari daun pisang.

---

<sup>22</sup> Daniel Philippon, “How Local Is Slow Food?,” *RCC Perspectives* 1, no. 1 (2015): 7-12.

<sup>23</sup> Abdullah, *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*.

Dari beberapa realitas dan perspektif tersebut, akhirnya hingga sekarang *megono* dapat bertahan dan menjadi makanan khas Batang. Globalisasi yang membawa gaya konsumsi baru yakni estetika, kepuasan, keinginan dan citra bukan menjadi penghalang *megono* untuk terus dikonsumsi masyarakat Batang. Variasi kuliner dalam globalisasi di mana konsumsi yang sebenarnya telah berubah, menyebabkan *megono* menjadi bagian dari ruang kuliner tersebut.

Analisa tentang *megono* tentang eksistensinya dalam globalisasi, akhirnya dapat dilihat dalam tiga hal. Pertama, *megono* sebagai identitas kultural telah menjelma sebagai komoditas dan bagian dari pariwisata. Kedua, keberadaan *megono* tidak mensyaratkan masyarakat untuk menciptakan bentuk baru seperti makanan lainnya. Ketiga, *megono* masih terus bertahan di tengah variasi kuliner global yang lebih mengutamakan konsumsi estetika daripada etika.

## Penutup

*Megono* merupakan makanan yang terbuat dari bahan baku nangka muda ditambah bumbu tertentu. *Megono* sebagai makanan khas Batang, dikenal juga sebagai kuliner yang mampu menarik perhatian masyarakat luar. Kebiasaan makan *megono* di pagi hari telah menciptakan rutinitas bagi sebagian besar masyarakat. Eksistensi *megono* dalam variasi kuliner global dapat dimaknai dalam tiga hal. Pertama, *megono* merupakan subjek kuliner yang berada dalam realitas budaya. Kemudian sebagai subjek kuliner, *megono* telah menciptakan pasar baru yaitu bagi ekonomi kerakyatan.

Kedua, pasar memberikan harga yang cenderung mudah dijangkau. Bahan baku dan biaya produksi yang murah menjadikan *megono* bukan makanan mewah. Dengan harga murah, *megono* dianggap sebagai makanan bagi kelas bawah. Namun di sisi lain ternyata tidak sedikit pula masyarakat kelas menengah ke atas mengkonsumsi *megono*, artinya *megono* adalah simbol keterbatasan sekaligus tanpa batas. Ketiga, *megono* tetap mendapatkan tempat di tengah variasi kuliner yang sangat beragam. Globalisasi yang merubah bentuk konsumsi ke arah citra dan estetika tidak menjadikan *megono* tersisihkan. Bahkan *megono* melebur dengan yang lain di dalam realitas konsumsi masa kini. Meskipun bukan konsumsi keindahan dan cita rasa, *megono* menjadi bagian dalam tempat wisata dan komoditas yang dicari pengunjung.

## Daftar Bacaan

- Abdullah, Irwan. *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Almerico, Gina M. "Food and Identity: Food Studies, Cultural, and Personal Identity." *Journal of International Business and Cultural Studies* 8, no. 1 (2014): 8.
- Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2013.
- Geertz, Clifford. *Tafsir Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Goodman, George Ritzer dan Douglas J. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Hidayah, Zulyani. "Rasa Dan Keanekaragaman Cita Rasa Nusantara." In *Re-Invensi Antropologi Indonesia Di Era Demorasi Dan Globalisasi*, 11. Jakarta, n.d.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Maynard A. Amerine. "Flavor as Value." In *Food and Civilization: A Symposium*, 341. Washington: Voice of America, 1966.
- Philippon, Daniel. "How Local Is Slow Food?" *RCC Perspectives* 1, no. 1 (2015): 7-12.
- Purnama Sari, Wulan. "Kapitalisme Dalam Pariwisata: Analisis Marxist Enjoy Jakarta." In *Prosiding Seminar Dan Call For Paper 20-21 Oktober 2017, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*, 9. Sidoarjo: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2017. [www.jakarta-tourism.go.id](http://www.jakarta-tourism.go.id).
- Putra, Heddy Shri-Ahimsa. *Minawang: Hubungan Patron-Klien Di Sulawesi Selatan*. Yogyakarta: UGM Press, 1988.
- Sawitri. "Paket Menu Makanan Kembul Bujana (Bancaan) Di Era Globalisasi Sebagai Sarana Pelestarian Pendidikan Karakter." *Jurnal Bahtera Jilid 04 No. 8 September 4*, no. 8 (2017): 144-53. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Setiawan, Rudi. "Memaknai Kuliner Tradisional DiNusantara : Sebuah Tinjauan Etis Rudi Setiawan." *Respons Gabriele W*, no. 01 (2016): 113-40. <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/response/>

article/download/527/194/.

Suparlan, Parsudi. *Manusia, Kebudayaan, Dan Lingkungannya*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 1993.

Suyanto, J. Dwi Narko dan Bagong. *Sosiologi: Teks Pengantar Dan Terapan*. Jakarta: Kencana, 2011.

Weichart, Gabriele. "Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner." *Antropologi Indonesia* 0, no. 74 (2014): 59-80. <https://doi.org/10.7454/ai.v0i74.3510>.

Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1983.

