

RESILIENSI BUDAYA BERBASIS KEARIFAN LOKAL SENI BUDAYA FOLKLOR PADA KEMASAN MAKANAN BORONDONG DAN BORONCO

Sri Rustiyanti¹, Wanda Listiani², Gymnastiar³
Antropologi Budaya^{1,3}, Fakultas Budaya dan Media
Kriya Seni², Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Budaya Indonesia Bandung
Jalan Buah batu No. 212, Bandung, 40265

ABSTRACT

Indonesian culture is confronted with significant challenges in the age of rapidly advancing digital, economic, and social technologies. However, these formidable challenges also bring with them remarkable opportunities to showcase the Indonesian nation's cultural identity. One of Indonesia's beloved cultural aspects is its traditional cuisine, which varies distinctively across regions, reflecting the local social, economic, cultural, and environmental conditions. In Ibum Village, District of Majalaya, Bandung Regency, West Java, there lies untapped potential in the realm of traditional food that has already made its mark in the Indonesian market. The appeal for consumers is primarily centred around the modification of traditional Borondong food packaging and the introduction of diverse flavours to the Boronco dish. Notably, the incorporation of cultural folklore imagery into the food packaging design stands as a testament to the community's resilience, deeply rooted in their local wisdom. This research utilized qualitative methods and descriptive analysis to delve into the packaging of Boronco food and the involvement of micro-sized enterprises in the Majalaya district. The research results light on the concept of cultural resilience based on local wisdom, and folklore on Borondong and Boronco food packaging.

Keywords: resilience, identity, Borondong, boronco, folklore

ABSTRAK

Budaya Indonesia menghadapi tantangan besar di era percepatan teknologi digital, ekonomi, dan sosial. Tantangan besar ini diikuti peluang dan kesempatan yang besar untuk menunjukkan eksistensi dan identitas budaya bangsa Indonesia. Salah satu budaya Indonesia yang populer adalah makanan tradisional. Makanan tradisional di setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas yang mencerminkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan potensi daerah tersebut. Desa Ibum, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, Jawa Barat terdapat Kampung Borondong memiliki potensi makanan tradisional yang sudah dipasarkan di Indonesia. Modifikasi kemasan makanan tradisional Borondong dan variasi rasa pada boronco menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Desain kemasan makanan dengan gambar folklore budaya menjadi salah satu upaya resiliensi berbasis kearifan lokal. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan analisis deskriptif pada kemasan makanan boronco dan pelaku umkm Borondong di kecamatan Ibum Majalaya. Hasil penelitian ini menjelaskan Resiliensi Budaya Berbasis Kearifan Lokal Seni Budaya Folklor pada Kemasan Makanan Borondong dan Boronco.

Kata Kunci: resiliensi, identitas, Borondong, boronco, folklor

PENDAHULUAN

Artikel dalam Prosiding LPPM tahun 2023 ini, penulis mengangkat dari salah satu hasil penelitian pengembangan kapasitas yang merupakan kepakaran tim peneliti, yang terdiri atas seni budaya folklor, desain dan kebudayaan visual, dan antropologi budaya. Penelitian ini membuat model untuk seni budaya folklor

nusantara melalui prodak Boronco makanan ringan khas Sunda. Boronco (Borondong Coklat) diciptakan untuk modifikasi pangan khas daerah pada tahun 2022 pada saat masa pandemi. Ide Boronco pertama kali dilakukan oleh Dadang Djumara berpengalaman di bidang *food and beverage*. Borondong makanan khas berasal dari Majalaya menjadikan dasar terciptanya Boronco

(Borondong Coklat). Pengenalan pemahaman seni budaya folklor melalui adverting seni kemas produk menjadi salah satu alternatif yang cukup efektif. Strategi pemasaran produk pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan calon pembeli. Dalam penelitian ini bagaimana seni kemas produk Boronco dengan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan strategi pemasaran, agar para generasi muda mengenal kearifan lokal yang terdapat dalam folklor nusantara. Dalam memetakan alternatif strategi pengembangan bisnis seni budaya folklor melalui advertising. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknis studi kasus bagaimana generasi anak-anak muda selain tidak hanya menyukai jajanan Borondong, tetapi juga sambil mengenal folklor nusantara yang terdapat pada kemasan Borondong coklat 'Boronco'.

Berbagai penelitian tentang kemasan makanan sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Kajian kemasan makanan dilakukan oleh Minjing Peng dkk (2023) tentang pengaruh kemasan pada persepsi kesehatan makanan. Hasil penelitian Minjing Peng dkk membuktikan bahwa konsumen menganggap makanan di dalam kemasan yang halus menjadi lebih sehat. Kemasan makanan berkelanjutan dilakukan oleh Yigit Kazancoglu dkk (2023). Penelitian Yigit Kazancoglu dkk mengkaji hubungan antara sirkularitas dan desain kemasan makanan. Penelitian Romina Santi dkk (2022) menghasilkan tiga dimensi kerangka kerja keberlanjutan kemasan makanan yaitu konservasi lingkungan, keamanan pangan dan nilai sosial. Penelitian tentang strategi desain kemasan makanan dilakukan oleh Oscar Huerta dkk (2023) yang menunjukkan sistem pengemasan makanan, tahapan siklus dan jenis informasi pada desain kemasan makanan. Penelitian ini juga menghasilkan siklus hidup produk kemasan yang menjadi metode dan alat untuk pengambilan keputusan, perencanaan dan desain dalam proyek desain kemasan. Penelitian Jian Rao dkk (2022) tentang penggunaan kemasan yang merusak lingkungan ekologis seperti bahan, proses produksi dan pembuangan. Penelitian ini menggunakan big data untuk menganalisis status sosial dan tren perkembangan kemasan, klarifikasi desain kemasan makanan dan kesadaran konsumen. Desain kemasan makanan berdasarkan ekologi hijau secara efektif mempromosikan penjualan produk. Penelitian kemasan makanan yang dilakukan oleh Zhiming Yuan (2022) menjelaskan desain kemasan makanan ramah lingkungan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Metode Kecerdasan Artifisial dalam kemasan makanan dengan model deep Neural Network dilakukan oleh Xiaobing Liu (2023). Penelitian ini memantau secara online kemasan makanan untuk menganalisis kemasan makanan yang cacat atau rusak. Hasil penelitian ini membedakan kemasan makanan yang baik atau tidak rusak dengan kemasan makanan yang cacat atau rusak. Penelitian Haijing Wang dkk tentang pengaruh karakteristik desain kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warna, bentuk, gambar, garis dan tipografi desain mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Gambar pada kemasan merupakan faktor paling signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Penelitian Babak Nemat dkk (2022) menjelaskan desain kemasan dapat mempengaruhi perilaku pemilihan konsumen. Bentuk kemasan, ukuran, daya tahan, aspek haptic dan komunikasi visual mempengaruhi persepsi konsumen pada nilai kemasan makanan. Penelitian Agnieszka Cholewa-Wolcik dkk (2023) mengidentifikasi kelompok fitur kemasan yang diharapkan oleh konsumen yaitu keamanan, bahan, ergonomi dan estetika kemasan. Penelitian kemasan makanan dengan kecerdasan artifisial dilakukan oleh Priyanka Sakare dkk (2023) tentang penggunaan pewarna lac sebagai *reagen* penginderaan dalam kemasan makanan untuk mendeteksi pembusukan atau kematangan buah dan sayuran. Penelitian yang dilakukan oleh Priyanka Sakare dkk (2022) menggunakan pewarna lac sebagai indikator dalam kemasan makanan untuk mendeteksi pembusukan makanan laut, daging, unggas dan susu. Kemasan makanan berbahan nanomaterial dapat meningkatkan umur simpan makanan. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Utkarsh Chadha dkk (2022). Penggunaan teknologi pelacakan mata berbasis *webcam* dalam penelitian Hedda Martina Sola dkk (2022) untuk menganalisa refleksi visual dan emosional perilaku pembelian konsumen pada kemasan warna dengan label BIO. Penelitian Shijie Zhou dkk (2022) mengembangkan desain kemasan interaktif untuk memenuhi kebutuhan pengalaman konsumen anak-anak. Desain kemasan untuk anak-anak harus mempertimbangkan karakteristik kognitif dan kebutuhan psikologi anak serta desain emosional untuk memberikan pengalaman pengemasan makanan yang lebih baik pada anak-anak. Penelitian tentang desain kemasan yang menarik anak-anak, membentuk asosiasi produk dan mempengaruhi keputusan pembelian dilakukan oleh Gaston Ases dkk (2022). Peraturan pengemasan yang komprehensif untuk

melindungi kesehatan anak dan mendorong kebiasaan makan yang lebih sehat.

Penerapan konsep interaktif dalam desain kemasan makanan juga dilakukan oleh Lin Liu dkk (2022). Integrasi pengalaman emosional konsumen pada kemasan makanan memberi dampak penjualan produk. Hal ini dibuktikan pada penelitian Mingdong Song dkk (2022). Pengalaman emosional konsumen dan kemasan interaktif dianalisis dengan metode kerja lapangan, analisis kasus dan eksperimen. Pengemasan makanan digunakan untuk melindungi makanan dalam proses sirkulasi dan memiliki nilai estetika tertentu. Karakter, Pola, Warna, gaya dan elemen yang dikomposisikan dalam desain kemasan makanan. Penelitian Xiaotong Chen dkk (2022) membuktikan bahwa jenis font memiliki dampak estetika pada desain kemasan makanan. Efek psikologi yang berbeda pada kemasan makanan dan dampak jenis font membawa konsumen pada pengalaman estetika yang lebih baik dan daya tarik yang kuat.

Warisan budaya Indonesia saat ini dihadapkan pada pengaruh dan peluang yang kuat dari globalisasi dan diplomasi, terutama dengan presidensi G20 Indonesia 2022, dan tuan rumah KTT Asean 2023. Panikkar (1995) mengungkapkan, dalam studi ilmu Hubungan Internasional, diplomasi digunakan sebagai suatu tindakan untuk meningkatkan keberadaan, mengiklankan negara, atau menyebarkan pengaruhnya ke negara lain dengan tujuan mencapai kepentingan nasional bagi masing-masing negara. Hal ini membuka pintu bagi budaya asing yang semakin masuk ke Indonesia tetapi juga menjadi peluang untuk menunjukkan jati diri bangsa Indonesia. Oleh karena itu, penguatan budaya Indonesia, termasuk makanan tradisional Borondong, menjadi sangat penting. Bagaimana dengan makanan tradisional dapat menguatkan budaya, serta strategi apa yang harus digunakan menjadi pertanyaan yang relevan. Masyarakat Indonesia memiliki ciri khas yang terbuka terhadap budaya asing, dan ini berbeda dengan negara-negara yang lebih mempertahankan budaya dan nilai-nilai nasional mereka.

Makanan tradisional, sebagai bentuk budaya tradisional, bisa dimanfaatkan sebagai sarana diplomasi kebudayaan untuk mencapai kepentingan nasional Indonesia (Catur Sutantri, 2018). Oleh karena itu, langkah-langkah untuk memperkuat budaya Indonesia, khususnya dalam konteks makanan tradisional Borondong, perlu dipertimbangkan dengan serius. Borondong Majalaya memiliki beragam bentuk, dan sudah tersebar penjualannya, oleh karena itu,

diperlukan penguatan identitas dan upaya konkret untuk menunjukkan penguatan identitas makanan tradisional Borondong. Makanan tradisional merupakan bagian dari warisan budaya Indonesia yang senantiasa diperjuangkan dan harus dilestarikan oleh masyarakat Indonesia. Upaya untuk memperkuat dan melestarikan makanan tradisional ini terus dilakukan dalam penelitian ini bagaimana folklor budaya dapat menguatkan identitas makanan tradisional Borondong mengingat banyaknya keragaman bentuk makanan tradisional yang ada di seluruh Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khasnya sendiri dalam makanan tradisional. Namun, karena ada banyaknya makanan tradisional dan tersebar di seluruh Indonesia, terkadang perhatian dan promosi terhadapnya kurang memadai. Dampak dari kurangnya perhatian ini adalah penurunan minat terhadap makanan tradisional. Jika ini terjadi, langkah-langkah yang lebih kuat untuk memperkuat dan melestarikannya harus diambil.

Penelitian ini menitikberatkan pada penguatan serta keberlanjutan identitas dalam folklor budaya pada makanan tradisional yang terletak di Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung. Menurut Rukmana, Amaranti, dan Shakira (2020) Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung yang dikenal dengan potensi pada sektor industri menjadi potensi unggulan yang paling menonjol, diikuti oleh sektor pertanian yang berada di posisi kedua dalam urutan pentingnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus yang berkaitan dengan penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor budaya pada masyarakat Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung. Objek yang menjadi fokus penelitian adalah sejauh mana makanan tradisional ini menjadi penting untuk penguatan pada identitas makanan tradisional Borondong di Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung, serta makanan tradisional ini tidak hanya menjadi makanan tradisional tetapi juga makanan tradisional dan folklor budaya yang saling berkaitan. Untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terhadap kasus ini, penelitian tidak hanya berdasarkan pengamatan terhadap objek dan kegiatan, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap alasan-alasan yang mendasarinya.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi rekaman observasi lamakanan berupa dokumentasi foto yang menggambarkan makanan tradisional serta folklor budaya terkait penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor

budaya. Selain itu, wawancara dilakukan dengan pengrajin makanan tradisional Borondong Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung untuk mengetahui sejarah dan sejauh mana penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor budaya. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi pustaka, observasi lamakanan, dan wawancara dengan responden. Hasil observasi digunakan untuk memahami penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor budaya pada masyarakat Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung. Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan data berdasarkan tema yang muncul selama penelitian, dan data visual serta hasil wawancara dihubungkan untuk membentuk deskripsi sejauh mana penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor budaya. Proses verifikasi dilakukan untuk memastikan keterkaitan data dan membangun penguatan identitas dan keberlanjutan makanan tradisional Borondong Majalaya dalam folklor budaya, serta mengaitkan hasil analisis dengan konteks sosial dan budaya yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Igun, salah satu dari 31 Kecamatan yang terletak di Kabupaten Bandung, memiliki topografi yang berbukit dengan pegunungan, mencapai ketinggian 700 meter di atas permukaan laut. Curah hujan rata-rata di daerah ini sekitar 781 mm per tahun, dengan suhu udara berkisar antara 21 hingga 29 derajat Celsius. Terletak di wilayah Bandung Selatan, Kecamatan Igun memiliki jarak yang cukup jauh dari pusat pemerintahan, yakni sekitar 45 km dari pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat (Adiwilaga, 2019). Potensi Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung menurut Santoso (2014) merupakan salah satu daerah industri di Jawa Barat yang masyarakatnya sejak abad ke-18 memiliki keterikatan yang sangat erat dengan kegiatan industri, khususnya industri tekstil sehingga masyarakatnya bermata pencaharian dalam bidang ini atau bidang lain yang terkait dengannya. Hal ini antara lain membuat masyarakat Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung mempunyai kompetensi lokal yang khas.

Industri adalah sektor utama dalam hal pendapatan dan pekerjaan di Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung. Industri Majalaya berperan penting dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja, karena sebagian besar penduduknya bekerja di sektor industri. Majalaya menjadi salah satu Kecamatan

unggulan di Kabupaten Bandung, terutama karena sebagian besar pendapatan berasal dari industri, sektor tekstil di Kecamatan Igun ini salah satu yang terbaik di Kabupaten Bandung (Jamin and Safitri, 2019). Selain industri besar, terdapat juga *home industry* (industri rumahan) yang ditekuni oleh sebagian masyarakat Majalaya dan hasilnya dijual di luar Kecamatan Igun, Kabupaten Bandung.



Gambar 1. Produksi Borondong di Majalaya (Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2023)



Gambar 2. Kemasan makanan Borondong sebelum modifikasi (Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2022)



Gambar 3. Re-packaging Borondong (Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2023)



Gambar 4. Modifikasi Makanan Borondong Coklat 'Boronco'
(Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2022)



Gambar 5. Produksi Kemasan Borondong Coklat 'Boronco'
(Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2023)



Gambar 6. Jalan menuju Kampung Borondong Desa Laksana, Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung
(Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2022)

Selain industri, sektor ekonomi kedua yang penting di Majalaya adalah perdagangan dan jasa. Di Kecamatan ini terdapat pasar, toko pakaian, supermarket, minimarket, dan lain sebagainya. Namun, saat ini sektor perdagangan dan jasa belum mampu mendistribusikan produk dari industri kreatif yang ada di Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung (Jamin and Safitri, 2019). Saat ini *home industry* (industri rumahan) merupakan sektor yang sedang dikembangkan oleh pemerintah sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi. *home industry* (industri rumahan) melibatkan inovasi dan kreasi dalam menghasilkan pendapatan daerah. Salah satu *home industry* (industri rumahan) yang telah hadir dari tahun 1960, bahkan kemunculan *home*

industry (industri rumahan) ini akhirnya membuat Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung dikenal juga dengan julukan "Kampung Borondong". Gambar 1 menunjukkan jalan ke Kampung Borondong Desa Laksana, Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung.

Nama Borondong pertama kali diperkenalkan oleh Ma Erah, seorang penduduk Kampung Sangkan di Desa Laksana, Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung. Sebelum meninggal pada tahun 2014, Ma Erah bersama dengan 25 pengrajin, yang terdiri dari 40 orang anggota, berhasil mencatatkan prestasi dalam Rekor Muri. Ma Erah bersama dengan 25 pengrajin menciptakan Borondong terbesar yang terbuat dari bahan bakar ketan seberat 2 ton, dengan ukuran diameter mencapai 6x8 meter. Prestasi luar biasa ini diresmikan secara resmi di Istana Plaza oleh Gubernur Jawa Barat, Dani Setiawan, dan Menteri Pemberdayaan Perempuan, Sri Redjeki¹. Piagam penghargaan museum rekor Indonesia kepada Ma Erah ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 7. Piagam Penghargaan Museum Rekor Indonesia kepada Ma Erah
(Sumber: Dokumentasi Tim Peneliti, 2022)

Kontinuitas Makanan Tradisional Borondong dan Boronco

Makanan tradisional adalah hidangan lokal yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Hidangan ini telah turun-temurun diwariskan dari generasi ke generasi, yang memberikan ciri khas dan cita rasa unik pada makanan tersebut. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki beragam jenis makanan tradisionalnya sendiri. Salah satunya dapat ditemukan di Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung. Borondong adalah makanan khas Bandung khususnya daerah Majalaya namun sebenarnya makanan ini berasal dari Kecamatan Ibut, Kabupaten Bandung. Bupati Bandung Dadang Naser menegaskan bahwa Borondong

ketan merupakan produk asli Kecamatan Ibum, bukan hasil dari produksi Kec. Majalaya. Dengan demikian, Kecamatan Ibum merupakan lokasi wisata dan penghasil makanan Borondong di daerah ini merupakan sentral pembuatan Borondong (*home industri*)ⁱⁱ. Sayangnya, perkembangan zaman telah mengakibatkan perubahan dalam gaya hidup konsumsi masyarakat. Masyarakat masa kini cenderung mengabaikan makanan tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Hal ini disebabkan oleh tampilan dan rasa makanan yang dianggap terlalu kuno. Di era saat ini, masyarakat lebih tertarik pada makanan yang memiliki penampilan yang menarik dan cocok untuk diposting di media sosial, dengan bentuk yang unik dan estetis yang bisa menjadi "*instagramable*" (Adiasih and Brahmana 2015).

Branding merujuk pada pemberian identitas kepada barang atau jasa melalui nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari semua ini. Tujuannya adalah untuk mengenali produk atau jasa, serta membedakannya dari pesaing (Sarjana et al. 2022). Identitas ini merupakan *brand* dan kegiatan *branding* melibatkan pengenalan identitas ini kepada masyarakat. Oleh karena itu, dalam proses *branding*, perlu memahami elemen-elemen yang diperlukan agar produk mudah diingat. Ada beberapa unsur yang mempengaruhi proses *branding*: 1) Nama Merek: Ini adalah langkah pertama dalam *branding*. Tanpa nama, produk tidak memiliki identitas yang bisa dikenali oleh masyarakat; 2) Logo: Dalam merancang logo, perlu memperhatikan faktor keunikan dan citra yang sesuai dengan *brand*. Logo yang khas akan memberikan kesan yang tak terlupakan pada konsumen; 3) Tampilan Visual: Ini bisa diterapkan pada desain produk, kemasan, seragam, dan lainnya. Menggunakan tampilan visual dengan palet warna yang cerah atau elegan akan memperkuat citra produk; 4) Juru Bicara: Juru bicara bisa berupa *co-founder* perusahaan, maskot, tokoh perusahaan, atau tokoh terkenal yang bekerja sama untuk meningkatkan pemasaran produk; 5) Suara (lagu tematik): Lagu bisa melengkapi unsur visual dalam *branding* dan membuatnya lebih menarik serta mudah diingat; dan 6) Kata-kata: Slogan yang cerdas selalu meninggalkan kesan yang dalam. Dalam proses pembuatan *brand*, memilih kata-kata yang ceria, positif, mudah diingat, dan berbeda dari merek lain sangat penting.

Oleh karena itu, sangat penting untuk membuat serta memodifikasi makanan agar lebih inovatif dalam pengembangan makanan tradisional agar tetap lestari. Kita tidak ingin

makanan tradisional yang merupakan bagian dari warisan nenek moyang menjadi punah karena kurangnya perhatian generasi muda terhadap tradisi dan budaya kita. Inovasi dalam bidang makanan dapat dilakukan dengan mengubah makanan tradisional yang ada menjadi versi yang lebih modern dan sesuai dengan tren saat ini (Purnama 2019). Sebagai contoh nyata, bagaimana makanan tradisional Borondong dimodifikasi makanan agar dapat Borondong yang awalnya memakai gula jawa dengan menggantinya dengan coklat. Inovasi ini didasarkan pada preferensi gen-z yang lebih akrab dengan coklat daripada gula jawa.

Penguatan Identitas Makanan Tradisional Borondong dalam Folklor Budaya

Masyarakat saat ini sudah dimanjakan dengan berbagai informasi yang hadir pada gawai mereka, generasi muda Indonesia dewasa ini seringkali memiliki sedikit pengetahuan mengenai warisan folklor Nusantara, bahkan ada yang tidak tertarik atau bahkan melupakan sepenuhnya. Mereka cenderung menganggap folklor sebagai sesuatu yang kuno dan tidak relevan dalam dunia yang serba modern saat ini. Sebagai gantinya, banyak dari mereka lebih akrab dengan budaya asing seperti K-Pop, Drakor (Drama Korea), anime, pahlawan super dari Avengers, manga, Disney, dan sebagainya. Namun, di tengah arus globalisasi ini, sangat penting bagi setiap bangsa, termasuk Indonesia, untuk menjaga dan menghidupkan kembali kekayaan budaya tradisional sebagai bagian integral dari identitas mereka. Ini juga merupakan cara untuk membedakan diri dari budaya-budaya lain yang semakin merata di era globalisasi. Indonesia sendiri memiliki beragam folklor yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, masing-masing mengandung nilai-nilai dan ajaran yang kaya sesuai dengan budaya setempat. Leluhur kita telah mewariskan warisan budaya ini melalui tradisi lisan seperti pantun, nyanyian, pertunjukan tradisional, dan cerita rakyat, yang harus kita jaga dan teruskan kepada generasi penerus.

Kebutuhan masyarakat semakin bervariasi dengan berjalannya waktu. Perubahan ini mempengaruhi proses pembuatan produk budaya, yang tidak hanya berkaitan dengan fungsionalitasnya, tetapi juga perlu memasukkan unsur seni dan hiburan. Kata "folklor" merupakan penyesuaian dalam bahasa Indonesia dari kata dalam bahasa Inggris yang disebut "*folklore*". Istilah ini terbentuk dari dua kata dasar, yakni "*folk*" dan "*lore*". Secara umum, definisi "folklor" merujuk pada bagian dari warisan budaya

kolektif yang tersebar dan diwariskan secara turun-temurun di antara berbagai kelompok manusia. Warisan ini umumnya disampaikan dalam berbagai bentuk, termasuk dalam bentuk cerita lisan, melalui gerakan isyarat, atau menggunakan alat bantu pengingat (*mnemonic device*) (Danandjaja, 2002). Kelompok besar ini dapat dibagi menjadi dua subkelompok, yaitu yang bersifat material dan yang bersifat non-material. Contoh-contoh dari elemen folklor yang termasuk dalam kategori material meliputi arsitektur tradisional (seperti desain rumah adat daerah dan lumbung padi), kerajinan tangan tradisional, pakaian adat dan perhiasan tubuh, masakan serta minuman tradisional, dan juga praktik pengobatan tradisional (Danandjaja, 2002).

Maka dari itu memasukan folklor budaya untuk penguatan identitas makanan tradisional Borondong di Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung selaras menurut Menurut Dirjen Kebudayaan (2014), terdapat lima aspek utama dalam pembangunan budaya di Indonesia. Kelima aspek tersebut adalah: 1) Pembangunan Jati Diri dan Karakter Bangsa; 2) Pelestarian Warisan Budaya, baik yang berwujud (benda) maupun yang bersifat abstrak (tak benda); 3) Pengembangan Karya dan Inovasi dalam Konteks Budaya serta Diplomasi Budaya; 4) Penguatan Kelembagaan dan Sumber Daya Manusia di Bidang Kebudayaan; dan 5) Pengembangan Sarana dan Prasarana Budaya.

Cerita rakyat adalah sebuah kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia, yang membawa pesan-pesan yang relevan dengan karakter masyarakat setempat. Di kehidupan masyarakat Sunda, berbagai jenis folklor, termasuk legenda, cerita humor (*bobodoran*), sejarah, dan bahkan pantun. Hermawan, Dadela, dan Bulan (2022) mengemukakan soal cerita rakyat di Majalaya, Kabupaten Bandung. Salah satunya adalah cerita tentang asal mula Gunung Selasih, yang dikutip dari cerita Rukman (75) dari Hermawan, Dadela, dan Bulan (2022) Asal mula terbentuknya gunung Sela Asih berasal dari pernikahan Sela Asih dengan kakaknya sendiri, Mandalawangi. Ternyata, pernikahan ini tidak mendapat restu dari Hyang Widi. Akibatnya, keduanya terpengal bersama tempat tidur mereka ke arah timur. Pada hari berikutnya, tiga gunung kokoh muncul, yaitu Gunung Selasih, Gunung Kasur, dan Gunung Mandalawangi. Sampai saat ini, ketiga gunung tersebut tetap berdiri tegak sebagai bukti dari cerita tersebut.

Dalam konteks cerita ini, terdapat nilai-nilai kearifan lokal yang ditekankan, bahwa pernikahan antara anggota keluarga sedarah,

seperti yang terjadi dalam cerita, karena dianggap tidak sah bahkan tidak sesuai dengan ajaran agama dan harus dihindari, dalam Bahasa Sunda disebut “pamali”.

PENUTUP

Folklor Nusantara adalah sebuah sumber kreativitas yang sangat kaya dan merupakan bagian berharga dari kekayaan budaya kita. Kita dapat menggali dan mengadaptasi warisan budaya ini ke dalam berbagai bentuk, seperti *branding* untuk mempromosikan makanan tradisional Borondong dan boronco, atau bahkan dalam bentuk visual untuk desain kemasan produk makanan tersebut. Format ilustrasi atau gambar yang dapat dengan mudah direproduksi dalam bentuk digital sangat cocok untuk menyebarkan cerita-cerita folklor ini, terutama melalui perangkat teknologi seperti ponsel dan komputer. Di era teknologi yang terus berkembang, kita memiliki peluang untuk membagikan warisan budaya ini kepada masyarakat, bahkan hingga tingkat internasional. Ini membuktikan bahwa budaya Nusantara tetap relevan dan dapat menjadi alat yang kuat dalam menghadapi dampak globalisasi yang semakin pesat di dunia saat ini.

Pada dasarnya, kemasan berperan sebagai pelindung bagi produk pangan yang rentan rusak. Namun, kemasan juga dapat berfungsi sebagai alat promosi. Untuk menjadi alat promosi yang efektif, kemasan harus memiliki desain yang menarik, seperti desain komunikasi visual yang mencakup identitas, logo, dan gambar. Identitas memiliki peran penting karena dapat membantu mengenali dan membedakan suatu produk dari yang lainnya. Nama produk juga merupakan atribut awal dari identitas, yang membentuk citra merek di benak publik. Oleh karena itu, nama yang dipilih untuk produk tersebut adalah ‘Boronco’, yang diharapkan dapat merepresentasikan Borondong itu sendiri dan menciptakan citra merek yang menarik bagi generasi muda dan masyarakat secara umum.***

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Depdikbud, 2014. *Pembangunan Karakter Bangsa*. Jakarta: Dirjen Kebudayaan Depdikbud.
- Danandjaja, James. 2002. *Folklor Indonesia: Gosip, Dongeng, Dan Lain-Lain*. Jakarta: Grafitipress.
- Panikkar, K. M., 1995. “*The Principle and Practice Diplomacy*” Dalam “*Diplomasi*”

- Diterjemahkan Oleh Harwanto Dan Misrawati. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Koentjaraningrat, 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Artikel**
- Adiasih, Priskila, and Ritzky K. M. R. Brahmana. 2015. "Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya." *Kinerja* 19(2):114–27.
- Adiwilaga, Rendy. 2019. "Gaya Kepemimpinan Camat Ibun Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Ibun Kabupaten Bandung." *JISIPOL/ Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 3(3):15–31.
- Catur Sutantri, Sintia. 2018. "Diplomasi Kebudayaan Indonesia Dalam Proses Pengusulan Pencak Silat Sebagai Warisan Budaya Takbenda UNESCO." *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi UNIKOM*.
- Chadha, Utkarsh dkk, 2022. Current Trends and Future Perspectives of Nanomaterials in Food Packaging Application, Volume 2022, No. 2745416, DOI : 10.1155/2022/2745416
- Cholewa-Wolcik, dkk, 2023. Identification of The Expectations of Selected Entities in the Supply Chain Regarding The Properties of Designed Food Packaging, *International Journal for Quality Research*, Volume 17, Issue 2, p. 341-358, DOI : 10.24874/IJQR17.02-03
- Chen, Xiaotong, Tang, Wencheng, 2022. Study on the Influence of Font Type on the Aesthetics Evaluation of Food Packaging, *International Conference on Human System Interaction*, Volume 2022, No. 182442
- Hermawan, Dani, Rae Dadela, and Deanty Rumandang Bulan. 2022. "Pemanfaatan Cerita Rakyat Di Kabupaten Bandung Dalam Penyusunan Bahan Ajar Mendongeng Berbasis Kearifan Lokal." *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia Dan Daerah* 12(2):170–94.
- Huerta, Oscar, dkk, 2023., Method for Strategic Design in the Food Packaging System: Packaged Product Life Cycle Tool, *E3S Web of Conferences*, Volume 349, No. 01007, DOI : 10.1051/e3sconf/202234901007
- Jamin, Awaludin, and Ira Safitri. 2019. "Penentuan Kriteria Pengembangan Sektor Perdagangan Dan Jasa Sebagai Penunjang Kegiatan Industri Kreatif Di Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung"
- Kazancoglu, Yigit, dkk, 2023. In the nexus of sustainability, circular economy and food industry: Circular food package design, *Journal of Cleaner Production*, Volume 415, No. 137778, DOI : 10.1016/j.jclepro.2023.137778
- Liu, Xiaobing, 2023. Computer-Aided Design of Hand-Drawn art Food Packaging Design Based on Deep Neural Network Model, *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, DOI : 10.2478/amns.2023.1.00308
- Liu, Lin, Chen, MengYing, 2022. The application of interactive concept in food packaging, *Proceedings of SPIE – The International Society for Optical Engineering*, Volume 12344, No. 1234410, DOI : 10.1117/12.2655191
- Nemat, Babak, dkk, 2022. Design affordance of plastic food packaging for consumer sorting behavior, *Resources, Conservation and Recycling*, Volume 177, No. 105949, DOI : 10.1016/j.resconrec.2021.105949
- Panikkar, K. M. 1995. "The Principle and Practice Diplomacy" Dalam, "Diplomasi" *Diterjemahkan Oleh Harwanto Dan Misrawati (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), Hal 3.*
- Peng, Minjing, dkk, 2023, Smooth or rough? The impact of food packaging design on product healthiness perception, *Food Quality and Preference*, Volume 111 Oktober 2023, No. 104970, DOI : 10.1016/j.foodqual.2023.104970
- Purnama, Ivana Josephin. 2019. "Inovasi Makanan: Modifikasi Klepon Isi Keju"
- Rao, Jian, Li, Zequn, 2022, Research on the Greening of Food Packaging Design Based on Big Data Method, *Proceedings – 2022 2nd International Conference on Computer Graphics, Image and Virtualization*, No. 187256, DOI : 10.1109/ICCGIV57403.2022.00053
- Rukmana, Asep Nana, Reni Amaranti, and Muhammad Akbar Shakira. 2020. "Penetapan Potensi Unggulan Kecamatan Di Kabupaten Bandung." *Journal of Research and Technology* 6(1):23–32.
- Santoso, Meilanny Budiarti. 2014. "Kompetensi Lokal Dalam Menanggulangi Kemiskinan Di Daerah Industri." *Share: Social Work Journal* 4(2).
- Sarjana, Sri, I. Nyoman Wahyu Widiani, Kristina Sisilia, Sonya Sidjabat, Annisa Retno

- Utami, Eko Raharto, and Rusydi Fauzan. 2022. Manajemen Pemasaran. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Sakare, Priyanka, dkk, 2023. Color change kinetics of lac dye as influenced by some food spoilage metabolites: validation for spoilage monitoring of strawberries, 2023. DOI : 10.1108/PRT-12-2022-0151
- Sakare, Priyanka, dkk, 2022, UV-Vis spectroscopic investigation on color change kinetics of lac dye as influenced by some food spoilage metabolites: validation for milk quality monitoring, Pigment and Resin Technology, DOI : 10.1108/PRT-03-2022-0033
- Santi, Romina, dkk, 2022, Sustainable Food Packaging: An Integrative Framework, *Sustainability*, Vol. 14 No. 13, No. 8045, DOI : 10.3390/su14138045
- Sola, Hedda Martina, dkk, 2022. The impact of bio-label on the decision-making behavior, *Frontiers in Sustainable Food Systems*, Volume 6, No. 1002521, DOI : 10.3389/fsufs.2022.1002521
- Song, Mingdong, Xu, Juan, Chen, Yingbo, 2022, Food Interactive Packaging Design Method Based on User Emotional Experience, *Scientific Programming*, Volume 2022, No. 7395678, DOI : 10.1155/2022/7395678
- Wang, Haiying, dkk 2023. Impact of Snack Food Packaging Design Characteristics on Consumer Purchase Decisions, *Sage Open*, Volume 13, Issue 2, April-June 2023, DOI : 10.1177/21582440231167109
- Yuan, Zhiming, 2022, Application of Green Ecological Design in Food Packaging Design, 2022, *Journal of Food Quality*, Volume 2022, No. 8491934, DOI : 10.1155/2022/8491934
- Zhou, Shijie, Bin, Lv, Wen, Ting, 2022. The Expression of Multi-sensory User Experience on Interactive Packaging Design-Emotional Design of Children's Food, *Communications in Computer and Information Science*, Volume 1654, p. 699-703, No. 286779

ⁱ Wisma Putra: “Borondong, Makanan Tradisional Ibum Bandung yang Melegenda”
<https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3708412/Borondongmakanan-tradisional-ibun-bandung-yang-melegenda> diakses tanggal: 21 September 2023

ⁱⁱ Warisan Budaya Takbenda Indonesia: “Borondong Ketan Ibum”
<https://warisanbudaya.kemdikbud.go.id/?newdetail&detailCatat=2351> diakses tanggal: 21 September 2023