

Revitalisasi Kearifan Lokal: Sosialisasi Dan Promosi Bontot Sebagai Makanan Khas Kasemen Untuk Mencegah Kepunahan Budaya Kuliner

Munawaroh¹, Aan Destian², Eti Mumtahinah³, Eva Sofiaty⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Corresponden email: destian25@gmail.com, madinahmunawaroh01@gmail.com

Abstrak

Bontot, kuliner tradisional khas Kasemen, Kota Serang, menghadapi ancaman kepunahan akibat modernisasi dan minimnya upaya pelestarian. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan merevitalisasi Bontot melalui sosialisasi dan promosi guna mencegah kepunahan budaya kuliner lokal. Metode pelaksanaannya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi literatur. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi masalah, perencanaan program, dan implementasi yang berfokus pada masyarakat dan pelaku usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa popularitas Bontot menurun di kalangan generasi muda, sementara upaya sosialisasi dan promosi yang ada masih terbatas dan belum terstruktur. Sebagai solusinya, kami mengimplementasikan strategi revitalisasi yang menggabungkan sosialisasi melalui pendidikan budaya dan promosi digital serta festival kuliner. Kegiatan ini menegaskan bahwa sinergi antara masyarakat, pemerintah, pelaku usaha, dan generasi muda sangat penting. Revitalisasi ini tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga berpotensi membuka peluang ekonomi kreatif dan memperkuat identitas budaya Kasemen

Kata Kunci: Revitalisasi, Kearifan Lokal, Bontot, Kasemen, Budaya Kuliner

Abstract

Bontot, a traditional culinary typical of Kasemen, Serang City, faces the threat of extinction due to modernization and lack of preservation efforts. This community service activity aims to revitalize Bontot through socialization and promotion to prevent the extinction of local culinary culture. The implementation method uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques in the form of observation, interviews, and literature studies. The stages of activities include problem identification, program planning, and implementation that focuses on the community and business actors.

The results of the activity show that Bontot popularity has declined among the younger generation, while existing socialization and promotion efforts are still limited and unstructured. As a solution, we implemented a revitalization strategy that combines socialization through cultural education and digital promotion as well as culinary festivals. This activity emphasized that synergy between the community, the government, business actors, and the younger generation is very important. This revitalization not only preserves cultural heritage, but also has the potential to open up creative economic opportunities and strengthen Kasemen's cultural identity

Keywords: Revitalization, Local Wisdom, Bontot, Kasemen, Culinary Culture

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keragaman budaya yang sangat kaya, salah satunya tercermin dalam tradisi kuliner di setiap daerah. Kuliner tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga mengandung nilai sejarah, identitas, dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Seiring dengan derasnya arus modernisasi dan globalisasi, banyak makanan khas daerah yang mulai tersisih oleh kehadiran kuliner instan maupun makanan cepat saji. Kondisi ini, seperti yang diungkapkan oleh Simanjuntak (2020), menimbulkan ancaman terhadap keberlangsungan warisan budaya kuliner, termasuk salah satunya makanan khas Kasemen, yaitu Bontot. Bontot merupakan produk gel ikan (fish jelly product) yang berbahan dasar utama ikan payus, yang memiliki cita



rasa unik serta nilai filosofi tersendiri. Namun, keberadaannya mulai tergerus oleh perubahan perilaku masyarakat, inovasi produk, munculnya makanan kekinian, serta minimnya promosi dan kesadaran masyarakat, khususnya generasi muda.

Tergerusnya Bontot oleh modernisasi menimbulkan keresahan bahwa makanan khas ini berpotensi mengalami kepunahan budaya kuliner dan kehilangan makna dalam kehidupan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Mufarihat et al. (2018) dalam penelitian mereka, bahan baku utama Bontot adalah ikan payus yang diperoleh dari hasil tambak ikan bandeng. Kondisi ini menegaskan pentingnya menjaga mata rantai produksi kuliner lokal. Upaya revitalisasi menjadi krusial. Menurut Prameswari (2021), media digital memiliki peran vital sebagai sarana promosi untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, terutama generasi muda yang dominan menggunakan platform digital. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini berfokus pada upaya revitalisasi kearifan lokal melalui sosialisasi dan promosi Bontot. Upaya ini menjadi penting untuk melestarikan makanan khas agar tidak hilang dan dapat kembali dikenal oleh generasi muda. Sejalan dengan hal tersebut, berbagai kajian pustaka menunjukkan bahwa revitalisasi kuliner tradisional harus melibatkan sinergi antara masyarakat, pemerintah, pelaku usaha, dan generasi muda.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk melestarikan makanan khas Bontot agar tidak hilang, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kuliner tradisional, serta memberikan kontribusi nyata bagi pencegahan kepunahan budaya kuliner di Indonesia. Upaya ini bertujuan untuk menggali strategi efektif yang dapat diterapkan dalam sosialisasi melalui pendidikan budaya dan kegiatan komunitas, serta promosi yang memanfaatkan media digital, festival kuliner, maupun kerja sama dengan pelaku usaha. Dengan demikian, penguatan identitas budaya sekaligus dapat mendorong potensi ekonomi kreatif berbasis kuliner tradisional.

METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena dan kondisi yang ada secara mendalam. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi beberapa tahapan yang sistematis dan terstruktur. Tahapan pertama adalah Persiapan dan Observasi Awal, di mana tim pelaksana melakukan survei lapangan dan observasi untuk mengidentifikasi kondisi terkini Bontot di Kecamatan Kasemen, Kota Serang. Metode ini, yang sejalan dengan pandangan Creswell (2014), memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara langsung dari setting alami. Pada tahap ini, kami mengumpulkan data awal mengenai pelaku usaha Bontot yang masih aktif, persepsi masyarakat, dan tingkat pengetahuan generasi muda terhadap kuliner ini.

Tahapan kedua adalah Identifikasi Masalah dan Studi Literatur. Berdasarkan data observasi, kami melakukan analisis mendalam untuk merumuskan akar permasalahan terkait menurunnya popularitas Bontot, seperti kurangnya inovasi, minimnya promosi digital, dan rendahnya kesadaran masyarakat. Analisis ini, yang menekankan pada sintesis temuan di lapangan dengan konsep teoretis, merupakan langkah penting dalam pendekatan kualitatif (Moleong, 2018). Hasil analisis ini kemudian dikaji dengan studi literatur terkait strategi revitalisasi kuliner tradisional dan pemanfaatan media digital dalam promosi produk lokal. Studi kasus menunjukkan bahwa intervensi yang berhasil dalam revitalisasi kuliner tradisional, seperti pada kasus Rendang di Sumatera Barat (Hasibuan, 2022), seringkali melibatkan kombinasi pelatihan pengolahan, branding digital, dan kemitraan strategis.

Tahapan ketiga adalah Perencanaan Program. Pada tahap ini, tim merancang program sosialisasi dan promosi yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Program sosialisasi dirancang dalam bentuk edukasi budaya dan kegiatan komunitas, seperti lokakarya pembuatan Bontot. Sementara itu, program promosi mencakup pelatihan pemanfaatan media sosial dan festival kuliner. Terakhir, tahapan keempat adalah Pelaksanaan dan Evaluasi. Seluruh program yang telah direncanakan diimplementasikan di lapangan dengan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat, pelaku usaha, dan perwakilan pemerintah. Di akhir kegiatan, tim melakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan program dan merumuskan rekomendasi untuk keberlanjutan, sesuai dengan prinsip-prinsip penelitian aksi (action research) yang lebih

modern seperti yang diuraikan oleh Bradbury & Reason (2017) dalam karya mereka yang menekankan pada kolaborasi dan perubahan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mengidentifikasi dan merespons masalah kepunahan kuliner Bontot melalui serangkaian intervensi yang terencana. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan masyarakat Kasemen, ditemukan bahwa Bontot dikenal luas di kalangan generasi tua (usia 40 tahun ke atas) sebagai makanan khas yang memiliki nilai historis, namun popularitasnya sangat rendah di kalangan generasi muda (usia di bawah 30 tahun). Kondisi ini didukung oleh temuan bahwa mayoritas pelaku usaha Bontot merupakan generasi tua, sementara generasi muda lebih memilih makanan modern yang dianggap lebih praktis dan trendi. Fenomena ini sejalan dengan hasil kajian oleh Simanjuntak (2020) yang menyebutkan bahwa globalisasi dan perubahan selera menjadi ancaman utama bagi kuliner tradisional.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, tim pelaksana mengimplementasikan strategi sosialisasi dan promosi. Sosialisasi dilakukan melalui lokakarya pembuatan Bontot yang berfokus pada edukasi budaya dan teknik pembuatan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan minat dan pemahaman peserta, khususnya para remaja, tentang nilai kearifan lokal yang terkandung dalam Bontot. Analisis dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan interaktif lebih efektif dalam menumbuhkan kesadaran dibandingkan dengan metode komunikasi satu arah.

Di sisi lain, promosi dilakukan dengan memanfaatkan media digital dan kolaborasi. Pelatihan penggunaan media sosial bagi pelaku usaha Bontot menghasilkan peningkatan visibilitas produk secara signifikan. Pembahasan ini sejalan dengan pendapat Prameswari (2021) yang menegaskan peran krusial media digital dalam menjangkau audiens muda. Selain itu, kegiatan promosi melalui festival kuliner lokal berhasil menarik perhatian masyarakat luas dan media, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan dan pengenalan Bontot di luar komunitas Kasemen. Keberhasilan ini menguatkan hasil studi kasus Hasibuan (2022) yang menyoroti pentingnya branding dan kemitraan strategis dalam revitalisasi kuliner.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa revitalisasi kuliner tradisional seperti Bontot memerlukan strategi holistik yang menggabungkan edukasi budaya dan promosi modern. Keberlanjutan dari kegiatan ini sangat bergantung pada sinergi antara semua pihak, yang tidak hanya bertujuan melestarikan warisan, tetapi juga membuka peluang ekonomi kreatif bagi masyarakat Kasemen.



Gambar 1 Sosialisasi Dan Promosi Bontot



Gambar 2 Proses Pembuatan Bontot Di Daerah Kasemen

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa Bontot sebagai makanan khas Kasemen memiliki nilai kultural dan historis yang penting, namun keberadaannya semakin terpinggirkan akibat derasnya arus modernisasi dan minimnya promosi. Hasil temuan lapangan memperlihatkan bahwa Bontot masih dikenal oleh generasi tua, tetapi kurang populer di kalangan generasi muda. Upaya sosialisasi telah dilakukan secara terbatas melalui kegiatan masyarakat, namun belum terintegrasi dalam program yang berkelanjutan.

Strategi promosi yang efektif dalam revitalisasi Bontot adalah dengan menggabungkan pendekatan tradisional melalui festival kuliner, bazar UMKM, dan kegiatan budaya, serta pendekatan modern melalui media digital dan konten kreatif. Kendala utama dalam pelestarian Bontot antara lain rendahnya minat generasi muda, minimnya dokumentasi, serta kurangnya dukungan pemerintah daerah.

Dengan demikian, revitalisasi Bontot memerlukan sinergi antara masyarakat, pelaku usaha, komunitas budaya, dan pemerintah daerah. Upaya sosialisasi dan promosi yang terarah tidak hanya mencegah kepunahan kuliner tradisional, tetapi juga berpotensi mengembangkan ekonomi kreatif lokal dan memperkuat identitas budaya masyarakat Kasemen.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuannya untuk merevitalisasi kuliner Bontot melalui strategi sosialisasi dan promosi yang efektif, selaras dengan target kegiatan untuk mencegah kepunahan budaya kuliner lokal. Melalui lokakarya edukasi budaya, kesadaran dan minat generasi muda terhadap nilai kearifan lokal Bontot berhasil ditingkatkan, terbukti dari respons positif dan partisipasi aktif mereka. Di samping itu, implementasi promosi digital dan partisipasi dalam festival kuliner terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk di luar komunitas Kasemen. Simpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa revitalisasi kuliner tradisional memerlukan pendekatan holistik yang menggabungkan edukasi berbasis kearifan lokal dengan pemanfaatan teknologi modern. Keberlanjutan upaya pelestarian ini sangat bergantung pada sinergi kuat antara seluruh elemen masyarakat dan pemangku kepentingan untuk tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga mendorong potensi ekonomi kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Terima kasih khusus ditujukan kepada masyarakat Kasemen yang telah berkenan berbagi informasi, pengalaman, dan pengetahuan terkait Bontot sebagai makanan khas daerah. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para tokoh masyarakat, pelaku usaha kuliner, dan narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberikan wawancara serta data yang sangat berharga.

Tidak lupa, penulis juga menghargai dukungan dari pihak akademisi dan rekan-rekan sejawat yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran konstruktif dalam proses penyusunan artikel ini. Semoga hasil ini dapat memberikan manfaat nyata dalam upaya pelestarian kearifan lokal, khususnya dalam menjaga eksistensi kuliner tradisional Bontot, sekaligus menjadi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA



- Bradbury, H., & Reason, P. (2017). *The SAGE Handbook of Action Research: Participative Inquiry and Practice*. SAGE Publications Ltd.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications Inc.
- Hasibuan, P. S. (2022). Strategi Revitalisasi Kuliner Tradisional Rendang di Sumatera Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mufarihat, N., dkk. (2018). Pemanfaatan Ikan Payus Sebagai Produk Olahan Makanan Tradisional Bontot. *Jurnal Pangan Lokal*, 3(1).
- Prameswari, I. G. A. (2021). Peran Media Sosial dalam Promosi Makanan Khas Lokal. *Jurnal Komunikasi**, 12(1).
- Simanjuntak, R. N. (2020). Tantangan dan Strategi Pelestarian Kuliner Tradisional di Era Globalisasi. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 5(2).