

SOTO PROJECT

THE OBSERVANT CLUB by *Lir*

**THE OBSERVANT CLUB:
TASTING SOTO,
PURSUING BODY**

: Gabriela Laras Dewi Swastika

**THE SOTO PROJECT:
IT IS NOT ABOUT
WHICH ONE IS BETTER**

: Iwan Pribadi

**INDONESIA IN ONE
BOWL: DIFFERENT BUT
STILL SOTO
NEVERTHELESS**

: Rizkie Nurindiani



All images: Rizkie Nurindiani

THE SOTO PROJECT:

Dining Table Conversation and Soto Geo-tag



: **Dito Yuwono**

After five years working as a food writer, I begin to navigate around my city through its food map. This habit grows from my quest of finding the location of a new restaurant and later it helps me to memorize and understand the street structure of this city.

This food-mapping perception is apparently applicable in a larger scale than a city: it can be applied in a country, in-between cities, and also around the Archipelago. My interest to map the presence of food in different location becomes the starting point for me to do a 'trip around Indonesia' through food.

For that, I chose soto as the starting point of the preliminary food mapping. Soto becomes the most relevant choice because it is disseminated all around Indonesia. Its presence in many areas makes this versatile menu presented in many different variations but at the same time, withhold only one name: soto.

The historical record of soto is not much known. From one literary source, this menu is strongly connected to the migration of the Chinese people to Indonesia. This notion become our starting point for The Observant Club to embark on the journey: the 'trip' around the archipelago to taste soto from each different areas and let the warm aromatic bowl in front of us triggers the conversation around soto, migration, spices, and taste.

For a month, the Observant Club for Soto Project (Gabriella Laras, Iwan Pribadi, and Rizkie Nurindiani) found some conclusions and even more questions: how does the taste of soto different in each region? What does authenticity mean in a soto? What kind of image a region would like to be presented through soto? How to boost up popularity of the certain region using this universal dish? And also, what can we tell about the dissemination and migrating pattern of the Chinese people through this dish? The findings are later noted and documented as a preliminary result of this project.

The Observant Club: Tasting Soto, Pursuing Body

- Gabriela Laras Dewi -

I was immediately interested when I first heard of its name. Appealing. The Observant Club, the club of observant people—which later I find out it was based on basic human need particular excitement toward foods. I was invited to be part of the second observation by the main hosts, Mira and Dito, the initiator of Lir Space in Yogyakarta – Indonesia. I was first introduced to The Observant Club in early 2016 when they did Calibrating Sense project. Hence, I was captivated for the second time in the idea of The Soto Project... For we will explore one of my favorite food: soto.

This dish served with broth, well-seasoned with spices, enhanced by sambal (chili sauce); combined as my favorite dish. Other than the component ingredients, broth is the prominent key in creating a tasteful bowl of soto. In Indonesia, soto is not a rare dish, it can be found in almost every province all over Indonesia. William Wongso once said, "*Tak ada yang bernama makanan Indonesia. Yang ada hanyalah masakan atau makanan daerah.*" ("There is no such thing as 'Indonesian food'; instead, there is only typical regional food and dish.") (Tempo Magazine, 1-7 December 2014:48). It implies that we can call every typical regional dish as "Indonesian dish"; while in the other hand it is difficult to pinpoint the correlation between each dish. This disparity becomes Indonesian food's general characteristics. I agree that it is indeed hard to identify singular so-called 'Indonesian dish' amidst many cultural culinary differences; hence, it's impossible to represent Indonesia through one or two types of dishes only.

That is why, before we start the preliminary gathering of The Observant Club, we started with a common understanding between the two hosts and three observers: during the whole program we have to be present at Lir to taste each different soto variant from all over Indonesia. The first gathering was on January 30th when we tasted different variant of soto from outside Java; among those are: Coto Makassar, Soto Padang, and Soto Banjar. The second gathering was on February 6th when we 'jumped' to the eastern region of Indonesia to taste soto with East

Javanese nuance, for example: Soto Sulung from Madura, Soto Blitar, Soto Lamongan, and Soto Surabaya. The testing-activity continued by exploring the West Java and Special Capital City District of Jakarta's typical soto at the third gathering on February 13th, 2016. At that time, we tasted four variants of soto: Soto Bandung, Soto Mie Jakarta, Soto Betawi, and Soto Tangkar. The last gathering explored the soto from Central Java, such as: Soto Sokaraja, Soto Semarang, Soto Kudus, and Tauto Tegal. But then again, we have to emphasize that The Observant Club is never meant to be any kind of jury who will state which one is the best or the worst soto. We also never meant to upload the directory of soto's vendor location nor practical information about the price, for example.

In a discourse, specific geographical sites comprised in various component of taste, and that is the starting point of the specific characteristic and gastronomic combination (Trubek, 2008: 19). In the practice of degustation, when someone bite and chew the food in his mouth and absorbed it in one's body; his taste bud will surely give a particular reaction of what he ate; at this point, the cultural and natural opulence merge into one. Universally, the practice of eating and drinking are distinctive process that presents the natural sphere of influence into the domain of human's body. At this point, the mundane daily routine went beyond the function of body defense. Food is also about taste, sociality, spirituality, and aesthetic (Trubek, 2008: 6).

All three observers were given the freedom to write whatever feedback as an observation result of this club, aside from all those points that I mentioned before. First, I would like to see it from geographical point of view, "Why the specificity of a region becomes necessary?" The location refers to the dissemination map of soto we create after every testing-session. We paste bright colorful dots on the Indonesian map to mark which region serve soto as part of their daily menu and which one of those we have tasted. The result, of course, was unbalance. The number of soto we had tasted fall far behind the abundance of soto variant

available all over Indonesia. Partly, it was because not every variant of soto from every region in Indonesia were available to be sold in Jogja. Furthermore, not every soto traveled from its original location to the newest part of the disseminated location where it merge with its new region, new taste buds, new cultural atmosphere, and most importantly- the absence of the individual who has the capability to introduce them in Jogja. This is where the interesting part begins. Apparently, soto manifests itself in to something that correlate people's desire to be transported to a specific location he wanted to go. We took this occasion to go through all those locations via soto: Makassar, Semarang, Bandung, Kudus, Madura, and so on. "To have been there" was one of a goal of this degustation practice and the club's careful observation.

Is that true? Can we actually "been there" without physically went to the specific geographical location? In some cultural studies, the concept of originality is an old concept that needs to be upgraded; especially those in the context of the culinary sphere. The destination that was anticipated by this old concept was caused by the conviction that originality is correlated with haute couture. This discourse placed the original higher than whatever considered as less-original. Based on my mere observation, it is very difficult to find authenticity and originality in the culinary sphere because of its nature that tends to merge with other influences. Hybridity, according to Homi K.Bhaba, dwell in a bowl of soto. Going through the history can be a winding and exhaustible process – thus; I will leave it out from my text.

Hybridity in a bowl of soto was originated by its various ingredients: the spices, bihun (rice noodle), santan (coconut milk) or milk, the choice of meat-stuffing, or even the serving tableware. Everything merged into a new variant of soto. In that case, have we visited each region through soto? I do believe so... When someone takes the chance to taste a piece of place through food, what do we get from this? Instead of turning into blind-eyed snob who put originality in a higher position than it was supposed to be, one turn into cosmopolites: open-minded, humble, and confident. Food, after all, is not only about consuming, digesting, and survival. Food and the rite of eating are also about perception. The variant of food offered can be understood as an extension of human's desire for "Eating is both physical necessity and a cultural site where elaborate social rituals take place" (Finkelstein and Lynch, 2006: 407).

Another aspect that was highlighted in this soto degustation project, The Soto Project, is not only limited on the physical act of biting, chewing, and digesting; but also about its visual-appeal. The celebrations of visual fascination get even more extravagant in this industrial era. The path started from the mode of production to consumption; showing how the mass transformed from 'being' to 'having' and moving toward 'appearing'. That was one of the reasons why we chose to document The Soto Project through Instagram: visual, visual, visual! There were two strong contradictory statements about the visual-images in our daily life performed; first, "seeing is believing", and second, "appearances are deceptive". How do you see soto with your eyes compared to its appearance in social media or when the image is massively reproduced through mass media; which one is more appealing? Or on the other hand, will it lessen your appetite because it might look artificial?

The visual culture itself can be described as material artifacts, physical building or images that create aesthetic end result; symbolic, ritualistic, ideological, has practical function and a purpose to create meaning in the sense of sight (Walker, John A. and Sarah Chaplin, 1997: 2). Those visual images become more and more persuasive every day, it is easy to duplicate and extended to be what Freud referred as "scopophilia" – the erotica-pleasure triggered by the activity of seeing.



We eat every day, not only as a practical way of surviving; the practice of eating is beyond survival matter. The Observant Club tries to highlight how this practice of everyday life can be presented to public in a non-trivial manner. In the practice of everyday life, what Certeau refers as a 'way of operating' (Certeau, 1984: xi-xiv) or the practice of doing something appears as more than just dark marginalized background; and instead, the doers try to present it as a form of articulation. It includes the act of gathering, the weekly appointment to eat together, tasting the soto served on the table one by one. The portion of each soto is carefully rationed so none of us will get too stuffed before the gathering ends. The beverages served are carefully chosen to clear the palate and refresh us from the exposure of spices and herbs. Then, we make a record of each soto we taste, its ingredients, the herb and spices, the side dish, the conversations that goes along the way, and also put a colourful dot on the culinary map we made. These miniscule procedures that employ each individual need to take into account in creating a discourse. The ways if operating merge numerous sporadic practices in association with the production of individual meaning in its sociocultural context.

At this point, I want to see another point: the relation between body and consumption. Mike Featherstone (in Miller (ed), 1995: 108) stated how important is the body in the culture of modern consumption, not only because it is closely related to the biological process; but also because the practice of eating out is apparently stressing more on the physical image rather than biological reality. "This has meant that the human body has been considered more as a medium of expression, or as an object for aesthetic contemplation, or even as the model for self-construction, than in terms of its direct connection with eating and drinking (Miller (ed), 1995: 108). The Observant Club tries to underline the involvement of the body in the practice of daily life, either consciously or not. There are many things I could describe in this bodily experience in each gathering: the rites of eating, talking, taking notes, face to face meeting, preparing and cleaning up the serving table, and also the presence in a specific location: Lir. Lir becomes the center of the whole practice. Do we realize that Lir and The Observant Club have consumed so many things? But the label of being consumptive is neither the one thing to be afraid of nor the thing I want to discuss.

Consumption is understood as a negative term because the society has been expanded with the concept of "the making" that sits on the production level. In fact, the mode of production leaves many trails of consumption or "the use", even though it is not as well-known as the mode of production that covers the mode of consumption. Michel de Certeau explains in *The Practice of Everyday Life* (1984:xii-xiii) that in the progressing understanding or representation of a society and more of operation, he considers consumption as an important component to determine a group or individuals. The consumer should be given the freedom to indicate what they will use or do about those products. Consumption is more than just an economic activity – the consumption of product or commodity to satisfy a material need; consumption is also about aspiration, desire, identity, and communication. The mode of consumption of a cultural product is not only represented as a private, atomic, or passive process; but also as a social, relational, and an active practice. This process has three characteristic: consumption practice which is inseparable with its spatial-temporal context; performed as a fluid, uncertain, and spontaneous practice; and it often runs without the subject's extensive consciousness (Budiman, 2002: 22-23).

I wish by understanding this, the simple practice of eatingsoto will not stop us from exploring more complex issues. Now, I can only explore it through a certain angle while some other might see it from another perspective. The chance to explore this subject is still wide open. Eat well and have a will to know what you eat. *Bon appetit!*

SOURCE

Budiman, Kris, 2002, *Di depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi*, Yogyakarta: Galang Press.

Certeau, Michel de, 1984, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press.

Finkelstein, Joanne and Rob Lynch, 2006, "Eating out and the Appetite for Leisure" in Chris Rojek dkk (eds), *A Handbook of Leisure Studies*, Palgrave MacMillan.

Trubek, Amy B, 2008, *The Taste of Place*, California: University of California Press.

Walker, John A. and Sarah Chaplin, 1997, *Visual Culture: An Introduction*, Manchester: Manchester University Press.

The Soto Project: It is Not About Which One is Better

- Iwan Pribadi -

It was fun to be one of the participants of The Soto Project, held by a 'semi-secret club' called "The Observant Club". Not only because I could taste some variants of soto, but also because I got new experiences about soto I had never known before.

To make it serious, fun, and hip; every weeks after The Observant Club gathering, this club -- consisted of three participants and two hosts, I uploaded the image of the soto we observed. Whenever those images are uploaded on social media channels, my friends gave similar responses.

For example, in one particular moment when we uploaded a soto images from A region, the responses were generally:

"Ah, the soto from B region is still better..."

"Indeed, soto from A region is really good, unlike that soto from B region that only deserve the title of sayur bening (plain vegetable-soup)."

"No matter how, soto made by Mr.C is the best, nothing compare to that!"

Other kind of responses started popping up when we were observing soto from other region sold in Yogyakarta:

"If there is no X meat, or Y leaf, or Z seasoning; that is not original soto from that specific area."

Or something more extreme:

"The soto from X region sold in Yogyakarta is not as good as it is in its original region."

Not only in social media, some of my friends who had already knew about The Soto Project usually asked similar questions: "From so many soto I have tasted, which is the best? If it can be compared to soto ... <<fill this blank with a popular brand of soto that is usually posted by Yogyakarta's hipster through their social media>> which one is better? Those are few of more general questions people asked.

In conjunction with those popping questions, unfortunately, I can only give disappointing answers by not giving definite answer about the best or the better soto between soto A or B. I did not mean to be exclusive or secretive so I could monopolize the best soto spot in Yogyakarta -- definitely not that! But since the the beginning of The Soto Project; the underlying spirit was not about determining a better soto, which region is the best, never mind making an encyclopedia of soto from Indonesian archipelago. It was not that. Our aspirations and abilities were not so ostentatious.

The initial aspiration of The Soto Project actually was very simple: to explore what is unique and differentiate soto coming from various region. It will be better if we can grasp the common-thread between each soto, so we can understand why all of those dishes withhold the same title (soto) even though they are different in visualization and ingredients. Eventually, what started as a very simple idea turned into a more complicated quest because, honestly, even until The Soto Project ended, we still could not pin point what was the common-thread between every soto in Indonesia.

We had thought that the dominant broth in soto was the common-thread, but the answer did not entirely satisfy our curiosity just yet. In several cases of soto, although less-dominant broth is still present, the taste of vetsin (monosodium glutamate), peanut sauce, tauco, or even milk are over powering it. On the other hand, there were many other dishes containing dominant broth that cannot be called soto. Several variants of soups, such as: meat soup, chicken soup, and fish soup are in this category. It all contain dominant broth, but did not bear the title of soto. Thus, we started to focus on observing the ingredients of soto from particular region that made it unique or difference from other regions. Technically, it could be easier and more fun, but that was not the case. The reason was because not everyone who were involved in this project keen on specific ingredients in soto that differs each region that had been observed. For example, one of the observers did not like tauco, the other did not like coconut-milk, having a mixed feeling about putting rissoles inside a soto, and so on.

If we draw a conclusion between what “good or not-good” and use it as an approach to guide this observation, the observers who are more familiar with lighter-broth soto would possibly label the heavier-broth soto as “not good” category. In the other side, some would defend the heavy and thick broth soto with their life and state that the ‘correct’ soto is supposed to be heavy instead of being like clear-vegetable soup. If such subjective judgment happens, the discussion would probably end here or heated up into never-ending debates. It does not mean that people who observe or rate soto (or other dishes) based on “good or not good” approach are wrong. It is not wrong to eat soto in a stall and then give customer testimony about how good or *mak nyuss*, *ajiiib*, *laziiiis* was the taste.

But, in my opinion, if we can study the soto further and deeper, knowing the ingredients, understanding what differentiate each soto; it could trigger more interesting discussion between observers. At least, the conversational topic when discussing about soto with a friends will not stop in the notion of “Soto A is the best soto in the world because there are many celebrities who went there”; but also to question and explore how those celebrities might be drawn toward a certain brand of soto because they actually possess similar social and cultural reference about soto, for example. Soto A might fit their acquired taste and later on it will generally agreed by the mass

as a good soto; while the soto B, which these celebrities never knew or tasted before, can potentially fall into the less popular not-good soto categories.

By observing soto deeper, we can understand the reason why a group of society defend a certain kind of soto while the other group criticize it, without necessarily become part of each debating group. A detail exposure and observation of soto like this can be one of the culinary-based cultural understanding methods which, who knows, can be beneficial to strengthen the unity and integrity amongst national soto fandom; resolving the problems of different particular taste of soto from every region.

By the way, have you ever tasted rujak (small pieces of fresh fruit with peanut-sauce) poured with meat-broth soto?

Note: The region name of each soto in this text was replaced with alphabets (A, B, and so on), to diminish the potential conflict caused by soto.

(Text: Iwan Pribadi | Translation: Yuramia Oksilasari | Editing: Mira Asriningtyas)



Indonesia in One Bowl: Different but Still Soto Nevertheless

- Rizkie Nurindiani -

Soto is an Indonesian food – despite its influences that are inseparable from soto. Some historical literatures mention that soto was created in Indonesia – or in Semarang region, to be precise. It is undeniable that soto was strongly influenced by the culinary culture of the Chinese people who settled in Indonesia at that time. However, soto per se is a local food, made from local ingredients that can be found easily around the regions.

Nowadays, we can say that soto's variants have reached to hundred- or even more. That is why soto becomes more difficult to define. The question of "What is a Soto?" cannot be answered by only one or two sentences. To seek one common thread between those varieties of soto is not even an easy thing. The soupy broth or meat-stuffing inside are the only thing that can be the common thread of them all.

Whichever the dissemination pattern applied, soto eventually spread to almost every corner of the Archipelago. Of course, the variants of soto are mostly found in Java; but there are also different variant of soto which can be associated with the region's name spreading over Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, or even Bali. Sometimes, there are new variants of soto with unfamiliar names that have never heard before. It brings new difficulty to determine which the authentic-traditional soto is, and which are not.

Culinary of Archipelago

As a well-known culinary in Archipelago, of course soto has a special place an at the same time it feels ordinary. In the island of Java, soto can be found in almost every city – despite of whether the city has its own typical soto or not. Because of this easiness, soto can be paired with bakso (meatball), bakmi (noodle), nasi goreng (fried rice), and sate. Soto is not a "Chinese food" anymore and it can be accepted as the daily menu of every people.

In relation to the tourism industry, especially that of the culinary-tour, a tourist can get around

Indonesia to find a wide variety of soto in each region one visited and might perceive it as Indonesian food. But in certain regions where soto is more specialized than in other regions, tourist can find a unique type of soto that might be completely different with other soto one ever tasted before.

For a culinary tourists, through those unique and specialized soto, one can tastes the flavor of each region. Soto Semarang, for example, characterized with a strong taste of garlic that is apparently influenced by the culinary taste in Semarang that tends to be dominated by garlic. The reddish Soto Padang, contains the basic ingredients of typical Padang dish. While Soto Kudus is served with buffalo meat; signifying the history of tolerance between religions of its region.

It is very interesting to see how soto was probably first came from one community of Peranakan (mix breed of Indonesian and Chinese) people in Semarang, then disseminated and flourishing until this day. Soto was later introduced in new regions, absorbed, merged with the local culinary culture, imitated, before finally accepted as a part of the community's lifestyle. Soto became an ordinary food, with an extraordinary history.

Soto: Traditional Food or Typical Food?

Soto has been considered as Indonesian food. It is a staple food that is usually served in an event or available in a restaurant menu under the definition of "Masakan Nusantara" (food of the archipelago). However, soto is not necessarily become a traditional dish. For that reasons, before we took it for granted and lightly considering soto as a 'traditional' course, it is better to do a small research first about what is exactly a 'traditional food'?

The definition of a traditional food is often blurred with the definition of a regional typical food. The most comprehensive definition of traditional food that I found was "all kind of food that was made and processed authentically in the

local region using local ingredients and various way of processing; it also presents the certain characteristic of its region, from the main-courses, snacks, and daily beverages that are consumed daily in that specific region”.

The requirement that has to be fulfilled before using the term “authentic” is another issue. How can we decide an authenticity and declare something else unauthentic? The question arises because, basically, foods in Indonesia are fusion. The influence of Hindi, Arabic, Chinese, even Portuguese, Spain, and Dutch (or usually known as the Colonial influence) can be seen in Indonesian culinary, from the ingredients to the cooking-equipment. These influences, subsequently absorbed into local culinary culture, are among the reasons of the abundance and varied Indonesian culinary tradition.

That is why, in this text, I define the term ‘traditional dish’ more simply. Traditional dish is a type of food that has been accepted, consumed, and recognized by local people for over three generations, cooked using local ingredients and simple cooking-equipment. Based on this simple definition, soto cannot be directly included in the category of a traditional food.

A question like whether soto has been present in the community for a long period of more than three generations become uneasy to answer because of the limited documentation of the culinary means in the archipelago. Whether the influence of Chinese ingredients such as *bihun* (rice noodles) casted-off soto from its “traditional food” status, and overpowered its existence throughout many generations in the community?

Soto is in the liminal position where it actually has been accepted, absorbed, processed, and consumed by a community; but not necessarily became part of the community for the reason that its origins were closely associated with the Chinese culinary culture. Its unique existence with different variant in almost every region makes soto more precisely considered as a typical food associated with particular region.

Not every typical food should contain traditional values. The emphasis is more on the recognition of both community’s insider and outsider. Take *pie susu* (milk pie) in Bali, for example. It does not actually represent the traditional culinary of Bali, but it is recognized as the typical food of Bali. It later socially functioned as a typical souvenir from Bali. When we look deeper into the ingredients, most of them are processed by

machine (wheat flour, sweet condensed milk, etc.) – there is no trace of traditionalism any longer.

Of course, *pie susu* is a little bit too extreme as an example of typical regional food. But, it appears that the definition of a typical regional food is more fluid than the definition of a traditional food and it suited for soto that has been distributed to almost every corner of the archipelago. Soto can be created in a city, accepted by its people, even becomes the typical regional food – without the necessity to be traditional. The unique kind of soto can be associated with a region, unaffected by the length and the duration of its presence.

The Future of Soto

Entering the new era of the culinary world, there are some new expanded opportunities for soto to evolve. Not only as a traditional food, can soto be explored further than its boundaries. Before entering the exploration of a soto, it is better to start discussing about today’s culinary world.

Nowadays, food and culinary is no longer functioned as a mode of survival against hunger. Ikeda argued that the eating-activity as a form of survival has been evolving into the eating-activity as a form of satisfaction, security, belonging, pride, and lastly as a form of self-actualization (1). Food is converted into symbol and sign, that later be consumed by people in this new era.

Related to those things above, culinary has various symbols and signs attached within itself. The consumed symbol and sign, lately processed as a need and brings up various functions, including the important role in constructing the identity of a region. The need of identity in tourism sector and also the relationship between countries present the role of food as ‘gastro diplomacy’ and city branding(2). The authenticity of a certain type of food becomes more imperative, whereas the authenticity of a tourist’s geographical visit should be supported by its authenticity of culinary experience. The existence of this authentic culinary means is an integral part of overall tourism experience . At this point, it opens the opportunity to introduce typical and local food, including soto.

As discussed earlier, although soto is well-known and can easily be found all over Indonesia, not every region has its own typical soto. The fluidity of the definition of soto reveals its potential for soto to be presented in various regions as “The Food of the Archipelago” which is all different but still soto nevertheless. Apart from its “traditional”

burden, soto can even be presented with a modern culinary touch.

The rise of the trend and general interest in culinary, followed by the raising number of celebrity chef can certainly spur the creativity of culinary and tourism industry to create the “typical” food – in this context: soto – which can be widely recognized and become part of a city branding. This new construction of a “typical soto” is interesting for its open opportunity to induce the region’s culinary culture into a bowl of soto.

For me, the process of creating new type of soto is not a form of uniformity or taste-coercion. Especially in Jogja city where soto is considered as breakfast staple-menu and the activity to consume soto in the morning is a natural voluntary act. This kind of process can be seen as an effort to highlight on the ‘mundane’ of the daily life.

One restaurant in Yogyakarta has been trying to introduce a new creation of soto using tea: soto teh. This soto contains fish broth mixed with genmaicha tea, dominated with garlic aroma that made it similar with soto Semarang. It also contains pieces of salmon for stuffing. Although it

doesn’t represent the correlation between Yogyakarta’s locality, but it is pleasantly admirable and can be an inspiration; soto should never stop evolving.

I believe that those typical soto which has a traditional connotation and distributed all over the archipelago was once started from one variant of soto that undergo an evolution of taste and specificity. So, why should stop the creativity now?

---o0o---

(1) Ikeda, Joanne. 1999. “Culture, Food and Nutrition in Increasingly Culturally Diverse Societies”. *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite*. J. Germov dan L. Williams (ed.). Oxford: Oxford University Press.

(2) Tellstorm, Richard. 2011. “City Branding through Food Culture: Insights from the Regional Branding Level”. *City Branding: Theory and Cases*. Keith Dinnie (ed.). New York: Palgrave Macmillan.

(Text: Rizkie Nurindiani | Translation: Yuramia Oksilasari | Editing: Mira Asriningtyas)



SOTO PROJECT

THE OBSERVANT CLUB by *Lir*

**THE OBSERVANT CLUB:
MENCICIPI SOTO,
MENELUSURI TUBUH**

**THE SOTO PROJECT:
INI BUKAN TENTANG
MANA YANG LEBIH
ENAK**

**INDONESIA DALAM
SATU MANGKOK:
BERBEDA-BEDA
TAPI TETAP SOTO**

: Gabriela Laras Dewi Swastika

: Iwan Pribadi

: Rizkie Nurindiani



All images: Rizkie Nurindiani

THE SOTO PROJECT:

Perbincangan di Meja Makan dan Geo-tag Soto



: **Dito Yuwono**

Setelah lima tahun bekerja sebagai penulis kuliner, saya mulai memetakan kota melalui makanannya. Kebiasaan ini tumbuh dari petualangan saya mencari lokasi restoran-restoran baru dan kemudian membantu saya untuk mengingat dan memahami struktur kota ini.

Persepsi pemetaan kuliner ini rupanya dapat digunakan dalam skala yang lebih besar dari sebuah kota: negara, antar kota, dan bahkan di kepulauan. Ketertarikan saya untuk memetakan makanan di berbagai lokasi yang berbeda menjadi titik awal saya untuk melakukan 'menjelajah Indonesia' melalui makanan. Karenanya, saya memilih soto sebagai titik awal untuk melakukan pemetaan makanan. Soto menjadi pilihan yang paling relevan karena soto menyebar di seluruh Indonesia. Keberadaannya di banyak wilayah menjadikan menu yang lentur ini disajikan dalam berbagai variasi yang berbeda namun pada saat yang bersamaan, hanya memiliki satu nama: soto.

Sejarah tertulis mengenai soto tidak banyak

diketahui. Dari satu sumber literasi, menu ini terkait erat dengan migrasi masyarakat Cina ke Indonesia. Pandangan ini menjadi titik awal kami sebagai The Observant Club untuk memulai perjalanan kami: 'perjalanan' mengelilingi nusantara untuk merasakan soto dari daerah yang berbeda-beda dan menjadikan semangkok aromatik yang hangat di depan kami memicu perbincangan mengenai soto, migrasi, rempah, dan rasa.

Selama satu bulan, the Observant Club untuk Soto Project (Gabriella Laras, Iwan Pribadi, dan Rizkie Nurindiani) menemukan beberapa kesimpulan dan lebih banyak pertanyaan: bagaimana rasa soto di daerah yang berbeda? Apa arti otentisitas dalam semangkok soto? Citra seperti apa yang ingin dimunculkan oleh suatu daerah melalui sotonya? Bagaimana meningkatkan popularitas suatu daerah menggunakan hidangan yang universal ini? Dan juga, apa yang dapat kita ceritakan mengenai persebaran dan pola migrasi dari masyarakat Cina melalui hidangan ini. Penemuan-penemuan ini kemudian dicatat dan didokumentasikan sebagai hasil awal dari proyek ini.

The Observant Club: Mencicipi Soto, Menelusuri Tubuh

- Gabriela Laras Dewi -

Pertama kali mendengar namanya, saya langsung menaruh minat. Menarik. The Observant Club, atau klub para pengamat – yang setelah saya ketahui berbasis pada kebutuhan manusia sekaligus kegemarannya terhadap makanan. Saya diikutsertakan dalam tim pada observasi kedua klub ini, diajak oleh oleh dua host, Mira dan Dito, empunya Lir Shop and Gallery di Jogja. Kali pertama mampir ke Lir saya dijelaskan aktivitas apa yang hendak dikerjakan The Observant Club awal tahun 2016 ini. Alhasil, saya kepincut untuk kedua kalinya... Sebab apa yang akan kami lakukan adalah penelusuran salah satu masakan favorit saya, yaitu soto.

Masakan berkuah, dengan citarasa bumbu, terlebih bila ditambahkan sambal, adalah masakan favorit saya. Selain isian di dalam soto, kaldu menjadi kunci kenikmatan dalam semangkok soto yang saya santap. Soto di Indonesia bukanlah barang langka, masakan ini nyaris bisa didapat di banyak provinsi di Indonesia. William Wongso pernah berujar, “Tak ada yang bernama makanan Indonesia. Yang ada hanyalah masakan atau makanan daerah” (Majalah Berita Mingguan Tempo, 1-7 Desember 2014: 48). Artinya kita bisa menyatakan semua jenis masakan berasal dari wilayah Indonesia sebagai “masakan Indonesia”, di saat yang sama kita tidak bisa melihat benang merah darinya, dan inilah yang menjadi ciri dari masakan Indonesia secara keseluruhan. Dan saya menyepakati hal ini. Sulit memang menyebutkan satu-dua masakan yang bisa disebut masakan Indonesia, sebab saking beragam khazanah kuliner Indonesia, maka representasi atas Indonesia tidak bisa ditunjukkan melalui satu-dua jenis masakan saja.

Karena itu sebelum memasuki pertemuan *The Observant Club*, kami dibekali oleh satu pemahaman bersama, di antar dua *host* dan tiga *observant* tamu, bahwa kami perlu hadir dan mencicipi langsung satu demi satu soto di Lir selama beberapa kali pertemuan. Pertemuan pertama kami pada 30 Januari 2016 adalah saat mencicipi soto-soto dari luar Pulau Jawa,

beberapa yang bisa kami dapatkan di sekitar Jogja adalah: coto makassar, soto padang, dan soto banjar. Pada pertemuan kedua, tanggal 6 Februari 2016, kami berjingkat ke arah timur Indonesia, yakni kawasan soto dengan nuansa Jawa Timur, di antaranya: soto sulung madura, soto blitar, soto lamongan, dan soto surabaya. Melanjutkan aktivitas cicip-mencicipi pada pertemuan ketiga, 13 Februari 2016, kami menyantap soto dari daerah Jawa Barat dan DKI Jakarta. Ada empat macam soto yang kami makan waktu itu: soto bandung, soto mie jakarta, soto betawi, dan soto tangkar. Pada pertemuan terakhir, 20 Februari 2016 kami menandakan mangkuk demi mangkuk soto yang berasal dari kawasan Jawa Tengah, seperti: soto sokaraja, soto semarang, soto kudus, dan tauto tegal. Namun, kami tegaskan di sini, *The Observant Club* bukanlah para juri yang bakal menyatakan mana soto yang enak dan kurang enak. Juga tidak mengunggguh sebatas direktori harga soto dan bisa dibeli di warung mana.

Dalam suatu diskursus, situs-situs tempat mengandung komponen rasa yang bermacam-macam, dan dari situlah berangkat pula karakteristik dan kombinasi gastronomis (Trubek, 2008: 19). Dalam praktik mencicipi makanan, ketika seseorang menggigit dan menguyah apa yang dia santap melalui mulut, lalu diserap tubuh, tentu setelah indera pencecap menerbitkan reaksi tertentu atas apa yang dimakan, di titik inilah budaya dan kekayaan alam menjadi satu. Secara universal, praktik makan dan minum merupakan proses yang membawa dunia alam ke dalam domain tubuh manusia. Maka peristiwa-peristiwa sehari-hari inilah mampu melampaui sekadar persoalan pertahanan tubuh. Makanan juga melibatkan perkara selera, sosialitas, spiritualitas, hingga estetika (Trubek, 2008: 6).

Tiga pengamat, di luar *host* Mira dan Dito, ada saya, Indie, dan Iwan dibebaskan untuk menuliskan feedback dari klub ini, di luar poin-poin yang sudah disebutkan di atas tadi. Saya akan melihatnya dari pertama, “Mengapa lokasi menjadi penting?” Lokasi yang dimaksud di sini adalah

pemetaan yang kami lakukan setelah sesi cicip-mencicip. Kami akan memberikan tanda-tanda pada peta Indonesia kawasan mana saja yang menyediakan kuliner soto dan dari daerah manakah soto tersebut sudah kami nikmati. Hasilnya, tentu saja, presentase yang tidak seimbang antara jumlah soto yang kami santap kalah jauh dengan kekayaan soto di Indonesia. Hal ini disebabkan karena tidak semua ragam soto dari daerah-daerah di Indonesia tersedia di Jogja. Lebih jauh lagi, tidak semua soto berpindah dari asal lokasinya ke lokasi teranyar, tempat soto itu berbaur dengan lokasi yang baru, lidah-lidah pencecap yang baru, atmosfer budaya yang baru, termasuk yang paling penting--kekosongan aktor yang membawa soto tersebut ke Jogja. Dan di sinilah sesuatu yang menarik mulai tercium.

Nampaknya soto mewujud menjadi sesuatu yang menjembatani hasrat manusia untuk berada pada suatu lokasi spesifik yang ingin dikunjungi. Dalam peristiwa The Observant Club, kami mengunjungi lokasi-lokasi tersebut via soto: Makassar, Semarang, Bandung, Kudus, Madura, dan sebagainya. "Having been there" adalah salah satu tujuan dari praktik mencicipi soto di klab ini.

Benarkah demikian? Apakah bisa kita "having been there" tanpa kehadiran fisik di lokasi yang dituju. Dalam kajian-kajian budaya, konsep orisinalitas merupakan konsep usang yang perlu dirombak, orisinalitas dalam khazanah kuliner terlebih lagi. Antisipasi yang disasarkan pada konsep usang ini disebabkan paham yang mengaitkan orisinalitas dengan budaya adiluhung, keaslian adalah segalanya, yang menempatkan sesuatu yang orisinal pada tataran lebih atas dibandingkan yang

tidak orisinal. Padahal dalam pengamatan saya, dalam kuliner akan sangat sulit mencari keaslian, sebab semuanya telah berbaur. Hibriditas (Homi K. Bhaba) mendiami semangkuk soto. Telusur sejarahnya sendiri bisa amat panjang dan melelahkan--dan saya tidak akan membahasnya di sini. Hibriditas dalam soto lahir dari rempah-rempah yang digunakan, bihun, santan, atau susu, isian daging, bahkan peralatan makannya. Semua lebur dan berbaur menjadi satu wujud yang baru. Dengan begitu, apakah berarti kita sudah mengunjungi lokasi-lokasi tersebut melalui soto? Saya rasa iya... *We are tasting a place through food.* Apa yang bisa kita dapat? Selain kita berhasil tidak menjadi "gelap mata", di mana kita tidak menjadi *snob* yang hanya menjunjung keaslian, keuntungan kedua adalah kita tengah menjadi orang-orang kosmopolitan. Terbuka, humble, namun tetap percaya diri. Toh makanan pada akhirnya bukan sekadar sesuatu yang dimakan dan dicerna manusia, makanan – dan proses memakan – merupakan bagian dari kelangsungan hidup dan selera. Varian panganan (*comestibles*) yang ditawarkan bisa dipahami sebagai bentuk perpanjangan dari hasrat manusia, "Eating is both *physical necessity and a cultural site where elaborate social rituals take place*" (Finkelstein and Lynch, 2006: 407).

Semenjak persoalan mencicipi soto atau kami menyebutnya The Soto Project tidak lagi hanya berfokus pada apa yang kita gigit, kunyah, telan, dan cerna, daya tarik terletak pada tampilan soto yang memikat mata. Perayaan citra visual kian semarak di era industrialisasi. Alur yang dimulai dari moda produksi hingga moda konsumsi, menunjukkan bahwa massa beralih pula pada



tataran being, kemudian having, dan saat ini appearance. Itulah mengapa salah satu dokumentasi dari The Soto Project kami lakukan via media sosial Instagram. Visual, visual, visual. Ada dua pernyataan yang sama-sama kuat tapi berlawanan atas citra visual yang menghiasi keseharian kita, pertama “seeing is believing”, namun di lain sisi ada pula “appearances are deceptive”. Bagaimana menurut kamu dari tampilan soto yang dilihat langsung oleh kedua mata, dibandingkan dengan tampilan soto saat sudah terunggah di media sosial, atau ketika direproduksi massif melalui media massa. apakah semakin membangkitkan selera makan? Atau justru menghilangkan selera karena nampak artifisial?

Budaya visual itu sendiri bisa dideskripsikan sebagai artefak-artefak material, fisik bangunan maupun citra-citra yang menciptakan hasil akhir estetis, simbolik, ritualistik, ideologis, dan memiliki fungsi praktis, dengan tujuan melahirkan kebermaknaan dalam *the sense of sight* (Walker, John A. and Sarah Chaplin, 1997: 2). Citra-citra visual tersebut menjadi lebih meyakinkan dari hari ke hari, citra-citra yang dengan mudahnya berlipat ganda dan menjadi makin banyak memiliki daya perpanjangan dari peluang yang disebut “scopophilia”, istilah yang digunakan oleh Freud merujuk pada kenikmatan erotika dari aktivitas memandangi.

Kita makan setiap hari, selain sebagai praktik untuk mempertahankan diri supaya tetap hidup, praktik menyantap makan melampaui persoalan survival. The Observant Club berupaya menunjukkan praktik sehari-hari ini supaya bisa ditunjukkan pada publik dan membuka selubung praktik sehari-hari dengan kesan remeh-temeh atau sepele. Dalam praktik sehari-hari, *ways of operating* (Certeau, 1984: xi-xiv) atau praktik melakukan sesuatu tidak lagi muncul sebagai latar belakang yang gelap dan terpinggirkan, justru para pelakunya perlu memunculkannya sebagai bentuk artikulasi. Bagaimana kami berkumpul di suatu , di Lir, membuat janji di hari dan jam tertentu untuk bertemu lalu makan bersama-sama. Mencicipi satu demi satu soto yang disajikan dalam meja. Mencicipinya dengan porsi yang ditakar, tidak terlalu banyak, supaya tidak kekeyangan sebelum pertemuan usai, diselingi dengan minum minuman yang melegakan tenggorokan dan membersihkan lidah. Lalu kami mencatat apa-apa saja yang tersaji di setiap mangkuk soto, merekam percakapan kami, juga

menandai peta kuliner. Prosedur-prosedur kecil ini (miniscule procedures) yang melibatkan individu-individu perlu diperhitungkan ketika hal tersebut membentuk diskursus. Ways of operating menyatukan praktik-praktik yang tersebar dan berjumlah amat banyak terkait dalam pembentukan makna individu-individu di konteks sosiokultural.

Masuklah saya pada poin lain yang ingin saya lihat, persoalan tubuh dan konsumsi. Mike Featherstone (dalam Miller (ed), 1995: 108) menyatakan pentingnya tubuh dalam budaya konsumsi modern, selain sebab tubuh terkait dengan proses biologis, praktik eating out rupanya lebih menitikberatkan pada citra tubuh dibandingkan realitas biologis, “This has meant that the human body has been considered more as a medium of expression, or as an object for aesthetic contemplation, or even as the model for self-construction, than in terms of its direct connection with eating and drinking (Miller (ed), 1995: 108).

Klub yang saya ikuti adalah salah satu yang mengupayakan keterlibatan tubuh dalam praktik sehari-hari, baik yang sebelumnya kita sadari maupun tidak. Banyak yang bisa saya urai perihal tubuh dalam pertemuan-pertemuan The Observant Club: makan-minum tentu saja, berbicara, mencatat, bertatap muka, menyiapkan dan membereskan meja saji, dan tak lupa adalah peristiwa kehadiran kita pada suatu lokasi itu tadi, di peristiwa ini adalah Lir. Lir menjadi pusat seperangkat praktik yang sudah kami langungkan. Sadarkan kita bahwa di Lir inilah The Observant Club mengonsumsi banyak hal? Dan karenanya janganlah khawatir atau ketakutan dengan label konsumtif. Bukan ini yang hendak saya tekankan.

Konsumsi yang dipahami sebagai sesuatu yang negatif itu muncul karena selama ini masyarakat telah diekspansi oleh konsep “*the making*” yang berada pada tataran produksi. Padahal, mode produksi turut meninggalkan jejak-jejak konsumsi atau “*the use*”, meski seringkali tidak setenar mode produksi sehingga meninggalkan selubung dalam mode konsumsi. Michel de Certeau menjelaskan dalam *The Practice of Everyday Life* (1984: xii-xiii) bahwa dengan berkembangnya pemahaman atas representasi sebuah masyarakat dan mode tindakan, dia menimbang peniscayaan konsumsi menjadi penting sebagai komponen determinan dalam sebuah kelompok atau individu-individu. Konsumer seharusnya diberi keleluasaan

untuk mengindikasikan apa yang akan mereka gunakan atau lakukan dari produk-produk tersebut. Konsumsi tidak hanya sekedar aktivitas ekonomi—konsumsi produk atau penggunaan komoditas untuk memuaskan kebutuhan material—konsumsi juga mengenai harapan, hasrat, identitas, dan komunikasi. Mode konsumsi atas produk-produk budaya tidak lagi menjadi proses yang bersifat pribadi, atomik, dan pasif, melainkan menjadi suatu proses yang bersifat sosial, relasional, dan aktif. Proses ini sejalan dengan tiga ciri dari aktivitas yang menjadi bagian dari arena praktik, yaitu praktik konsumsi tidak terpisahkan dari konteks spasio-temporal, merupakan praktik yang memiliki sifat cair dan tidak menentu atau spontan, dan seringkali berjalan tanpa sepenuhnya disadari oleh pelaku (Budiman, 2002: 22-23).

Semoga dengan memahami hal ini, praktik sederhana seperti menyantap soto tidak menghentikan kita dari penelusuran persoalan lain yang lebih kompleks. Saat ini saya baru bisa menjelajahnya melalui beberapa aspek saja, mungkin kamu bisa menilikinya dari sisi lain. Upaya untuk mengeksplorasinya masih sangat luas. Eat well and have a will to know what you eat. Happy eating!

SUMBER

Budiman, Kris, 2002, *Di depan Kotak Ajaib: Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi*, Yogyakarta: Galang Press.

Certeau, Michel de, 1984, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press.

Finkelstein, Joanne and Rob Lynch, 2006, "Eating out and the Appetite for Leisure" in Chris Rojek dkk (eds), *A Handbook of Leisure Studies*, Palgrave MacMillan.

Trubek, Amy B, 2008, *The Taste of Place*, California: University of California Press.

Walker, John A. and Sarah Chaplin, 1997, *Visual Culture: An Introduction*, Manchester: Manchester University Press.



The Soto Project: Ini Bukan tentang Mana yang Lebih Enak

- Iwan Pribadi -

Sangat menyenangkan mendapatkan kesempatan berperan serta dalam The Soto Project yang digelar oleh sebuah klub semi-rahasia yaitu The Observant Club. Karena selain bisa icip-icip berbagai macam varian soto setiap minggu, juga mendapat pengalaman-pengalaman baru seputar soto yang belum pernah saya ketahui selama ini.

Biar nampak niat, seru, dan kekinian, maka setiap minggu setelah mengadakan pertemuan bersama The Observant Club, kami, yang terdiri dari 3 orang peserta undangan dan 2 orang – sebut saja – penyelenggara, mengunggah foto-foto soto yang kami observasi. Setiap foto-foto tersebut diunggah di kanal-kanal media sosial, tanggapan yang nyaris serupa selalu muncul dari kawan-kawan saya. Misalnya, saat di satu waktu tertentu kami mengunggah soto-soto dari daerah A yang jadi tema The Observant Club minggu tersebut, tanggapan yang muncul umumnya:

“Ah tetep lebih enak Soto daerah B, lah...”

“Memang Soto di A itu enak, ndak kayak di daerah B, soto kok kayak sayur bening.”

“Pokoknya tetep lebih enak soto Pak C, tidak ada yang lain!”

Kemudian ada lagi, saat kami mengobservasi soto-soto dari daerah lain yang kebetulan dijual di Yogyakarta. Tanggapan-tanggapan yang muncul adalah:

“Ah kalo enggak ada daging X, daun Y, bumbu Z, itu bukan soto asli daerah sana.”

bahkan ada yang lebih ekstrim:

“Soto daerah sono yang dijual di Yogyakarta, tidak ada yang seenak soto itu di daerah aslinya.”

Tidak hanya melalui media sosial saja, beberapa kawan yang mengetahui tentang The Soto Project ini saat bertemu saya biasanya juga menanyakan hal serupa, “Dari sekian banyak soto yang dicoba, mana yang lebih enak?” Jika dibandingkan dengan soto ... <<tulis nama soto andalan yang sering diposting anak-anak hipster Yogyakarta melalui akun media sosial mereka di sini>> lebih enak

mana? Dan masih ada beberapa pertanyaan-pertanyaan sejenis itu.

Seiring bermunculan pertanyaan-pertanyaan tersebut, sebanyak itu pula saya dengan terpaksa mengecewakan para penanya sebab saya nyaris tidak pernah memberikan jawaban pasti dan jelas pada mereka tentang soto yang paling enak, atau lebih enak mana soto daerah A atau daerah B. Bukan karena mau sok eksklusif lalu merahasiakan soto mana yang lebih enak berikut lokasi warungnya, agar bisa sok-sok memonopoli informasi titik-titik soto yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya - Sama sekali bukan! Tapi memang sejak awal The Soto Project ini digulirkan, semangat yang melandasinya bukan untuk menentukan soto mana yang lebih enak, soto daerah mana yang terenak, apalagi sampai menyusun sebuah ensiklopedi Soto Nusantara. Bukan itu. Cita-cita dan kemampuan kami belum sehebat itu.

Cita-cita digelarnya The Soto Project ini sederhana saja, yaitu untuk mencoba mencari tahu apa yang unik dan menjadi pembeda antara soto daerah satu dengan lainnya, dan syukur-syukur bisa dapet benang merah kesamaan apa antara soto satu dengan soto lainnya, sehingga bisa memahami mengapa semua jenis hidangan itu sama-sama bernama soto padahal dari sisi penampakan dan isinya bisa dikatakan jauh berbeda. Walaupun sederhana, ternyata pada praktiknya juga lumayan berat sebab jujur saja hingga The Soto Project ini selesai digelar beberapa minggu lalu, kami masih belum dapat memastikan apa yang jadi benang merah antara soto-soto yang tersebar nyaris di seluruh Indonesia.

Memang sempat terpikirkan bahwa yang menjadi benang merahnya adalah penggunaan kaldu yang cukup dominadiposting anak-anak hipster Yogyakarta melalui akun media sosial mereka di sini>> lebih enak mana? Dan masih ada beberapa pertanyaan-pertanyaan sejenis itu, namun sesungguhnya jawaban tersebut belum sepenuhnya memuaskan rasa penasaran kami. Dalam beberapa kasus soto, meski menggunakan kaldu namun tidak cukup dominan, sebab kadang rasa yang menonjol malah rasa vetsin, bumbu

kacang, tauco, atau santan/susu. Sementara di sisi lain, tidak sedikit makanan-makanan lain di luar soto yang sangat dominan menggunakan kaldu tapi tidak bisa atau tidak mau disebut soto. Beraneka macam sup seperti sup daging, sup ayam, dan sup ikan masuk dalam kategori ini. Menggunakan kaldu, tapi bukan soto.

Oleh karenanya kami kemudian fokus pada elemen-elemen penyusun sebuah soto daerah tertentu, sehingga ia menjadi unik dan berbeda dengan soto daerah lainnya. Meskipun secara teknis ini relatif lebih mudah dan menyenangkan, namun kenyataannya tidak semudah itu. Penyebabnya adalah, ternyata tidak semua orang yang terlibat dalam *project* ini suka dengan beberapa bahan-bahan penyusun soto-soto yang diobservasi. Misalnya, ada yang tidak suka dengan tauco, kurang suka kuah santan, merasa aneh dengan risoles yang dimasukkan ke kuah soto, dan masih banyak lagi hal-hal serupa.

Nah, jika “pendekatan enak-tidak enak” dijadikan pegangan dalam mengobservasi di *The Soto Project* ini, bisa jadi para *observer* yang akrab dengan soto-soto berkuah ringan dan bening, dengan mudahnya akan men-cap soto-soto berkuah berat dan berkald kental rasanya tidak enak. Sementara *observer* lain, dengan semangat “soto berkald kental dan kuah berat” akan matimatian mempertahankan pendapat mereka bahwa soto yang ‘benar’ ya seperti itu, bukannya yang segar seperti sayur bening. Jika hal tersebut terjadi maka kemungkinannya adalah diskusi akan berakhir di sini, atau terjadi *eyel-eyel-an* yang takberujung. Tapi bukan berarti jika ada yang mengamati atau menilai soto (atau hidangan lainnya), kemudian memberikan penilaian berdasarkan pendekatan enak-tidak enak itu salah. Tak ada salahnya kok menyantap soto di sebuah warung, kemudian dikomentari kalau rasanya enak, mak nyusss, ajiib, laziis, dan sejenisnya.

Hanya saja, menurut saya, jika kita bisa menelanjangi soto-soto itu lebih jauh, mengetahui bahan penyusunnya apa saja, memahami apa yang jadi pembeda antara satu dengan lainnya, tentu paling tidak akan bisa jadi bahan diskusi yang menarik. Setidaknya, bahan obrolan saat membicarakan soto bersama kawan-kawan tidak melulu berhenti di: “Soto A paling enak sedunia, karena banyak seleb lokal dan nasional sering mampir ke warung itu.”; namun juga bias mempertanyakandan menjelaskan bahwa banyak seleb lokal dan nasional menyukai soto A karena ternyata ada kesamaan referensi sosial dan kultural terhadap makanan bernama soto, misalnya. Sehingga soto A yang sesuai dengan kesamaan mereka tersebut, serempak disepakati sebagai soto yang enak; sementara soto B, yang selama ini belum pernah mereka ketahui keberadaannya – apalagi mencicipinya – jadi dianggap tidak enak.

Dengan mengobservasi soto lebih dalam lagi seperti itu, kita bisa lebih maklum mengapa kelompok masyarakat yang satu membela satu jenis soto, sementara kelompok masyarakat lain tak henti-hentinya mencela jenis soto tersebut, tanpa kita harus ikut terlibat membela atau mencelanya. Singkatnya, menelanjangi soto lebih detail seperti ini mungkin bisa jadi salah satu metode *culinary-based cultural understanding* yang, siapa tau, bermanfaat untuk memperkuat kesatuan dan persatuan sotonasional, mengatasi segenap perbedaan khas yang dimiliki di masing-masing daerah.

Ngomong-ngomong, pernah mencicipi rujak yang disiram dengan kuah soto daging?

Catatan: Nama daerah yang mewakili soto-soto untuk contoh dalam tulisan ini sengaja diganti jadi A, B, dan seterusnya, demi mengurangi potensi munculnya konflik berlatarbelakang soto.



Indonesia dalam Satu Mangkok: Berbeda-beda tapi Tetap Soto

- Rizkie Nurindiani -

Soto merupakan makanan Indonesia – terlepas dari pengaruh-pengaruh yang merupakan bagian tak terpisahkan dari soto. Beberapa literatur sejarah menyebutkan bahwa soto diciptakan di Indonesia—tepatnya di daerah Semarang. Memang tak dipungkiri, soto sangat dipengaruhi oleh budaya kuliner masyarakat Tiongkok yang kala itu telah bermukim di Indonesia. Meski begitu, soto merupakan makan rakyat, sehingga menggunakan bahan-bahan yang mudah didapatkan di sekitar daerah tersebut.

Kini, dapat dikatakan bahwa varian soto telah mencapai ratusan – atau bahkan lebih. Karena banyaknya varian soto tersebut, makanan soto menjadi sulit untuk didefinisikan. Pertanyaan “apa itu soto?” tidak dapat dijawab dengan satu-dua kalimat saja. Bahkan, untuk mencari benang merah di antara berbagai varian soto bukan hal yang mudah. Satu-satunya hal yang dapat menjadi benang merah adalah rasa kuah kaldu yang kuat dan isian daging di dalamnya.

Entah mengikuti peta penyebaran yang seperti apa, soto pada akhirnya tersebar hampir ke seluruh penjuru nusantara. Tentu saja, varian soto paling banyak terbanyak terdapat di Pulau Jawa. Namun, di pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, hingga Bali juga terdapat varian soto yang berbeda – yang dikaitkan dengan nama wilayah. Terkadang, bahkan terdapat varian-varian soto yang belum pernah terdengar namanya. Ini memunculkan kesulitan baru, yaitu menentukan mana yang soto otentik dan tradisional, dan mana yang bukan.

Kuliner Nusantara

Sebagai kuliner yang telah dikenal di nusantara, tentulah soto memiliki posisi istimewa (meski kerap terasa biasa). Di Pulau Jawa, soto hampir dapat ditemukan di setiap kota – terlepas dari apakah daerah tersebut memiliki soto khasnya sendiri atau tidak. Karena mudahnya ditemui, soto dapat disandingkan dengan bakso, bakmi, nasi goreng, dan sate. Soto lepas dari sejarah “makanan Cina”-nya dan diterima menjadi menu harian masyarakat.

Terkait dengan industri pariwisata, terutama wisata kuliner, seorang turis dapat berkeliling

Indonesia dan menemukan berbagai ragam soto di daerah-daerah yang disinggahinya, yang dilihat sebagai makanan Indonesia. Hanya saja, memang di kota-kota tertentu, di kota yang sedikit lebih mengistimewakan soto, turis ini akan menemukan soto yang khas dan unik. Bahkan, tak jarang mungkin akan ditemukan soto yang benar-benar berbeda dari yang telah ia cicipi sebelumnya.

Bagi wisatawan kuliner, melalui soto-soto yang unik dan berbeda tadi, ia dapat sedikit mencicipi rasa suatu daerah. Soto Semarang yang kuat rasa bawang putihnya rupanya terpengaruh oleh selera kuliner di Semarang yang didominasi oleh bawang putih. Soto Padang yang berwarna kemerahan, rupanya tetap menggunakan bumbu-bumbu dasar masakan Padang. Soto Kudus yang menggunakan daging kerbau, menghadirkan sejarah toleransi beragama daerah tersebut.

Amat menarik untuk melihat bagaimana soto yang awalnya (mungkin) berasal dari satu komunitas warga Peranakan di Semarang, berkembang hingga saat ini. Soto kemudian diperkenalkan di suatu daerah baru, diserap, dileburkan dengan budaya kuliner setempat, ditiru dan pada akhirnya dinikmati sebagai bagian dari gaya hidup masyarakatnya. Soto menjadi makanan yang biasa, dengan sejarah yang luar biasa.

Soto: Makanan Tradisional atau Makanan Khas?

Soto memang sudah dianggap sebagai makanan Indonesia. Ia kerap disajikan di berbagai acara atau muncul dalam berbagai menu restoran di bawah definisi “Makanan Nusantara”. Tapi, soto tidak lantas menjadi masakan tradisional. Karena itulah, sebelum dengan *taken for granted* memasukkan soto ke dalam ranah “tradisional”, ada baiknya perlu ditelaah terlebih dahulu apa sebenarnya yang dimaksud dengan makanan tradisional?

Definisi makanan tradisional kerap dicampuradukkan dengan makanan khas. Definisi terlengkap yang saya dapatkan tentang makanan tradisional adalah “semua jenis makanan yang dibuat dan diolah asli daerah setempat, dengan menggunakan bahan lokal dan dengan cara pengolahan yang beragam dan bervariasi, serta memiliki ciri khas daerah setempat, mulai dari makanan utama, makanan selingan dan minuman

yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat daerah tersebut”.

Penggunaan syarat “keaslian” menjadi masalah tersendiri. Bagaimana kita dapat memutuskan mana yang asli dan mana yang tidak? Apa yang menjadi parameternya? Karena, pada dasarnya, makanan yang ada di Indonesia merupakan makanan fusion, yang kemudian diserap ke dalam budaya kuliner masyarakat setempat. Pengaruh India, Arab, Cina, hingga Portugis, Spanyol, dan Belanda (atau kerap dilabeli Kolonial) dapat kita lihat dalam kekayaan kuliner di Indonesia, mulai dari bahan-bahan masakannya hingga peralatan yang digunakan untuk memasak. Justru, aneka pengaruh ini yang membuat kuliner Indonesia sangat kaya dan beragam.

Karena itulah, dalam tulisan ini, masakan tradisional akan saya definisikan dengan lebih sederhana. Masakan tradisional adalah makanan yang telah diterima, dikonsumsi dan diakui oleh masyarakat setempat selama turun-temurun lebih dari tiga generasi, menggunakan bahan-bahan setempat, dan dimasak dengan menggunakan peralatan masak sederhana. Dengan menggunakan definisi sederhana tersebut, soto tidak dapat langsung masuk dalam kategori makanan tradisional.

Pertanyaan seperti apakah suatu soto telah berada di dalam suatu komunitas dalam jangka waktu lebih dari tiga generasi menjadi sulit dijawab karena keterbatasan dokumentasi kuliner nusantara. Atau adanya pengaruh bahan-bahan dari Cina (seperti bihun), apakah dapat membuat soto ditolak dari status “makanan tradisional”, mengalahkannya yang telah sekian generasi dalam suatu komunitas?

Soto berada dalam posisi liminal di mana sebenarnya ia telah diterima, diserap, diolah, dan dikonsumsi oleh suatu komunitas namun tidak lantas menjadi bagian dari komunitas tersebut karena asal-usulnya yang terkait erat dengan budaya kuliner Cina. Keberadaannya yang unik dengan varian yang berbeda hampir di setiap daerah membuat suatu soto lebih tepat dianggap sebagai makanan khas yang kemudian dikaitkan dengan daerah tertentu.

Makanan khas tidak melulu harus mengandung unsur tradisional. Makanan khas lebih menekankan pada pengakuan masyarakat setempat dan masyarakat luar. Seperti pie susu di Bali yang sebenarnya tidak mencerminkan atau merepresentasikan kuliner tradisional Bali, namun

telah diakui sebagai makanan khas dari Bali – yang kemudian berfungsi sosial sebagai “oleh-oleh”. Menilik bahan-bahannya, bahan yang digunakan oleh pie susu tersebut hampir kesemuanya merupakan bahan yang diproduksi oleh mesin (tepung terigu dan susu kental manis) – tidak ada lagi jejak tradisional di sana.

Tentu, pie susu merupakan contoh yang sedikit ekstrim dari makanan khas. Namun, di sini tampak bahwa definisi makanan khas yang jauh lebih cair dari makanan tradisional cocok untuk soto yang telah menyebar ke seluruh penjuru nusantara. Soto bisa jadi diciptakan di suatu kota, diterima oleh masyarakatnya, menjadi makanan khas – tanpa harus menjadi tradisional. Soto yang unik dapat dikaitkan dengan suatu kewilayahan, tanpa mempengaruhi lamanya ia ada.

Masa Depan Soto

Memasuki era baru dunia perkulineran, muncul kesempatan yang makin luas lagi bagi soto untuk berkembang. Tak lagi sebagai makanan tradisional, soto dapat dieksplorasi melampaui batas-batasnya. Sebelum masuk ke eksplorasi soto, ada baiknya kita membahas terlebih dahulu mengenai dunia kuliner di masa sekarang.

Kuliner kini tidak lagi berfungsi sebatas “obat lapar” atau untuk bertahan hidup. Ikeda berargumen bahwa aktivitas makan sebagai bentuk bertahan hidup telah berkembang menjadi kegiatan makan untuk memuaskan kebutuhan akan keamanan, kemudian menjadi untuk kepemilikan, lalu untuk harga diri, dan terakhir sebagai bentuk aktualisasi diri [i]. Makanan diubah menjadi simbol dan tanda, yang kemudian dikonsumsi oleh masyarakat di era sekarang.

Terkait dengan hal tersebut, kuliner pun kemudian memiliki berbagai simbol dan tanda yang dilekatkan kepadanya. Simbol dan tanda yang dikonsumsi tersebut kemudian diolah menjadi suatu kebutuhan, dan memunculkan berbagai fungsi, termasuk di dalamnya yaitu peran penting dalam konstruksi identitas suatu daerah. Kebutuhan akan identitas dalam dunia pariwisata dan hubungan antar negara pun menjadikan kuliner memiliki peran dalam gastro diplomacy dan city branding. Autentisitas kuliner menjadi penting, di mana autentisitas lokasi kunjungan wisata sebaiknya didukung oleh autentisitas kulinernya. Keberadaan kuliner autentik ini nantinya menjadi bagian tak terpisahkan dari keseluruhan pengalaman berwisata [ii]. Di sini lah, kesempatan bagi banyak kuliner khas dan lokal terbuka, termasuk soto.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, meski dikenal dan dapat ditemukan dengan mudah di Indonesia, tidak semua daerah memiliki soto khasnya. Cairnya definisi soto sebenarnya justru memberikan potensi bagi soto untuk dapat dimunculkan di berbagai daerah sebagai “Makanan Nusantara” yang berbeda-beda namun tetap soto. Lepas dari beban “tradisional”, soto dapat muncul sebagai hidangan modern.

Naiknya tren kuliner, diikuti dengan merebaknya celebrity chef tentu dapat memacu kreativitas para pelaku industri kuliner dan pariwisata untuk menciptakan makanan “khas” – dalam hal ini soto – yang dapat diakui dan menjadi bagian dari *city branding*. Konstruksi “soto khas” yang baru ini menarik untuk dapat memasukkan unsur-unsur budaya kuliner setempat ke dalam semangkok soto.

Bagi saya, proses penciptaan soto-soto baru ini bukanlah sebagai bentuk penyeragaman atau pemaksaan selera. Toh, di kota Jogja, menyantap soto untuk sarapan bagi masyarakat Jogja sering dilakukan dan bukanlah hal yang dipaksakan. Proses semacam ini justru dapat dilihat sebagai usaha untuk melakukan highlight pada salah satu kuliner harian yang “biasa”.

Satu restoran di Yogyakarta telah mencoba untuk membuat kreasi soto baru, yaitu Soto Teh. Soto ini

menggunakan kaldu ikan yang dicampur dengan teh *genmaicha*, dengan dominasi aroma bawang putih yang mengingatkan kita pada Soto Semarang. Untuk isiannya, digunakan potongan daging salmon. Meski tidak menunjukkan hubungan antara kelokalan Yogyakarta di dalam Soto Teh tersebut, namun kreasi tersebut cukup patut diacungi jempol dan dapat menjadi inspirasi: Soto tidak sepatutnya berhenti berevolusi.

Saya memiliki keyakinan bahwa soto-soto khas yang kini terkesan tradisional dan tersebar di seluruh nusantara tersebut berawal dari suatu kreasi soto. Jadi, kenapa berhenti berkreasi?

---o0o---

[i]
Ikeda, Joanne. 1999. “Culture, Food and Nutrition in Increasingly Culturally Diverse Societies”. *A Sociology of Food and Nutrition: The Social Appetite*. J. Germov dan L. Williams (ed.). Oxford: Oxford University Press.

[ii]
Tellstorm, Richard. 2011. “City Branding through Food Culture: Insights from the Regional Branding Level”. *City Branding: Theory and Cases*. Keith Dinnie (ed.). New York: Palgrave Macmillan.

