

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arus globalisasi dan modernisasi telah memicu perubahan signifikan, pada struktur sosial dan budaya kota-kota metropolitan di seluruh dunia termasuk Jakarta. Sebagai pusat metropolitan, Jakarta menjadi titik pertemuan berbagai budaya yang saling berinteraksi dan memengaruhi, hal tersebut menciptakan dinamika sosial yang kompleks. Menurut data terbaru dari BPS DKI Jakarta per semester I 2025, jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta sekitar 11,01 juta jiwa. Sedangkan di dalam kawasan Kampung Betawi Setu Babakan, BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Jakarta Selatan (2020-2024) mencatat laporan, Kelurahan Srengseng Sawah (wilayah induk Setu Babakan) memiliki total penduduk sekitar 55.445 jiwa. Masyarakat Betawi di Setu Babakan menyumbang sekitar 38-40% dari total populasi kelurahan tersebut. Jika melihat dari sisi geografis, perkampungan Betawi berada di Wilayah Selatan dari Kota Jakarta dengan penduduk kurang lebih 3000 kepala keluarga yang merupakan penduduk asli Betawi (Qurrotul et al., 2024).

Data tersebut menegaskan, skala interaksi dan akulturasi yang terjadi di Jakarta. Interaksi budaya ini sering kali menimbulkan tantangan bagi keberlangsungan budaya lokal, karena identitas budaya asli harus bersaing di tengah derasnya arus budaya populer dan kuliner modern dari luar.

Budaya Betawi adalah salah satu budaya daerah di Indonesia yang berkembang di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Budaya Betawi lahir dan tumbuh dalam episode yang panjang dengan melibatkan percampuran lintas budaya dari berbagai etnis dan ras seperti Melayu, Jawa, Sunda, Arab, Tionghoa, India, dan Belanda dari sebelum masa kolonial yang sebelumnya bernama Batavia hingga pasca kemerdekaan menjadi DKI Jakarta. Proses akulturasi lintas budaya dan identitas tersebut menegaskan bahwa kelompok budaya lokal dapat merespons pengaruh budaya luar dengan beragam strategi kebudayaan baik melalui integrasi, asimilasi, separasi, hingga marginalisasi (Berry, 1997 dalam Wulandari et al., 2025).

Merujuk pada Budaya Betawi Setu Babakan, merupakan objek wisata sejarah budaya Betawi sekaligus objek sejarah lokal yang memiliki begitu banyak fungsi serta manfaat bagi kita semua. Pada awalnya, Setu Babakan digunakan sebagai tempat pengganti untuk menggantikan Condet. Namun, setelah PERDA DKI Jakarta No.3 Tahun 2005, masyarakat etnis Betawi memiliki tempat yang dapat mereka gunakan untuk menjaga kelestarian budaya mereka (Sasongko & Jumardi, 2021). Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan adalah tempat di mana komunitas hidup dengan budaya Betawi. Budaya ini berasal dari ide dan karya fisik dan non-fisik, seperti adat istiadat, kesenian, folklor, makanan, pakaian, dan arsitektur. Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan terletak di Kelurahan Srengseng Sawah dan memiliki luas sekitar 289 hektar. Sebagian besar penduduk Kelurahan Srengseng Sawah didominasi oleh suku Betawi, dan adat

istiadat Betawi masih dapat dilihat di beberapa tempat di wilayah ini (Wawancara dengan NI, 31 Agustus 2023 dalam Nurseha et al., 2024).

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai suatu destinasi pariwisata budaya, memiliki tujuan utama sebagai suatu tempat mengonservasi atau melestarikan unsur-unsur yang mencitrakan Kebudayaan Betawi. Di dalam kawasan ini dengan mudah dapat dijumpai keseharian masyarakat Betawi seperti: kegiatan pencak silat, *ngederes* (bermain golok), *aqiqah*, *injek tanah*, ngarak penganten sunat, memancing, menjala, budi daya ikan air tawar, bertani, berdagang sampai kegiatan masak memasak masakan khas Betawi. Selain kegiatan yang mencitrakan Kebudayaan Betawi, Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan juga menyajikan atraksi Kebudayaan Betawi setiap pekannya seperti: Tari Topeng, Kasidah, seni pertunjukan Lenong, seni musik Gambang Kromong dan sebagainya yang merupakan seni pertunjukan budaya Betawi. (Pradini, 2021).

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan juga memiliki dua danau, Danau Setu Babakan dan Danau Mangga Bolong. Di masa mendatang, pulau ini akan menjadi tempat wisata air dengan sepeda air dan perahu dayung. Di pulau ini akan ditampilkan rumah adat Betawi masa lalu, aktivitas, dan pertunjukan. Selain wisata air dan budaya, ada juga wisata agraris di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Di sana pengunjung akan menemukan pohon-pohon khas Betawi seperti jambu bol, rambutan rapih, alpukat cempedak, dan masih banyak lagi. Perkampungan Budaya Betawi memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata berkat lingkungan alamnya yang asri, masyarakatnya yang sangat menarik, dan masyarakatnya yang unik. Tempat yang sulit ditemukan di tengah hiruk-pikuk Kota

Jakarta menjadikannya tempat yang menarik untuk dikunjungi. Namun, di luar akhir pekan, hari libur, dan acara tertentu, destinasi ini sering kali tidak dipenuhi wisatawan. (Pradini, 2021).

Setu Babakan, terdapat berbagai jenis UMKM yang berfokus pada pelestarian dan pengembangan budaya Betawi, antara lain, kuliner khas Betawi: Menyediakan makanan dan minuman tradisional seperti kerak telur, bir pletok, kembang goyang, dan lainnya, kerajinan tangan (Kriya): Produksi souvenir khas Betawi seperti miniatur ondel-ondel, anyaman, dan produk kerajinan lainnya. Seni pertunjukan yaitu sanggar seni yang menampilkan tarian, musik, dan teater tradisional Betawi, pertanian terpadu adanya usaha seperti budidaya kangkung lele yang mengintegrasikan pertanian dan perikanan. Hasil penelitian pada tahun 2020 tentang pemetaan potensi ekonomi berbasis budaya UMKM Setu Babakan, terdapat UMKM di bawah binaan Setu Babakan, baru terdapat 30 di antaranya yang telah stabil dalam pemasaran dan rutin, melakukan kegiatan produksi serta pemasaran setiap hari. Berdasarkan data yang tersedia di Unit Pengelola Kawasan (UPK) Perkampungan Budaya Betawi, bahwa jumlah UMKM di Setu Babakan terdapat 64 UMKM yang beroperasi di Setu Babakan, dengan kriteria Jenis Usaha: Kuliner: 60 UMKM (93,75%), Jasa: 3 UMKM (4,69%) dan lainnya: 1 UMKM (1,56%). (Mulyadi *et al.*, 2020 dalam Noor *et al.*, 2025).

Menurut Geertz, (2017), identitas budaya adalah jaringan makna yang digunakan manusia untuk menafsirkan pengalaman mereka, dan mengarahkan tindakan mereka dalam kelompok sosial tertentu. Identitas budaya lokal seperti budaya Betawi, menghadapi tekanan untuk beradaptasi, atau bahkan risiko

marginalisasi di tengah lingkungan urban yang cepat berubah. Eksistensi manusia didefinisikan oleh kemampuannya untuk menciptakan, menggunakan, dan menafsirkan simbol-simbol budaya untuk memberikan makna pada dunianya.

Sedangkan konstruksi makna menurut Turner, (1969) berdasarkan bukunya, konstruksi makna bukan merupakan sesuatu yang statis, abstrak, atau sekadar ada di dalam struktur pemikiran (*mind*) manusia. Bagi Turner, makna adalah sebuah proses dinamis yang secara aktif dibentuk, dialami, dan dinegosiasikan oleh individu maupun kelompok selama peristiwa sosial berlangsung, khususnya di dalam aktivitas ritual. Dan makna dalam ritual adalah sesuatu yang dihidupkan dan dirasakan langsung (*lived-through experiences*), bukan sekadar dipikirkan. Oleh karena itu, mengkaji eksistensi kuliner tradisional bir pletok menjadi hal yang penting untuk memahami dinamika pelestarian budaya di tengah masyarakat urban, khususnya dalam lingkup etnis Betawi (Pangi dan Zega, 2021).

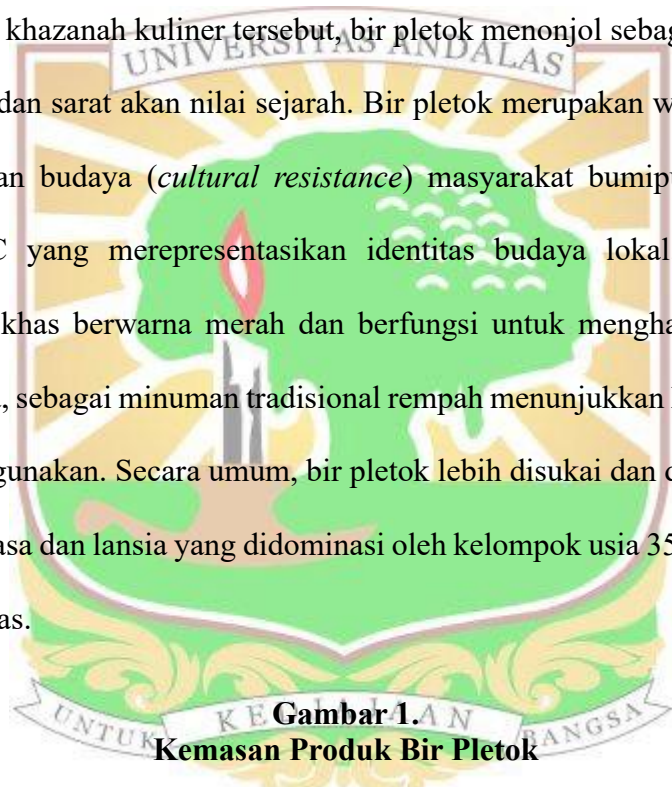
Suku Betawi memiliki kekayaan ragam kuliner khas yang telah menjadi bagian integral dari identitas budayanya, meliputi produk-produk makanan seperti roti buaya, kue ape, kerak telur, dan banyak lainnya. Di samping itu, Indonesia, khususnya dari berbagai suku bangsa, secara turun-temurun mewarisi banyak jenis minuman tradisional yang berbahan baku rempah. Contoh minuman tersebut antara lain wedang jahe, ronde, bir pletok, bajigur, sekoteng dan bandrek. Setiap minuman ini tidak hanya memiliki cita rasa khas yang menyegarkan, tetapi juga dipercaya memiliki kemampuan untuk menghangatkan badan, meningkatkan kesehatan, dan vitalitas tubuh (Rahayu *et al.*, 2018 dalam Putra *et al.*, 2023).

Secara etimologis, nama bir pletok adalah dua komponen memiliki asal-usul yang unik. Konon, kata "bir" pada bir pletok diambil dari bahasa Arab, yakni Bi'run atau Abyar, yang memiliki makna sumber mata air. Sementara itu, komponen "pletok" diyakini diambil dari suara onomatope. Suara ini dihasilkan ketika minuman tersebut dikocok atau diaduk, yang menghasilkan bunyi khas "pletok" (Giyatmi, 2018 dalam Hidayat et al., 2023). Berdasarkan pemahaman etimologi ini peneliti memberikan dimensi kultural dan historis, yang lebih kaya pada minuman tradisional Betawi tersebut. Bir pletok memiliki hubungan erat dengan budaya Betawi, khususnya dalam konteks sosial dan kesehatan. Minuman ini secara tradisional digunakan oleh masyarakat Betawi sebagai minuman penyehat sekaligus penghangat badan saat berkumpul (*kongkow-kongkow*) atau ketika sedang sakit. (Alkatiri, 2016).

Pengaplikasian bir pletok dalam aktivitas budaya masyarakat Betawi, Di Kampung Budaya Betawi Setu Babakan. Pengunjung disuguhi bir pletok saat tur kuliner atau kunjungan resmi, mendukung wisata kuliner sebagai ikon budaya yang transformasi dari minuman rumahan. Konsumsi bir pletok ini juga terkait perayaan ulang tahun Jakarta, dengan kemasan modern terutama untuk generasi muda untuk pelestarian budaya (Pradiptha et al., 2025). Selanjutnya Dalam acara pernikahan Betawi, ada selamat atau penyambutan untuk tamu penting di Rumah Adat Setu Babakan, di mana bir pletok dihidangkan sebagai minuman pembuka (*welcome drink*), yang melambangkan harapan akan kesehatan dan keramahan. Kajian etnografi mencatat cara penyajiannya (rebus-saring-sajikan) yang membuat identitas lokal semakin kuat dibandingkan dengan teh manis dalam acara resmi.

(Syah et al., 2016). Observasi yang dilakukan oleh peneliti melihat bahwa para pemain ondel-ondel, pesilat pencak silat, dan penari yang tampil di panggung terbuka yang didominasi generasi muda Betawi di Setu Babakan mengonsumsi bir pletok untuk menjaga stamina, karena dianggap sebagai "minuman jawara" yang mampu memulihkan tenaga setelah melakukan gerakan-gerakan fisik yang berat dalam ritual budaya Betawi.

Dalam khazanah kuliner tersebut, bir pletok menonjol sebagai produk yang paling ikonik dan sarat akan nilai sejarah. Bir pletok merupakan wujud kreativitas dan perlawanan budaya (*cultural resistance*) masyarakat bumiputra pada masa kolonial VOC yang merepresentasikan identitas budaya lokal. Minuman ini memiliki ciri khas berwarna merah dan berfungsi untuk menghangatkan tubuh. Klasifikasinya, sebagai minuman tradisional rempah menunjukkan kekayaan bahan alami yang digunakan. Secara umum, bir pletok lebih disukai dan dikonsumsi oleh kalangan dewasa dan lansia yang didominasi oleh kelompok usia 35 sampai dengan 50 tahun ke atas.



Sumber: *tribunjakarta.com*, 2026

Bir pletok merupakan minuman tradisional yang khas disajikan dalam kondisi hangat atau panas, memberikan sensasi rasa hangat dan menyegarkan. Cita rasa unik ini bersumber dari kombinasi rempah-rempah alami. Rasa hangat dominan berasal dari jahe, yang merupakan komposisi terbanyak dilengkapi dengan cengkeh dan serai. Sementara itu aroma wangi pada minuman dihasilkan dari paduan daun pandan, kayu manis, dan kapulaga. Karakteristik visual bir pletok yang berwarna ungu kemerah-merahan didominasi oleh penggunaan kayu secang dan kayu manis. Secara spesifik warna merah cerah pada minuman ini diperoleh dari kayu secang kering yang direbus dalam air. Penting untuk dicatat, kayu secang juga dikenal memiliki kandungan antioksidan tinggi yang berfungsi menangkal radikal bebas walaupun dalam kondisi tidak sedang sakit. (Sulianta, 2021). Untuk aspek rasa manis bir pletok diperkaya dengan gula pasir, gula jawa, dan kayu manis, yang turut menambah kesegaran (Mardianingrum et al., 2021). Inovasi modern juga telah menambahkan, perisa seperti lemon dan gula batu untuk memperkaya varian rasa bir pletok.

Bir Pletok sebagai salah satu simbol penting dalam budaya Betawi yang tercatat dan diakui secara resmi dalam Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta No. 11 tahun 2017 tentang ikon budaya Betawi, yang dijelaskan pada pasal 1 menetapkan bahwa, 8 ikon budaya terdiri dari Ondel-ondel, Kembang Kelapa, Ornamen Gigi Balang, Baju Sadariah, Kebaya Kerancang, Batik Betawi, Kerak Telor, dan Bir Pletok (Perda DKI No. 11 tahun 2017).

Bir pletok terbuat dari kombinasi rempah-rempah seperti jahe, secang, kapulaga, kayu manis, daun pandan, serai, dan pala. Hal yang menarik adalah

bahwa setiap daerah memiliki variasi komposisi bahan yang berbeda dan beragam. Kombinasi rempah-rempah yang variatif ini pada akhirnya menghasilkan ragam sensasi rasa dan aroma yang berbeda, yang secara positif dapat meningkatkan daya terima konsumen terhadap minuman herbal ini (Sukaesih *et al.*, 2022).

Bir pletok juga dapat meredakan sakit kepala karena berdasarkan penelitian lain mengungkapkan, jika jahe mampu menghentikan kerja prostaglandin (kelompok senyawa lemak yang diproduksi secara alami di dalam tubuh), yang memicu sakit kepala dan peradangan pembuluh darah pada otak. Maka dari itu, saat seseorang mengalami sakit kepala namun tidak ingin mengonsumsi obat, minuman ini dapat meredakan sakit kepala yang kita alami hanya dengan mengonsumsi bir pletok. Bir pletok juga dapat menambah nafsu makan karena jahe mempunyai kandungan, enzim protease dan lipase yang mampu mencerna dan menyerap makanan dalam tubuh sehingga nafsu makan menjadi meningkat. Serta bir pletok bisa meningkatkan stamina sehingga daya tahan tubuh kuat, tetap stabil, serta tidak mudah terserang oleh virus dikarenakan semua bahan yang digunakan untuk membuat bir pletok berasal dari rempah - rempah sehingga tidak berbahaya ataupun mempunyai dampak buruk jika dikonsumsi setiap hari nya. Konsumsi minuman bir pletok, umumnya diminum pada saat malam hari atau saat cuaca sedang dingin untuk menghangatkan tubuh. Dan konsumsi bir pletok pada siang hari dicampur, dengan es untuk merasakan kesegaran pada bir pletok tersebut. (Katarina *et al.*, 2021).

Secara historis, kemunculan bir pletok berawal dari inovasi penduduk bumiputra yang cerdas mengadopsi konsep minuman keras Eropa, lalu

menggantinya dengan bahan rempah-rempah lokal yang menyehatkan dan menghangatkan tubuh (Sultani et al., 2019). Inovasi ini menegaskan bir pletok sebagai manifestasi kearifan lokal dalam penciptaan minuman yang mengandung khasiat.

Minuman herbal non-alkohol ini lahir dari proses akulturasi dan kreativitas masyarakat Betawi di era kolonial, menjadikannya simbol kearifan lokal yang kaya akan nilai historis. Secara spesifik bir pletok merupakan wujud kreativitas dan adaptasi budaya masyarakat Betawi, yang menciptakan minuman penghangat non-alkohol dari rempah-rempah seperti jahe, serai, dan kayu secang sebagai tandingan dari bir beralkohol yang biasa dikonsumsi oleh bangsa Eropa. (Sultani et al., 2019).

Era kolonial, masyarakat Betawi yang kental dengan ajaran agama Islam menunjukkan sikap tidak simpati terhadap kebiasaan penjajah mengonsumsi *wine*. Kondisi tersebut dilatarbelakangi oleh nilai-nilai keagamaan, di mana masyarakat Betawi yang kental dengan ajaran agama Islam menganggap *wine* yang terbuat dari alkohol sebagai minuman yang haram untuk dikonsumsi. Meskipun terdapat pandangan negatif terhadap kebiasaan tersebut, muncul pula rasa penasaran masyarakat Betawi terhadap cita rasa *wine*. Hal ini memicu upaya kreatif dan adaptif dari masyarakat untuk mencari ide guna menciptakan minuman tandingan yang memiliki karakteristik menyerupai *wine* namun bersifat non alkohol dan menyehatkan. Upaya inovatif ini pada akhirnya, menghasilkan minuman tradisional yang hingga kini dikenal sebagai bir pletok, sebuah manifestasi budaya dalam merespons dan mengakulturasi elemen asing sesuai dengan kearifan lokal. Bir pletok memiliki rasa manis dari gula merah dan kayu manis, warna merah dari

secang dengan sensasi hangat yang berasal dari kombinasi jahe, serai, dan wangi daun pandan (Sultani 1970 dalam Kholishoh et al., 2020). Lebih dari sekadar minuman tradisional, bir pletok berfungsi sebagai medium kehangatan dalam interaksi sosial. Minuman ini disajikan dalam berbagai perayaan dan acara keluarga, sehingga menjadikannya simbol identitas yang membedakan budaya Betawi dari budaya lainnya (Sultani et al., 2019).

Kondisi nyata bir pletok di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan saat ini, menunjukkan perkembangan yang baik, beralih dari fase bertahan selama pandemi yang terjadi pada tahun 2020 hingga sekarang menuju modernisasi usaha. Produksi dan penjualan sekarang didominasi oleh UMKM berbasis keluarga yang mulai mengadopsi standar industri formal. Sebagian besar pembuatan bir pletok di Setu Babakan masih berlangsung dalam skala rumah tangga, tetapi dengan jumlah yang konsisten dan terukur. Nama-nama seperti Bir pletok Bang Isra, Bir pletok Babeh Boyo dan Ayu Lestari menjadi UMKM lokal yang penting. Sebagai contoh, UMKM Bang Isra dapat memproduksi hingga 2.000 botol per bulan untuk memenuhi permintaan dari wisatawan dan pesanan tertentu (Hasan et al., 2025). Beberapa UMKM unggulan di Setu Babakan kini telah mengantongi izin BPOM dan sertifikasi Halal, yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan pangan. Produk bir pletok ini dapat ditemukan di hampir semua toko di kawasan Kampung budaya Betawi Setu Babakan dan sekitarnya. Harga yang dijual berkisar antara Rp15.000 sampai Rp25.000 untuk setiap botol, tergantung pada ukuran dan jenis kemasan yang digunakan apakah kaca atau plastik sedangkan

dalam kemasan sachetan, dijual dengan harga sekitar Rp20.000 hingga Rp25.000. Dan bir pletok juga dijual dalam kemasan yang dingin maupun biasa.

Dalam memahami kualitas dari bir pletok di Kampung betawi Setu Babakan, Pengunjung memilih bir pletok di tempat ini karena, pandangan tentang "resep asli" serta manfaatnya bagi kesehatan (seperti adanya rempah-rempah seperti jahe, kayu manis, dan secang) yang dianggap lebih otentik dibandingkan dengan produksi bir pletok diluar area Kampung Betawi Setu Babakan. UMKM lokal kini tidak lagi tergantung pada kedatangan wisatawan secara langsung. Pemanfaatan media sosial dan *marketplace* telah memperluas jangkauan pasar hingga ke luar Jakarta.

Secara konseptual, bir pletok memiliki nilai simbolik yang penting untuk dimaknai oleh masyarakat Betawi. Nilai simbolik yang terkandung dalam bir pletok seperti simbol perlawanan budaya yang digunakan sebagai tandingan terhadap budaya minum alkohol Belanda, menunjukkan jati diri Betawi yang menghargai kesehatan dan norma agama. Dan simbol kehangatan dan stamina, pada kandungan rempahnya melambangkan harapan akan kehangatan hubungan persaudaraan serta kekuatan fisik (kesehatan) bagi keluarga yang menjalaninya. Pemaknaan simbol ini serupa dengan cara, masyarakat Betawi memahami simbol roti buaya dalam pernikahan adat mereka. Sebuah penelitian khusus dilakukan untuk membandingkan pemaknaan simbolik roti buaya dengan bir pletok. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Betawi memiliki kebiasaan untuk menyimpan simbol-simbol dalam berbagai kuliner, termasuk roti buaya maupun pada bir pletok (Safira & Ribawati, 2025). Kemampuan masyarakat Betawi dalam

memaknai simbol-simbol ini didukung oleh karakter sosial budaya mereka. Maka dari itu, penting meneliti makna simbolik pada bir pletok terutama ditujukan untuk generasi muda yang masih kurangnya pemahaman tentang bir pletok dan mawasnya pengetahuan generasi muda masyarakat Betawi tentang bir pletok sebagai warisan kuliner budaya suku Betawi. Penelitian lain menemukan bahwa masyarakat Betawi memiliki kecenderungan cukup religius dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat menjadi faktor pendukung dalam menafsirkan nilai-nilai filosofis dan simbolik pada warisan budaya mereka (Hidayatullah, 2020).

Bir pletok dikenal sebagai minuman sehat yang kaya akan manfaat, keberadaannya di tengah masyarakat urban saat ini menghadapi tantangan signifikan. Minuman ini mulai tergeser oleh minuman-minuman kontemporer yang lebih diminati oleh anak muda, terutama karena adanya improvisasi rasa dan kesegaran yang disukai oleh remaja dan anak-anak. Akibat pergeseran preferensi konsumsi ini, bir pletok menjadi semakin sulit ditemui dalam keseharian dan cenderung hanya muncul pada acara-acara tertentu di Jakarta. Contoh acara tersebut meliputi pernikahan adat Betawi, dan perayaan ulang tahun Kota Jakarta yang menyajikan berbagai kuliner khas Betawi (Mulyadi, 2007 dalam Hidayat et al., 2023).

Berdasarkan observasi peneliti, keberadaan bir pletok di luar acara formal kini, hanya ditemukan pada sentra dan kawasan sekitar pelestarian. Salah satu lokasi utama di mana bir pletok masih mudah dijumpai adalah di kawasan Kampung Betawi, seperti di wilayah Setu Babakan, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Bir pletok saat ini tidak hanya direpresentasikan sebagai minuman

tradisional, ada yang mengubahnya menjadi sorbet. Sorbet berasal dari bahasa Italia yang berarti es air, sorbet merupakan es dengan tekstur lembut yang terbuat dari jus buah atau pure buah, tanpa kandungan lemak, telur, gelatin, dan produk susu (Brown, 2011 dalam Rahma & Mardiyana, 2025). Dan pada penelitian ini juga menyebutkan bir pletok yang ditambah parutan kulit lemon lebih disukai dibandingkan variasi lainnya, yang ditambah rempah dan pemanis glukosa (Rahma & Mardiyana, 2025). Dalam penelitian lainnya, bir pletok tidak hanya dikonsumsi seperti dahulu yaitu minuman tradisional namun dialih bentuk menjadi sorbet (Rahma & Mardiyana, 2025), seperti ditambah es krim pada bir pletok (Pinandoyo et al., 2021) serta minuman instan. (Henidar & Tiadeka, 2019).

Penelitian yang dilakukan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) minuman tradisional bernama Bir pletok Babeh Boyo Jakarta, studi kasus yang berada di daerah Cipete, Jakarta Selatan menunjukkan adanya peningkatan konsumsi dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Karena hasil penelitian tersebut, selama tiga tahun tersebut, peningkatan konsumsi bir pletok di masyarakat menunjukkan tren yang sangat positif dalam penerimaan pasar untuk produk tersebut pada periode waktu yang spesifik dan signifikan. Tingkat konsumsi minuman tradisional ini adalah 13.511 liter pada tahun 2019. Kemudian naik signifikan menjadi 19.822 liter pada tahun 2020, dan pada tahun 2021, volumenya melonjak tajam hingga 29.740 liter. (Yusup & Sulistiani, 2024). Namun demikian, terdapat kesenjangan data (gap data) yang signifikan karena, belum adanya data terbaru yang menjelaskan apakah ada pergeseran minat dari generasi muda terhadap bir pletok di Setu Babakan antara tahun 2022 hingga 2025. Dan kesenjangan data

lainnya mengenai efektivitas, promosi digital berupa platform media sosial dari tahun 2022 hingga 2025. Jika promosi dilakukan secara digital namun pembeli tetap didominasi kelompok usia tua yang memungkinkan tidak terpapar promosi secara *online*, maka ada data yang hilang atau tidak sinkron mengenai siapa sebenarnya target konsumen yang berhasil dijangkau oleh UMKM terhadap penjualan bir pletok.

Berdasarkan hasil observasi terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bir pletok lainnya di kawasan perkampungan Betawi Setu Babakan, peneliti mencatat bahwa mayoritas konsumen yang membeli produk bir pletok adalah orang dewasa dan lansia yang memiliki jenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang diperkirakan berumur sekitar 40 hingga 60 tahun. Observasi ini menimbulkan asumsi peneliti bahwa, meskipun terjadi peningkatan penjualan pada tahun-tahun sebelumnya, produk bir pletok mungkin menghadapi tantangan dalam peningkatan pasar ke segmen konsumen muda, yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan eksistensinya di masa depan. Peneliti berargumen bahwa, eksistensi fisik di Setu Babakan saja tidak memadai. Untuk bisa bertahan, pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan literasi digital. Alasannya adalah bir pletok perlu ada di media sosial dan pasar daring agar tetap menarik bagi wisatawan milenial dan generasi muda yang mencari informasi secara *online* (daring) sebelum datang ke Setu Babakan. Dan alasan lainnya meneliti eksistensi bir pletok adalah mulai hilang tergerusnya warisan budaya kuliner tersebut di kalangan generasi muda masyarakat Betawi yang di era modernisasi ini, banyaknya minuman

kontemporer seperti, kopi susu kekinian, *cappucino*, *coldbrew*, *americano* dan masih banyak lainnya.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang berfokus pada perilaku konsumen Generasi Z terhadap minuman tradisional bir pletok Betawi, (studi kasus di Universitas Budi Luhur). Hasil studi menemukan bahwa, salah satu produk bir pletok dapat bertahan dan diminati oleh Generasi Z karena, faktor rasanya dan kandungan gula yang lebih banyak dibandingkan dengan variasi bir pletok lainnya. (Pradiptha et al., 2025). Menurut peneliti temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana adaptasi rasa, khususnya peningkatan rasa manis dapat memengaruhi penerimaan produk tradisional oleh segmen konsumen muda. Sehingga Mahasiswa Universitas Budi Luhur menerima baik bir pletok setelah dicoba, dengan rasa memicu konsumsi berulang dan menuju ke gaya hidup sehari-hari. Ini menunjukkan potensi pelestarian budaya Betawi di kalangan generasi muda (Gen Z), meski tantangan gaya hidup negara-negara Barat tetap ada bagi generasi muda. Eksistensi bir pletok tersebut pada lingkup Universitas Budi Luhur, bahwa Gen Z di Universitas Budi Luhur cenderung menjalani gaya hidup modern yang serba digital, tetapi mereka kurang memahami sejarah dan sarat budaya minuman tradisional seperti bir pletok.

Sir John Rankine Goody (1919–2015), yang lebih dikenal sebagai Jack Goody, dalam bukunya, berangkat dari sebuah pertanyaan sosiologis-antropologis yang mendasar mengapa masyarakat, Afrika tradisional sebagian besar tidak memiliki "kuliner yang terdiferensiasi", yang membedakan secara tegas antara kuliner kelas atas (*high cuisine*) dan kuliner kelas bawah. Goody menggunakan

kajian komparatif untuk mempelajari dan membandingkan pola produksi, pengolahan, dan konsumsi makanan orang Afrika Sub-Sahara terutama wilayah Ghana Utara dengan peradaban Eurasia yang terdiri dari Eropa, Timur Tengah, Cina dan India. Tokoh antropolog selanjutnya Sidney Wilfred Mintz (1922-2015). Mintz salah satu transformasi sosiologis-historis paling penting dalam budaya makan global, bagaimana gula, sebuah komoditas langka, asing, dan mahal yang berasal dari wilayah tropis. Secara efektif diubah menjadi kebutuhan pokok harian bagi kelas pekerja perkotaan di Inggris, dan membantu pertumbuhan kapitalisme industri Barat. Analisi yang dilakukan Mintz membedakan antara kecenderungan biologis manusia terhadap rasa manis, yang disebut *sweetness*, dan komoditas gula. Hal tersebut menegaskan bahwa meskipun manusia secara biologis menyukai rasa manis dan jumlah gula yang dikonsumsi oleh masyarakat, tidak ditetapkan secara biologis. Melainkan sebuah konstruksi sosial dan kultural yang dibentuk secara historis oleh hubungan kekuasaan, perkembangan pasar, dan dinamika ekonomi politik global.

Menurut pendapat Goody, (1982) kuliner berkaitan erat dengan sistem sosial, relasi kuasa, dan struktur sosial. Sehingga menurut asumsi peneliti dalam materialisme adanya indikasi bahwa, orang yang membuat bir pletok tidak sejahtera. Kajian ini didasarkan pada perspektif historis mengenai komoditas gula. Mintz, (1986) berpendapat bahwa, gula ikut berperan dalam munculnya budaya konsumsi modern. Peningkatan konsumsi gula sejalan dengan perubahan ekonomi industri gula, memberikan energi cepat bagi pekerja pabrik. Hal tersebut bisa dikaitkan untuk penelitian ini, bahwa efek atau khasiat apa yang diberikan pada

minuman bir pletok bagi tubuh. Setelah itu, kekuasaan terletak pada siapa yang mengontrol produksi dan distribusi pangan. Dan peneliti mencari siapa yang mengontrol produksi bir pletok. Perlu diketahui juga setiap budaya memiliki makna tersendiri terhadap makanan, termasuk rasa manis. Perspektif tersebut juga selaras dengan penelitian ini bahwa rasa manis dari bir pletok penting untuk diteliti karena, menurut Mintz berpendapat juga bahwa, preferensi rasa bukan sekadar soal lidah, melainkan soal kekuasaan dan kelas sosial. Penulis juga akan mengkaji atau melihat adanya polarisasi antara generasi muda senang sekali dengan rasa manis pada bir pletok, sedangkan kalangan dewasa yang berumur 40 tahun gemar rasa manis tetapi berlebihan.

Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, Gula dahulunya adalah barang mewah sebelum menjadi konsumsi massa. Karena Kandungan yang berada pada bir pletok salah satunya terdiri dari gula. Oleh karena itu, bir pletok memiliki sejarah sebagai "bir tanpa alkohol" yang meniru gaya hidup kolonial Belanda namun disesuaikan dengan nilai Islam dan lokal Betawi. Rasa manis bisa diteliti sebagai simbol kemewahan masa lalu yang kini menjadi identitas budaya. Apakah masyarakat urban melihat rasa manis bir pletok sebagai "rasa tradisional yang autentik" atau justru sebagai hambatan (misalnya bagi mereka yang sadar kesehatan). Namun, di zaman sekarang eksistensi bir pletok menghadapi tantangan yang kompleks.

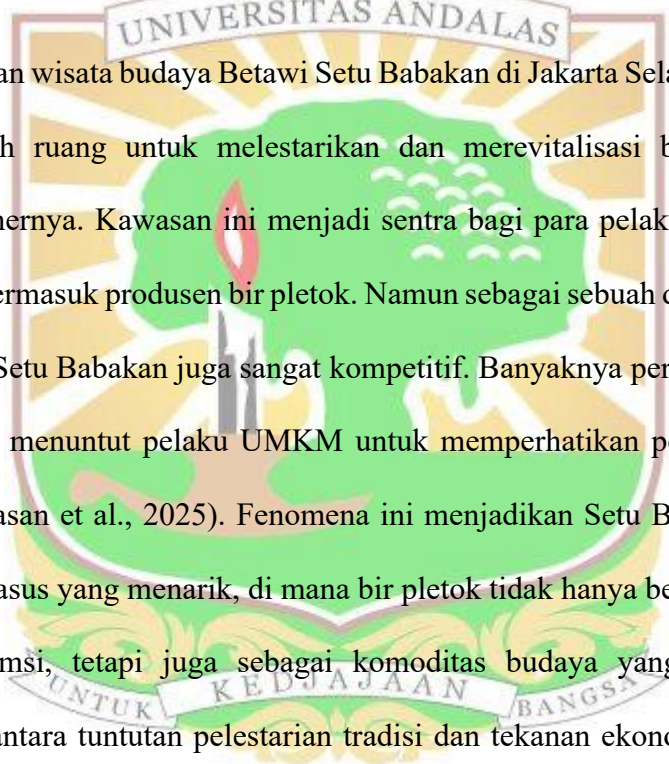
Berdasarkan data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi bir pletok di kampung budaya Betawi, Setu Babakan, Jakarta Selatan adalah usaha Bir pletok Bang Isra. Mengenai hal tersebut maka terdapat masalah

yang nyata dalam UMKM Bir pletok Bang Isra, mengetahui banyaknya pesaing dengan produk yang sama dan segmentasi atau sasaran konsumen yang sama di kawasan wisata Kampung Betawi, Setu Babakan. Masalah persaingan tersebut mengharuskan UMKM Bir pletok Bang Isra untuk berupaya dalam meningkatkan strategi pemasarannya dengan memperhatikan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) agar dapat memengaruhi pelanggan dalam keputusan pembelian. (Hasan et al., 2025).

Selaras dengan penjelasan pada paragraf sebelumnya, terdapat kendala yang dialami oleh pelaku usaha bir pletok tentang upaya pelaku usaha dalam melakukan strategi branding produk bir pletok. Pada penelitian dengan pendekatan studi kasus di Kecamatan Setu, Kota Bekasi yang berjudul Strategi Branding Produk Lokal Bir Pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi menunjukkan hasil penelitian bahwa, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam hal konsistennya dan efektivitas citra merek bir pletok. Sehingga, upaya branding yang dilakukan belum mampu membangun citra branding yang kuat dan berkelanjutan di pikiran konsumen, sehingga bir pletok sebagai identitas budaya Betawi diperlukan penguatan strategi lebih kuat untuk dapat bisa bersaing dengan minuman kontemporer di zaman sekarang ini kopi susu, boba dan lainnya.

Gempuran minuman modern seperti kopi kekinian, teh boba, komodifikasi bir pletok yang telah dicampur varian rasa dan berbagai minuman kemasan lainnya telah mengubah selera dan preferensi konsumen, terutama di kalangan generasi muda Jakarta, lalu adanya jenis bir pletok yang dijual di restoran kelas atas.

Akibatnya, bir pletok sering kali hanya ditemukan di acara-acara budaya tertentu seperti di pernikahan adat Betawi, lokasi wisata, atau diproduksi oleh segelintir penggiat yang masih setia. Terjadi pergeseran persepsi dan fungsi bir pletok, dari yang semula merupakan minuman komunal yang lekat dengan kehidupan sehari-hari, kini berpotensi menjadi sekadar produk nostalgia atau komoditas pariwisata. Fenomena ini memunculkan pertanyaan mendesak tentang bagaimana bir pletok bertahan dan dikonstruksi maknanya dalam kehidupan urban Jakarta saat ini.



Kawasan wisata budaya Betawi Setu Babakan di Jakarta Selatan, dihadirkan sebagai sebuah ruang untuk melestarikan dan merevitalisasi budaya Betawi, termasuk kulinernya. Kawasan ini menjadi sentra bagi para pelaku usaha kuliner khas Betawi, termasuk produsen bir pletok. Namun sebagai sebuah destinasi wisata, persaingan di Setu Babakan juga sangat kompetitif. Banyaknya persaingan dengan produk serupa menuntut pelaku UMKM untuk memperhatikan pengaruh bauran pemasaran (Hasan et al., 2025). Fenomena ini menjadikan Setu Babakan sebagai sebuah studi kasus yang menarik, di mana bir pletok tidak hanya berfungsi sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai komoditas budaya yang eksistensinya dikonstruksi, antara tuntutan pelestarian tradisi dan tekanan ekonomi masyarakat urban.

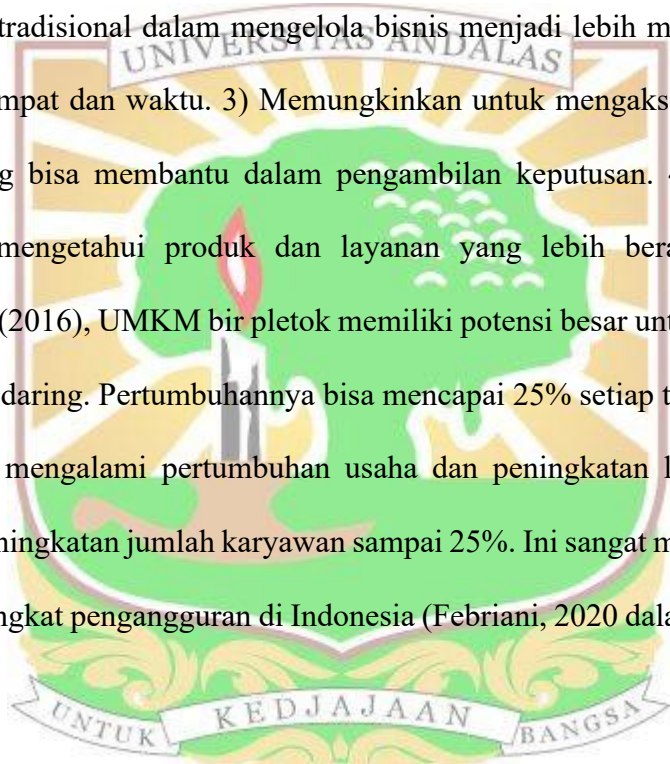
Persaingan produk yang semakin sengit di pasaran membuat setiap produk berlomba-lomba untuk merebut hati konsumen, salah satu caranya dengan melakukan promosi. Media promosi yang digunakan pun sangat beragam, mulai dari yang konvensional hingga yang paling modern. Promosi melalui kemasan umumnya dituangkan pada desain grafis kemasannya. Mulai dari menggunakan

kata-kata sederhana hingga mekanisme promosi yang detail. Promosi tidak selalu harus berkaitan dengan hadiah yang diberikan ketika konsumen membeli produk tersebut. Tetapi promosi juga bias berupa pesan-pesan yang berkaitan dengan kearifan lokal, keunggulan produk atau hal-hal baik jika mengonsumsi produk tersebut. (Wahyudi, 2017). Tantangan yang dihadapi tidak hanya datang dari preferensi konsumen, tetapi juga dari sisi produksi dan pemasaran. Banyak produsen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bir pletok masih menjalankan usahanya secara tradisional. Pelaku usaha sering kali hanya memproduksi berdasarkan pesanan dan menjual produk dalam kemasan besar tanpa merek. (Darna et al., 2021). Selain itu, masih banyak yang belum menyadari bahwa branding melalui kemasan dapat meningkatkan citra produk (Kusumah, Wisnu Indra et al., 2021). Dari sisi mutu produksi sering kali belum mengacu pada standar, Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan HACCP, sehingga masa kedaluwarsa produk relatif singkat dan sulit mendapatkan sertifikasi dari Badan POM RI. (Abna et al., 2022)

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, mendorong pelaku usaha harus adanya kreativitas dari pelaku UMKM di Kampung Betawi karena seiring berkembangnya zaman, generasi Z apabila ingin membeli suatu hal seperti minuman ataupun makanan biasanya dari platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan lainnya. Maka dari itu, sulitnya bir pletok dikenal oleh masyarakat kalangan muda karena, menurut peneliti bir pletok umumnya dikonsumsi oleh kalangan orang tua atau lansia yang dimana khasiatnya untuk kesehatan tubuh. Namun di sisi lain, adanya fenomena yang peneliti alami bahwa

bir pletok dijual di restoran mewah seperti di Remboelan. Dalam penelitian tersebut terdapat adanya, perbedaan antara bir pletok yang dijual bebas di lingkup daerah perkampungan Betawi atau bir pletok yang dijual di restoran mewah tersebut telah dimodifikasi seperti telah dicampur oleh bahan-bahan lain.

Dalam mempromosikan produk bir pletok, penggunaan teknologi internet seperti pemasaran *online*, menawarkan sejumlah keuntungan yaitu: 1) mengubah cara pandang tradisional dalam mengelola bisnis menjadi lebih modern. 2) Tidak terikat oleh tempat dan waktu. 3) Memungkinkan untuk mengakses lebih banyak informasi yang bisa membantu dalam pengambilan keputusan. 4) Memberikan akses untuk mengetahui produk dan layanan yang lebih beragam. Menurut penelitian Joe (2016), UMKM bir pletok memiliki potensi besar untuk berkembang melalui bisnis daring. Pertumbuhannya bisa mencapai 25% setiap tahun. Sebanyak 81% UMKM mengalami pertumbuhan usaha dan peningkatan laba, serta 30% mengalami peningkatan jumlah karyawan sampai 25%. Ini sangat membantu dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia (Febriani, 2020 dalam. Darna et al., 2021).



Sedangkan dari perspektif konsumen, terdapat pandangan positif mengenai peranan media sosial. Selain dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, media sosial juga sering kali dimanfaatkan oleh konsumen untuk mencari barang yang mereka perlukan (Ramadhan & Zuliestiana, 2019). Berdasarkan penelitian (Nina Halimatu Salamah et al., 2021), jika pemasaran di media sosial dilakukan secara maksimal, maka masyarakat akan lebih menyadari keberadaan produk di platform-platform media sosial seperti *e-commerce* seperti *shopee* dan

Tokopedia, serta akan terjadi peningkatan jumlah pengunjung di situs web *e-commerce* atau media sosial lainnya. Oleh karena itu, media sosial menjadi elemen penting dalam meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk yang mereka perlukan atau inginkan (Noor et al., 2025).

Penelitian lainnya membahas bir pletok dari berbagai perspektif seperti pada jurnal pengembangan produk, strategi pemasaran digital dan potensi sebagai minuman fungsional (Afriadi & Susanto, 2025), masih terdapat celah penelitian yang perlu diisi. Studi ini menyelidiki makna budaya dan sosial bir pletok bagi masyarakat suku Betawi di Kampung Betawi Setu Babakan, Jakarta Selatan. Penelitian ini meneliti bagaimana bir pletok berfungsi dalam lingkungan kota yang dinamis dan terus berubah. Dilihat sebagai simbol identitas, warisan kearifan lokal, dan sarana untuk menghubungkan orang-orang dalam berbagai perayaan dan ritual Betawi. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk memberitahu masyarakat Betawi tentang nilai-nilai filosofis dan sejarahnya, dengan fokus pada generasi muda.

B. Rumusan Masalah

Arus globalisasi dan modernisasi telah mengubah banyak hal dalam struktur sosial dan budaya di kota-kota besar. Meski secara sejarah, bir pletok memiliki arti penting sebagai bagian dari kearifan lokal, khususnya dalam aspek kesehatan dan kehidupan sosial, namun peneliti berpendapat bahwa kini eksistensi dari bir pletok semakin terancam karena, perubahan selera masyarakat perkotaan, terutama generasi muda yang lebih tertarik pada minuman kontemporer dengan berbagai variasi rasa.

Selain menghadapi tantangan yang berkaitan dengan keberadaannya, bir pletok juga memiliki simbolik yang penting, seperti warisan budaya Betawi lainnya. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak fokus pada aspek teknis produk atau strategi pemasaran, sehingga belum ada yang membahas makna simbolik yang terkandung dalam bir pletok terutama bagi generasi muda masyarakat Betawi. Oleh karena itu, penting untuk menggali bagaimana masyarakat Betawi mengonstruksi makna bir pletok secara simbolik maupun budaya terutama kepada generasi muda masyarakat Betawi.

Kesenjangan antara makna simbolik dari bir pletok di satu sisi dan lemahnya minat konsumsi bir pletok saat ini di sisi lain inilah yang menjadi perbedaan yang mendorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut, karena apabila kondisi tersebut dibiarkan tanpa pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana generasi muda memaknai dan mengonstruksi identitas bir pletok, maka eksistensi dari bir pletok pada masyarakat urban sebagai bagian yang, tidak terpisahkan dari identitas Betawi berpotensi semakin tergerus oleh arus modernisasi.

Bir pletok, dalam konteks ini bukanlah sebagai objek minuman biasa, melainkan sebuah wadah yang memiliki kepentingan saling mengonstruksi makna antara generasi tua yang memaknainya sebagai warisan leluhur etnis Betawi sedangkan generasi muda, yang memandangnya sebagai minuman untuk menyehatkan tubuh saja. Sehingga timbulnya tuntutan pelestarian bir pletok dengan tekan ekonomi pasar yang menuntut inovasi dan daya saing antara pelaku usaha industri rumah tangga yang mempertahankan resep otentik maupun daya saing antar UMKM bir pletok di kawasan Setu Babakan seperti Bir Pletok Bang Isra, Bir

Pletok SB, dan industri rumah tangga sekitar kawasan Setu Babakan. Serta pihak restoran kuliner modern yang memodifikasi produk untuk menyesuaikan selera pasar urban Jakarta. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bir pletok diproduksi, distribusi, di konsumsi serta di pertahankan sebagai warisan budaya Betawi dalam masyarakat urban?
2. Bagaimana produsen, aktor budaya, generasi muda maupun tua mengonstruksi makna, autentifikasi dan inovasi bir pletok?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan bir pletok diproduksi, distribusi dan dikonsumsi serta dipertahankan sebagai warisan budaya Betawi dalam masyarakat urban.
2. Menjelaskan produsen, aktor budaya, generasi muda maupun tua mengonstruksi makna, autentifikasi dan inovasi bir pletok.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini, diharapkan adanya manfaat kajian mengenai makanan sebagai penanda identitas budaya. Karena penelitian ini saling berkaitan dengan mata kuliah Antropologi Sosial. Dengan menganalisis bir pletok, penelitian ini akan menunjukkan bagaimana sebuah produk kuliner tidak hanya berfungsi sebagai bahan konsumsi, tetapi juga sebagai simbol yang merefleksikan sejarah, proses akulturasi nilai-nilai sosial, dan cara sebuah kelompok menjelaskan identitasnya di tengah perubahan zaman. Penelitian ini akan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang antropologi kuliner (*food studies*). Hasil penelitian akan

menyajikan sebuah studi kasus yang mendalam tentang bagaimana sebuah produk kuliner tradisional seperti bir pletok ini bertahan, beradaptasi, dan dikonstruksi maknanya di tengah arus modernisasi dan globalisasi di sebuah kota metropolitan. Ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang dinamika identitas budaya dalam masyarakat yang terus berubah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan data dan wawasan untuk masyarakat dan pelaku budaya Betawi, membantu mereka merumuskan strategi pelestarian dan regenerasi budaya yang lebih efektif. Dengan memahami makna bir pletok di kalangan generasi muda dan masyarakat, komunitas Betawi dapat mengembangkan metode baru untuk memperkenalkan nilai-nilai filosofisnya, sekaligus memperkuat identitas budaya mereka. Bagi produsen dan penjual bir pletok, hasil penelitian ini menjadi panduan strategis dalam pengembangan usaha, dengan informasi tentang preferensi konsumen, potensi pasar baru, dan persepsi publik yang dapat dimanfaatkan untuk inovasi produk dan pemasaran, tanpa menghilangkan esensi budaya. Ini berpotensi meningkatkan daya saing produk dan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha. Selanjutnya bagi pemerintah dan pengelola wisata, dalam penyusunan strategi pelestarian budaya berbasis data. Penelitian ini menyediakan data empiris tentang dinamika eksistensi bir pletok, yang dapat digunakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk membuat kebijakan pelestarian budaya Betawi yang lebih tepat sasaran. Pemerintah dapat membuat program edukasi atau festival budaya yang menanamkan nilai sejarah dan filosofis kepada masyarakat luas dengan memahami bagaimana generasi muda mengonstruksi makna terhadap

makanan tradisional. Selain itu, publikasi hasil penelitian ini akan meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap bir pletok sebagai bagian penting dari sejarah dan budaya Jakarta.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk memperkaya proposal penelitian ini, penulis mengumpulkan beberapa referensi yang menjadi pijakan, dan mengukur batasan dan kebaruan penelitian ini.

Pertama, dengan judul *“Cita Rasa Kuliner Lokal Bir pletok Sebagai Identitas Budaya Betawi Di Jakarta (1970-2000an)”*. Pada artikel ini, karya Zofrano Ibrahimsyah Magribi Sultani. Telah dipublikasikan tahun 2020, membahas secara mendalam tentang bir pletok sebagai representasi identitas budaya Betawi di Jakarta dalam rentang waktu 1970-an hingga 2000-an. Penelitian ini membahas juga asal-usul bir pletok sebagai produk adaptasi dan kearifan lokal masyarakat Betawi terhadap budaya minum bir orang Eropa pada masa kolonial, di mana minuman beralkohol digantikan dengan ramuan rempah yang halal dan menyehatkan. Menggunakan pendekatan studi kepustakaan dan wawancara, artikel ini menganalisis bir pletok tidak hanya sebagai produk kuliner, tetapi juga sebagai warisan budaya tak benda (*intangible*) yang memiliki fungsi sosial, kesehatan, dan identitas di tengah arus modernisasi dan globalisasi. Persamaan penelitian saya dengan penelitian tersebut sama-sama memiliki argumen bir pletok bukan sekadar minuman, melainkan simbol identitas masyarakat Betawi di Jakarta. Sedangkan perbedaannya pada metode penelitian, saya menggunakan penelitian kualitatif

dengan pendekatan Studi Kasus dan penelitian tersebut menggunakan metode penelitian sejarah.

Selanjutnya literatur kedua berjudul, *“Desain Kemasan Produk UMKM Bir Pletok Sebagai Branding Meningkatkan Citra Minuman Khas Tradisional Jakarta di Masa Covid-19”*. Yang ditulis oleh Wisnu Indra Kusumah, Desiana Nur Indra Kusumawati, Widyo Wibisono, Adittiya Dwi Darma. Literatur tersebut terbit tahun 2021. Artikel ini sangat bermanfaat sebagai studi kasus mengenai cara desain visual komunikasi digunakan untuk memperkuat produk UMKM tradisional. Penelitian ini berhasil menyajikan sebuah panduan desain yang lengkap, menggabungkan fungsi kemasan yang praktis dengan strategi branding yang kuat dan berasal dari budaya lokal. Meski masih kurang dalam hal data validasi empiris dan analisis biaya, penelitian ini tetap menjadi contoh yang menginspirasi serta panduan metode bagi desainer, akademisi, dan pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Maka dari itu penting strategi promosi bir pletok yang baik dan benar untuk menghadapi arus modernisasi. Persamaan penelitian saya dengan penelitian tersebut adalah sama-sama menyatakan bahwa pentingnya peran pelaku usaha atau UMKM lokal dalam menjaga keberlangsungan produk bir pletok di masyarakat Betawi. Sedangkan perbedaannya adalah penerapan disiplin ilmunya yang dimana, penelitian penulis rumpun Antropologi Sosial sedangkan penelitian tersebut DKV (Desain Komunikasi Visual).

Literatur ketiga, menurut penelitian Ryan Hidayat, Febrianto Saptodewo dan Rina Wahyu Winarni (2023), Penelitian ini berfokus pada perancangan media kreatif berupa komik bergerak untuk mengangkat kembali popularitas minuman

tradisional Betawi, bir pletok. Latar belakang penelitian ini adalah fenomena tergesernya eksistensi bir pletok oleh minuman modern yang lebih diminati kalangan muda, sehingga kini hanya dapat ditemui pada acara-acara budaya tertentu. Untuk mengatasi masalah ini, penulis merancang sebuah komik bergerak berjudul "Bir pletok, Khasiat Minuman Rempah" yang ditujukan bagi audiens di Jakarta berusia 20-30 tahun. Dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara, penelitian ini menghasilkan sebuah media audio visual yang menceritakan sejarah dan manfaat bir pletok dengan gaya yang menarik dan modern. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian tersebut sama-sama mengangkat bir pletok, sebagai minuman tradisional khas Betawi. Sedangkan perbedaannya adalah pada hasil penelitiannya yang dimana hasil penelitian penulis berupa, deskripsi mendalam mengenai fenomena sosial pada kuliner bir pletok di Setu Babakan sedangkan penelitian tersebut perancangan media "Bir pletok, Khasiat Minuman Rempah" untuk menarik minat anak muda.

Literatur keempat, penelitian dengan judul *"Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Bir pletok UMKM Bang Isra di Kawasan Wisata Setu Babakan, Jakarta Selatan"*. Yang ditulis oleh Fadli Hasan, Fatimah Azzahra, dan Anna Melani (2025). Artikel tersebut memberikan penelitian empiris dan peneliti mendapatkan pemahaman yang berharga tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk kuliner tradisional di lingkungan usaha mikro, kecil, dan menengah. Penelitian ini dengan baik menunjukkan bahwa hampir semua elemen dalam bauran pemasaran 7P, kecuali promosi, berperan penting

dalam memengaruhi keputusan konsumen di UMKM Bir pletok Bang Isra. Dengan menggunakan metode kuantitatif yang kuat, studi ini tidak hanya menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, tetapi juga menyajikan rekomendasi yang didasarkan pada data yang jelas bagi para pelaku usaha. Meskipun terdapat keterbatasan dalam teknik pengambilan sampel, penelitian ini tetap menjadi studi kasus yang baik dan relevan, serta bisa menjadi contoh bagi UMKM lain yang ingin mengevaluasi efektivitas strategi pemasarannya secara ilmiah. Persamaan penelitian saya dengan penelitian tersebut pada lokasi yang sama-sama dilakukan di Kampung Betawi Setu Babakan. Sedangkan perbedaan dari penelitian tersebut adalah penelitian saya menggunakan analisis data kualitatif (model Spradley, Geertz atau Miles & Huberman) untuk memahami makna mendalam. Sedangkan penelitian tersebut menggunakan statistik untuk melihat hubungan antar variabel (simultan dan parsial).

Literatur kelima, penelitian ini dilakukan oleh Darna, Iwan Susanto dan Tyas Maheni. Dengan judul *“Pengembangan Produk Bir pletok Sebagai Minuman Tradisional Khas Betawi Melalui Kemasan dan Pemasaran Online (2021)”*. Secara keseluruhan, artikel ini menyajikan sebuah laporan yang baik mengenai inisiatif pengabdian masyarakat yang sangat relevan dan dibutuhkan. Program ini berhasil mengatasi tantangan mendasar yang dihadapi oleh UKM tradisional dengan memperkenalkan konsep kemasan modern dan pemasaran digital. Kontribusi terbesarnya adalah keberhasilan dalam proses, edukasi dan motivasi yang mampu mengubah paradigma bisnis para pelaku UMKM bir pletok, membekali mereka dengan fondasi untuk berkembang di era modern. Persamaan dari penelitian

tersebut adalah sama-sama memiliki keresahan yang sama, yaitu tantangan bagi produk bir pletok sebagai identitas budaya Betawi untuk tetap eksis dan bersaing di tengah arus modernitas dan budaya populer. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut adalah fokus permasalahannya tentang masalah teknis produksi: pemasaran tradisional, belum ada legalitas usaha, belum ada sertifikat halal, dan kemasan yang kurang layak dan penelitian saya mencari masalah konstruksi makna simbolik pada bir pletok dan eksistensi bir pletok dalam masyarakat urban.

Literatur keenam, penelitian tentang *“Potensi Bir pletok Sebagai Minuman Fungsional Komersial”*. Terbit tahun 2023. Artikel yang ditulis oleh Andre Yusuf Trisna Putra dkk, ini membahas secara mendalam tentang peluang pengembangan bir pletok, minuman tradisional Betawi, menjadi produk minuman fungsional yang bisa dijual secara komersial. Penulis artikel tersebut menjelaskan secara terstruktur berbagai hal yang berkaitan, mulai dari asal-usul sejarah dan budaya minuman ini yang muncul pada masa kolonial Belanda sebagai pengganti anggur bagi masyarakat Betawi. Artikel ini juga menjelaskan sifat-sifat bir pletok, termasuk bahan utamanya yang terdiri dari berbagai bahan rempah seperti jahe, kayu manis, secang, dan serai, serta cara pembuatannya yang sederhana yaitu melalui proses merebus dan menyaring. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui potensi, tantangan, serta inovasi yang diperlukan agar bir pletok dapat masuk ke pasar yang lebih luas sebagai minuman fungsional yang berkualitas. Persamaan penelitiannya sama-sama membahas bir pletok sebagai pembahasan utamanya. Sedangkan perbedaan penelitiannya pada subjek penelitiannya, yang dimana pada penelitian ini bersubjek pada masyarakat Betawi dalam memahami bir pletok sebagai warisan

kuliner budaya sedangkan penelitian tersebut berfokus pada strategi promosi bir pletok.

Literatur ketujuh, penelitian artikel ini berjudul *“Perilaku Konsumsi Generasi Z terhadap Minuman Tradisional Bir pletok Betawi di Universitas Budi Luhur”* ditulis oleh Anindya Putri Pradiptha, Jasmine Qur'ani, dan Tina Selviana. Penelitian ini berfokus dalam menganalisis bagaimana pengaruh persepsi rasa dan perilaku konsumsi terhadap gaya hidup Generasi Z, karena adanya kecenderungan generasi yang lebih suka dengan gaya hidup modern yang ke arah kebarat-baratan, sehingga munculnya ketakutan terhadap stigma tentang melupakan sejarah dan budaya minuman tradisional. Hasil penelitian ini adalah adanya perpaduan antara rasa yang bisa diterima dan kebiasaan konsumsi yang rutin, dan sangat berperan penting dalam mempertahankan identitas budaya serta kelestarian minuman tradisional di tengah arus modernisasi. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah sama-sama mempunyai keresahan bahwa tantangan keberlangsungan budaya lokal khususnya bir pletok di tengah arus globalisasi, modernisasi, dan gaya hidup modern. Sedangkan perbedaannya pada lokasi penelitian, sedangkan penelitian ini di lingkup Universitas Budi Luhur sedangkan penelitian saya berada di Kampung Betawi Setu Babakan

Literatur terakhir, penelitian dengan judul *“Strategi Instagram Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bir pletok Alifah Bagi Pelaku UMKM Jakarta Utara”*. Penelitian yang dilakukan oleh (Afriadi & Susanto, 2025). Secara keseluruhan, penelitian ini berhasil menyajikan analisis deskriptif yang mendalam mengenai penerapan strategi digital marketing melalui Instagram oleh sebuah

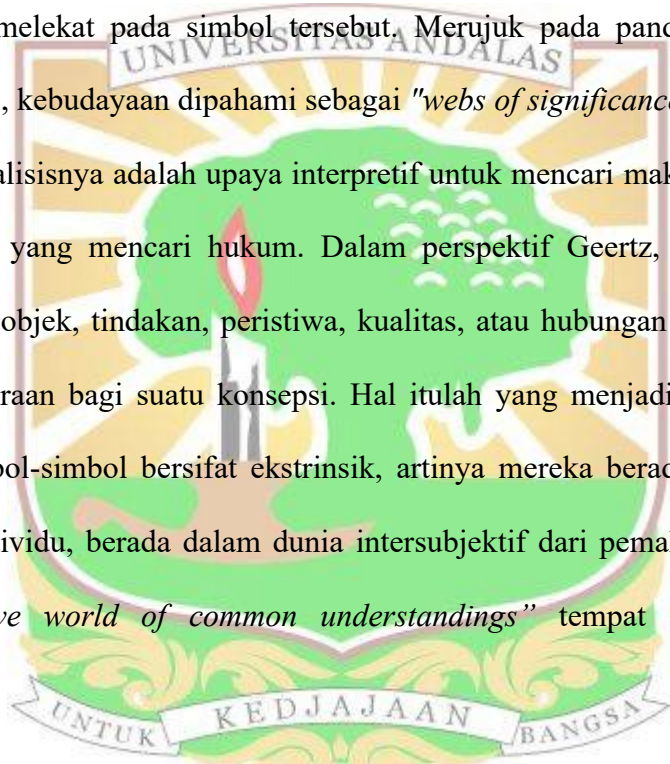
UMKM kuliner tradisional. Artikel ini secara efektif menunjukkan bagaimana platform media sosial dapat menjadi alat promosi yang murah dan berdampak besar jika dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat, seperti interaksi aktif, konten yang relevan, dan kolaborasi. Penelitian ini menjadi kontribusi penting dalam literatur komunikasi pemasaran digital di Indonesia, khususnya dalam konteks pemberdayaan UMKM di era digital, yang dimana bir pletok di zaman ini sulit untuk di jual, di lingkup masyarakat urban. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian saya adalah keduanya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai fenomena bir pletok yang diteliti. Sedangkan perbedaannya pada informan, yang dimana informan penelitian saya adalah masyarakat Betawi yang mengonsumsi bir pletok, dan masyarakat Betawi yang memproduksi bir pletok. Sedangkan penelitian tersebut menggunakan informan admin media sosial, pelaku UMKM, dan pengikut (*followers*) akun *Instagram* @birplektokalifah.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini, memberikan wawasan tentang makna suatu fenomena sosial sangat penting untuk menggali bagaimana masyarakat memberi arti terhadap objek budaya yang mereka miliki. Aliran antropologi interpretif atau simbolik adalah dasar pendekatan observasi partisipatoris (Geertz, 2017). Geertz menggambarkan manusia sebagai "makhluk yang terjatuh dalam jaringan makna yang ditunainya sendiri". Oleh karena itu, ia menggambarkan budaya sebagai jaringan makna ini. (Geertz, 2017), menjelaskan di dalam bukunya mengenai cara memposisikan antropologi bukan sebagai ilmu eksperimental yang mencari hukum kausal,

melainkan sebagai ilmu interpretatif yang mencari makna. Ia mendefinisikan kebudayaan sebagai "jaring-jaring makna yang dipintal oleh manusia itu sendiri" (*webs of significance he himself has spun*). Makna tidaklah bersifat privat (berada dalam pikiran individu), melainkan publik dan terekspresikan secara ekstrinsik melalui tindakan dan praktik sosial.

Tugas peneliti adalah melakukan analisis simbolik untuk mengungkap makna yang melekat pada simbol tersebut. Merujuk pada pandangan Clifford Geertz, (2017), kebudayaan dipahami sebagai "*webs of significance he himself has spun*," dan analisisnya adalah upaya interpretatif untuk mencari makna, bukan ilmu eksperimental yang mencari hukum. Dalam perspektif Geertz, (2017), simbol adalah segala objek, tindakan, peristiwa, kualitas, atau hubungan yang berfungsi sebagai kendaraan bagi suatu konsepsi. Hal itulah yang menjadi makna simbol tersebut. Simbol-simbol bersifat ekstrinsik, artinya mereka berada di luar batas organisme individu, berada dalam dunia intersubjektif dari pemahaman bersama "*intersubjective world of common understandings*" tempat setiap individu dilahirkan.



Menurut Geertz, (2017), simbol dalam kebudayaan memiliki fungsi ganda yang krusial, yaitu sebagai sumber informasi yang membentuk proses sosial dan psikologis, yang Geertz sebut sebagai *model of* dan *model for*. Simbol adalah kendaraan bagi suatu konsepsi yang berfungsi secara timbal balik. Fungsi informatif (*Template*) simbol bertindak sebagai sumber informasi yang memberikan bentuk definitif pada proses sosial dan psikologis. Manusia sangat bergantung pada mekanisme kontrol ekstra genetik ini, program kultural untuk mengarahkan

perilakunya, sebab perilaku manusia secara inheren sangat plastis dan tidak ditentukan secara ketat oleh genetik. Sebagai *model for* (model untuk kenyataan), simbol merefleksikan, menyesuaikan diri, dan memberikan bentuk konseptual objektif pada realitas yang ada (misalnya, bir pletok menjadi model yang merepresentasikan identitas dan warisan Betawi).

Merepresentasikan tentang simbol juga menurut Geertz, (2017), "apa adanya" (*the way things in sheer actuality are*). Sebaliknya, sebagai *model of* (model dari kenyataan), simbol bertindak sebagai program budaya atau *blueprint* yang secara aktif membentuk, membimbing, dan mengorganisasi perilaku individu serta hubungan sosial, mengarahkan individu pada tindakan-tindakan "yang seharusnya" dilakukan (motivasi untuk melestarikan tradisi). Simbol mengarahkan individu tentang "bagaimana seharusnya" (*the way things ought to be*). Dualitas fungsi ini menjelaskan bagaimana bir pletok tidak hanya mencerminkan tetapi juga mengarahkan pembentukan identitas generasi muda Betawi. Makna bir pletok terungkap ketika kita, menganalisis bagaimana ia menjadi *model for* (misalnya, merepresentasikan kehangatan tradisi Betawi) dan *model of* (seperti, memotivasi generasi muda untuk melestarikan identitas lokal).

Makna simbolik memiliki kekuatan integratif dalam kebudayaan melalui penyelarasan dua dimensi utama yaitu, *Ethos* adalah gaya moral dan estetika suatu masyarakat seperti nada, karakter, dan kualitas hidup mereka. Sisi afektif dari budaya dan *World View* (pandangan dunia) adalah konsepsi masyarakat tentang tatanan eksistensi yang sesungguhnya kosmologi dan metafisika mereka; sisi kognitif dari budaya (Geertz, 2017). Teori pemaknaan Geertz menyatakan bahwa

simbol bekerja dengan menyelaraskan kedua dimensi ini, sehingga membuat *world view* tampak hidup secara emosional dan *ethos* tampak masuk akal secara kognitif. Sehingga, menurut peneliti penyelarasan ini menghasilkan petunjuk baik dalam bentuk *moods* (suasana hati) maupun *motivations* (dorongan bertindak) pada generasi muda untuk, bertindak sesuai dengan konsepsi identitas Betawi yang diwariskan, yang merupakan kunci untuk menjawab bagaimana mereka memaknai bir pletok.

Dalam hal tersebut peneliti berasumsi bir pletok, sebagai artefak budaya tidak dipandang sebagai objek material semata, melainkan sebagai sebuah sistem simbol publik. Penelitian ini memandang bir pletok sebagai suatu wujud kuliner bukan sekadar objek material atau komoditas ekonomi, melainkan sebagai sebuah sistem simbol yang terjalin dalam kerangka kebudayaan Betawi. Dalam konteks ini peneliti menyatakan, eksistensi bir pletok dalam masyarakat urban Jakarta Selatan dan pemaknaannya oleh generasi muda Betawi akan dibedah sebagai ekspresi dari jaring-jaring makna tersebut.

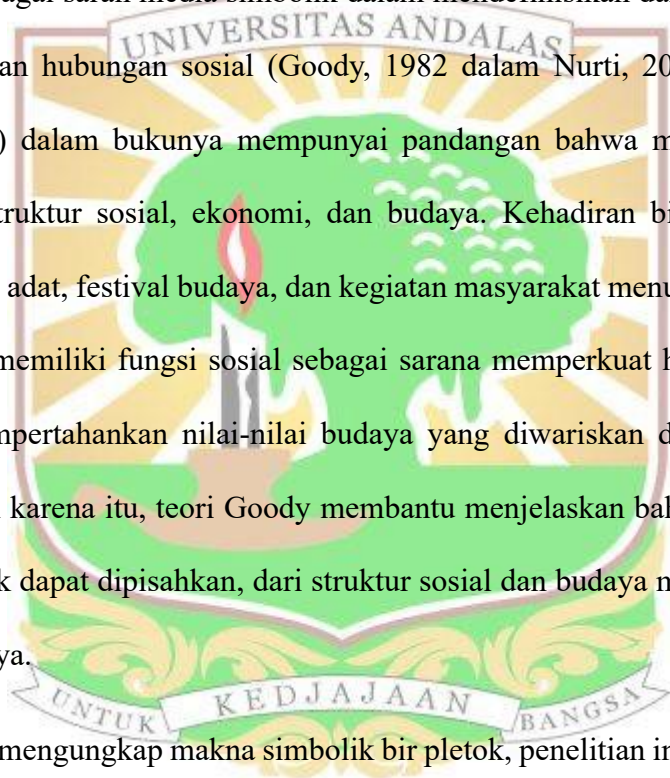
Menurut Nurti, (2017), pada sub bagian "kajian makanan sebagai simbol," penulis mengelaborasi bagaimana makanan menjadi medium untuk menyampaikan makna-makna khusus dalam aktivitas sosial. Makanan tidak hanya dilihat sebagai objek, tetapi juga sebagai simbol yang mendefinisikan suatu peristiwa, tempat, bahkan emosi. Makanan sebagai simbol-simbol tertentu akan memiliki makna-makna tertentu dalam banyak aktivitas sosial. Misalnya dalam makanan yang digunakan dalam perayaan adat, upacara adat atau upacara perkawinan. Makanan tidak hanya sesuatu untuk dimakan, atau sesuatu untuk disuguhkan kepada tamu

atau anggota kerabat yang sedang mengikuti perayaan, tetapi makanan, jenis makanan, serta tata cara penyajiannya menjadi simbol-simbol budaya tertentu (Nurti, 2017). Sama halnya dengan minuman tradisional bir pletok khas Betawi.

Selanjutnya menurut Nurti, (2017), pada sub bagian "makanan sebagai pembentuk identitas etnis," penulis membahas bagaimana kuliner menjadi penanda atau ciri khas suatu kelompok etnis. Sedangkan menurut pendapat Mintz, (1986), bahwa makanan memiliki sejarah di dalamnya dan mencerminkan hubungan kekuasaan masa lalu, atribut ini dapat mencakup makna historis sebagai simbol perlawanan budaya.

Gagasan gastro-politik yang dikemukakan oleh Appadurai, (1981) dalam Waldstein, (2018) menekankan, bahwa makanan atau minuman tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan budaya yang kompleks. Dalam kehidupan masyarakat, makanan sering kali menjadi media untuk membangun, mempertahankan, maupun menunjukkan hubungan sosial antar individu dan kelompok. Melalui proses produksi, penyajian, dan konsumsi makanan, dapat terlihat bagaimana suatu masyarakat mengatur hubungan sosial, penghormatan, serta posisi seseorang dalam kelompok sosialnya. Dalam konteks penelitian ini, bir pletok tidak hanya dipandang sebagai minuman tradisional Betawi, tetapi juga sebagai media yang mempererat hubungan sosial masyarakat melalui berbagai kegiatan budaya, pertemuan keluarga, maupun acara adat.

Menurut pandangan Goody, menyebutkan bahwa sebetulnya hierarki kelas, kasta, ras dan gender terbentuk melalui perbedaan kontrol terhadap akses terhadap makanan maupun minuman. Pola-pola konsumsi yang berbeda adalah satu dari banyak cara yang membedakan diri mereka sendiri dengan orang miskin dan membedakan laki-laki dengan perempuan. Makanan juga mempunyai peranan sosial sebagai sarana adat komunikasi, standar kekayaan, sebuah tolak ukur status sosial, dan sebagai saran media simbolik dalam mendefinisikan dan memanipulasi kekerabatan dan hubungan sosial (Goody, 1982 dalam Nurti, 2017). Selain itu, Goody, (1982) dalam bukunya mempunyai pandangan bahwa makanan, adalah cermin dari struktur sosial, ekonomi, dan budaya. Kehadiran bir pletok dalam berbagai acara adat, festival budaya, dan kegiatan masyarakat menunjukkan bahwa minuman ini memiliki fungsi sosial sebagai sarana memperkuat hubungan sosial sekaligus mempertahankan nilai-nilai budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Oleh karena itu, teori Goody membantu menjelaskan bahwa keberadaan bir pletok tidak dapat dipisahkan, dari struktur sosial dan budaya masyarakat yang melestarikannya.



Untuk mengungkap makna simbolik bir pletok, penelitian ini menggunakan teori Spradley. Menurut Spradley (2007), Simbol merupakan benda atau kejadian yang merujuk pada sesuatu. Setiap simbol terdiri dari tiga komponen, yaitu simbol itu sendiri, satu atau lebih rujukan, dan hubungan antara simbol dan rujukan tersebut. Ketiga elemen ini merupakan fondasi bagi semua makna simbolik. Kebudayaan pada dasarnya adalah sistem pengetahuan yang diperoleh dan digunakan oleh sekelompok orang untuk menafsirkan pengalaman dan

menghasilkan perilaku sosial. Pengetahuan budaya ini diekspresikan melalui simbol-simbol, dan makna dari simbol-simbol tersebut dipelajari serta diwariskan dalam suatu kelompok masyarakat (Spradley, 2007). Sehingga, tugas seorang etnografer pada penelitian ini adalah memahami dunia dari sudut pandang subjek penelitian dengan cara, mempelajari bagaimana masyarakat Betawi memaknai bir pletok sebagai simbol dalam kehidupan keseharian masyarakat Betawi terutama, di kalangan generasi muda.

Semua makna budaya diciptakan dengan menggunakan simbol-simbol. Semua kata yang digunakan informan dalam menjawab pertanyaan anda pada wawancara pertama adalah simbol-simbol. Cara informan berpakaian juga merupakan simbol, sebagaimana juga ekspresi wajahnya serta gerakan tangannya.

Sistem makna budaya disandikan dalam simbol-simbol. Bahasa merupakan sistem simbol utama yang menyandikan makna budaya dalam setiap masyarakat. Bahasa dapat digunakan untuk membicarakan semua simbol lain yang diandaikan. Makna simbol apa pun merupakan hubungan dari simbol itu dengan simbol lain dalam suatu budaya tertentu. Tugas etnografer adalah memberi sandi simbol-simbol budaya serta mengidentifikasi aturan-aturan penyandian yang mendasarinya. Tugas ini dapat dilaksanakan dengan cara menemukan hubungan-hubungan di antara berbagai simbol budaya (Spradley, 2007).

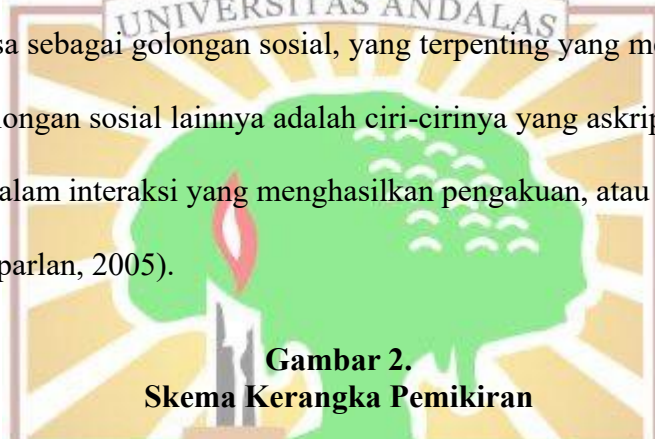
Pemaknaan simbol ini pada akhirnya berkaitan dengan konsep identitas etnis. kesukubangsaan atau jati diri suku bangsa itu muncul berdasarkan atas pengakuan oleh pelaku yang bersangkutan dan diakui oleh pelaku lainnya dalam

interaksi yang terjadi. Acuan bagi pengakuan dan diakuinya jati diri suku bangsa atau kesuku-bangsaan adalah, suku bangsa dan kebudayaan suku bangsa yang bersangkutan. Sebagai acuan bagi kesukubangsaan, kebudayaan suku bangsa terwujud sebagai atribut-atribut yang menjadi ciri-ciri dari kesukubangsaan masing-masing pelaku dalam sesuatu interaksi. (Suparlan, 2005).

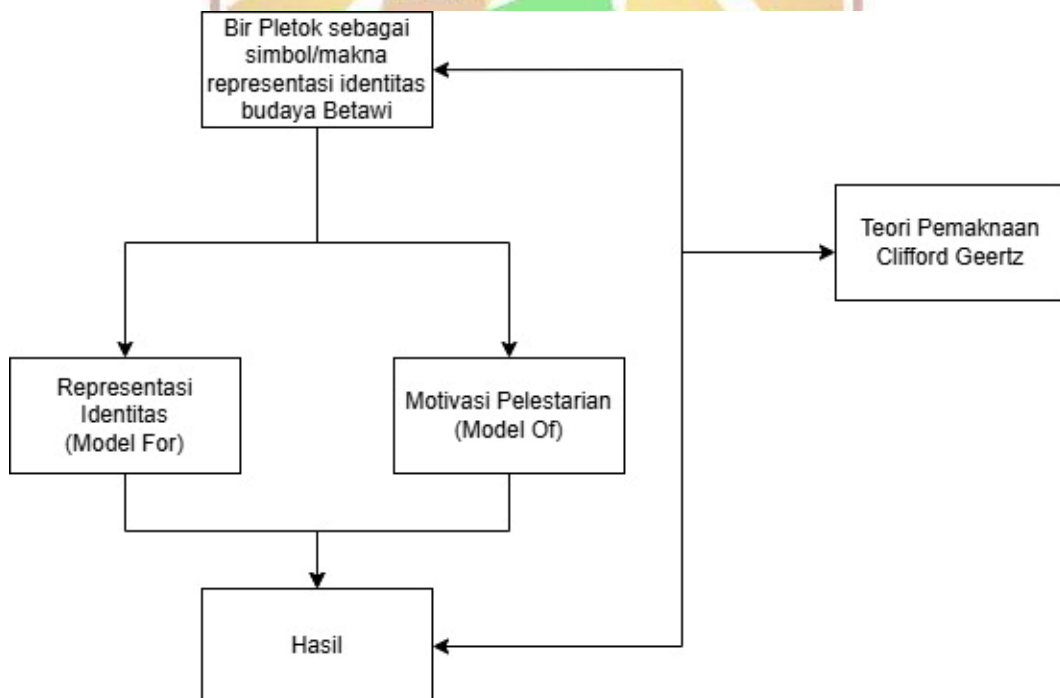
Menurut Suparlan, (2005), Geerts tahun 1973 melihat kebudayaan sebagai sistem-sistem makna, Suparlan melihat kebudayaan sebagai pedoman bagi kehidupan manusia yang secara bersama dimiliki oleh para warga sebuah masyarakat. Atau dengan kata lain, kebudayaan adalah sebuah pedoman menyeluruh bagi kehidupan sebuah masyarakat dan para warganya. Identitas kesukubangsaan bukanlah sesuatu yang melekat secara alamiah atau ditentukan oleh ciri-ciri budaya objektif seperti bahasa, adat, atau asal-usul. Sebaliknya, identitas ini adalah sebuah konstruksi sosial yang muncul dan menjadi penting dalam konteks interaksi dengan kelompok lain. Inti dari kesukubangsaan adalah adanya kesadaran dan pengakuan akan identitas diri sebagai anggota suatu kelompok, serta pengakuan dari pihak luar. Identitas ini berfungsi untuk menciptakan batas-batas sosial yang membedakan antara "kita" (kelompok dalam) dan "mereka" (kelompok luar). Sedangkan identitas budaya menurut Suparlan, merujuk pada pengetahuan budaya yang dimiliki seseorang dan berfungsi sebagai kerangka acuan atau pedoman hidup.

Kebudayaan dalam pandangan ini adalah sebuah sistem kognitif, yaitu keseluruhan pengetahuan yang digunakan manusia untuk menafsirkan lingkungan dan pengalaman, serta menjadi landasan bagi perilakunya. Identitas budaya ini

diperoleh melalui proses sosialisasi dan enkulturasi sejak kecil dan sering kali beroperasi pada tingkat yang tidak disadari (Suparlan, 2005). Suku bangsa adalah kategori atau golongan sosial. Sebagai golongan sosial, suku bangsa adalah golongan sosial yang khusus yaitu askriptif. Sama dengan golongan-golongan sosial lainnya, maka suku bangsa itu ada dan dikenal karena adanya interaksi dengan suku bangsa lainnya dan melalui adanya interaksi ini ada pengakuan mengenai keberadaan dan ciri-cirinya yang saling berbeda. Diantara berbagai ciri-ciri suku bangsa sebagai golongan sosial, yang terpenting yang membedakan suku bangsa dan golongan sosial lainnya adalah ciri-cirinya yang askriptif yang muncul dan lestari di dalam interaksi yang menghasilkan pengakuan, atau saling mengakui dan diakui (Suparlan, 2005).



Gambar 2.
Skema Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk dapat memahami secara mendalam fenomena yang dikaji. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan & Taylor, 1975 dalam Prastowo & Sandra, 2020). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukanlah untuk mengukur variabel secara numerik, melainkan untuk menggali dan menginterpretasikan makna, proses sosial, dan dinamika budaya yang kompleks terkait bir pletok sebagai representasi identitas Betawi dalam konteks urban.

Penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan peneliti di dunia. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat. Praktik-praktik ini mentransformasi dunia. Mereka mengubah dunia menjadi serangkaian representasi, yang mencakup berbagai catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman dan catatan pribadi. Dalam hal ini, penelitian kualitatif melibatkan suatu pendekatan penafsiran yang naturalistik terhadap dunia. Hal ini berarti bahwa para peneliti kualitatif mempelajari benda-benda di lingkungan alamiahnya, berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang makna-makna yang diberikan oleh masyarakat kepada mereka. (Cresswell, 2014).

Di dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif yang dimana peneliti mengeksplorasi kehidupan-nyata, sistem terbatas kontemporer (kasus) atau

beragam sistem terbatas (berbagai kasus), melalui pengumpulan data yang mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi atau sumber informasi majemuk (misalnya, pengamatan, wawancara, bahan audiovisual, dan dokumen dan berbagai laporan), dan melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus. (Cresswell, 2014). Selain itu Spradley (2007), membedakan empat model observasi partisipatif: lengkap, aktif, moderat, pasif, dan *non-partisipasi*. Peneliti dapat benar-benar memahami pikiran, perilaku, dan kebudayaan sebuah masyarakat dengan teknik ini. Untuk memahami masyarakat yang diteliti, penting bagi peneliti untuk memahami bahasa mereka karena bahasa tersebut merupakan ekspresi kebudayaan mereka.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat, wilayah, atau objek fisik maupun sosial di mana seorang peneliti melakukan aktivitas penelitiannya untuk memperoleh data yang diperlukan. Penelitian dilakukan di daerah perkampungan wisata budaya Betawi Setu Babakan. Berlokasi di kelurahan Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Peneliti memilih lokasi tersebut karena, perkampungan wisata budaya Betawi Setu Babakan merupakan pusat oleh-oleh khas Betawi dan pusat pelestarian adat suku Betawi. Oleh karena itu daerah tersebut banyak dikunjungi oleh pengunjung dari luar Jakarta. Serta karena ada keterkaitannya dengan permasalahan, penelitian dan representasinya sebagai pusat kebudayaan Betawi dalam masyarakat urban.

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, secara administratif berlokasi di Kelurahan Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara

sengaja dengan pertimbangan bahwa, Setu Babakan merupakan pusat pelestarian, pembinaan, serta pengembangan adat istiadat dari kebudayaan suku Betawi. Sebagai sentra kebudayaan, kawasan ini menjadi titik kumpul para pelaku usaha kuliner dan pengrajin khas Betawi yang kini keberadaannya semakin terfragmentasi di wilayah metropolitan Jakarta.

Alasan peneliti memilih lokasi tersebut ialah, perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan secara resmi merupakan, salah satu objek wisata kebudayaan yang didirikan oleh pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai pusat pelestarian, pembinaan, dan pengembangan Budaya Betawi. Statusnya sebagai "perkampungan budaya" menjadikannya lokasi yang ideal, untuk mengamati bagaimana identitas kultural Betawi, termasuk kulinernya secara aktif dan ditampilkan kepada masyarakat luas.

Sebagai pusat konservasi budaya, lokasi ini merupakan destinasi wisata yang menarik minat pengunjung secara luas, baik dari dalam maupun luar Jakarta. Hal ini menjadikan Setu Babakan sebagai ruang publik yang strategis untuk mengamati interaksi antara produsen kuliner tradisional dengan pengunjung yang heterogen, mulai dari generasi tua hingga generasi muda. Secara konseptual, lokasi ini merepresentasikan dinamika masyarakat urban dalam mengonstruksi identitas lokal di tengah arus modernisasi, sehingga sangat relevan untuk meneliti permasalahan penelitian mengenai eksistensi dan makna bir pletok sebagai identitas Budaya Betawi bagi generasi muda.

Lokasi ini juga merupakan, sentra atau pusat berkumpulnya para pelaku usaha dan pengrajin khas Betawi yang kini semakin jarang dijumpai di tempat lain. Di Setu Babakan, terdapat banyak produsen UMKM bir pletok, salah satunya adalah Bir pletok Bang Isra. Konsentrasi produsen, penjual, dan konsumen di satu area ini memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi mendalam dan wawancara dengan berbagai pihak untuk mendapatkan pemahaman secara holistik mengenai produksi, distribusi, dan makna sosial bir pletok.

Sebagai lokasi wisata, pelaku UMKM lokal menghadapi persaingan nyata dengan produk serupa. Karena itu, Setu Babakan adalah tempat yang ideal untuk mempelajari konflik dan perundingan yang terjadi antara upaya untuk mempertahankan otentisitas kuliner tradisional, dengan tuntutan komersialisasi modern dan taktik pemasaran yang diperlukan untuk bertahan hidup di kota-kota. Oleh karena itu, lokasi disana memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana identitas budaya bir pletok dipertahankan dan disesuaikan dengan keadaan ekonomi yang relatif.

Fokus lainnya dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis berbagai strategi adaptasi, yang dilakukan oleh para produsen bir pletok untuk dapat bertahan di pasar urban yang kompetitif. Strategi ini mencakup inovasi pada produk, pengembangan branding dan kemasan, serta pemanfaatan pemasaran modern baik secara *online* maupun *offline*.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek penelitian yang memahami masalah penelitian, secara menyeluruh dan mendalam tentang masalah penelitian sehingga mereka dapat memberikan informasi yang berguna. Menurut *Webster's New Collegiate Dictionary*, seorang informan adalah "seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi" (*Webster's New Collegiate Dictionary* dalam Spradley, 2007).

Teknik pengambilan informan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana subjek dipilih secara sengaja oleh peneliti berdasarkan atribut atau kriteria tertentu, yang dianggap dapat memberikan informasi yang paling relevan dan mendalam untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menurut (Cresswell, 2014), Tujuan dari *purposive sampling* adalah untuk mendapatkan sampel yang kaya informasi, seperti individu-individu yang mempunyai peran, posisi, atau pengalaman mereka dapat memberikan data yang paling relevan dan mendalam untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1. Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam, wewenang, dan pengalaman luas tentang kebudayaan yang diteliti. Informan kunci juga memenuhi kriteria enkulturasi penuh dan keterlibatan langsung dalam kancah budaya. Dalam penelitian ini, informan kunci terdiri dari

tokoh pemangku adat/tokoh Budaya Betawi adalah individu yang memiliki otoritas untuk menjelaskan nilai-nilai filosofis, sejarah, serta peran simbolik bir pletok dalam berbagai ritual dan acara adat masyarakat Betawi di Setu Babakan dan pelaku usaha UMKM bir pletok (seperti: UMKM Bir pletok Bang Isra) Produsen yang secara aktif menjalankan keberlangsungan produksi dan distribusi bir pletok, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai strategi adaptasi ekonomi di masyarakat urban.

UNIVERSITAS ANDALAS

**Tabel 1.
Informan Kunci Penelitian**

No	Nama Informan	Umur	Profesi Informan
1.	Indra Sutisna	58 Tahun	Budayawan Betawi sekaligus Sekretaris Museum Budaya Betawi
2.	Abdul Muttakin	43 Tahun	Pelaku usaha Bir Pletok Bang Isra
3.	Endang	55 Tahun	Pelaku usaha Bir Pletok SB
4.	Sofwan Amin	30 Tahun	Budayawan Betawi sekaligus Konten Kreator Betawi
5.	Muhammad Firdaus	44 Tahun	Pensiunan pelaku usaha Bir Pletok AB
6.	Rahmat Ramdhani	29 Tahun	Pensiunan pelaku usaha Bir Pletok “Ngebeer Halal”.
7.	Ahmad Rahmadi	40 Tahun	Pelaku usaha Bir Pletok 77
8.	Ahmad Asadi	59 Tahun	Pelaku Usaha Kuliner Betawi sekaligus guru

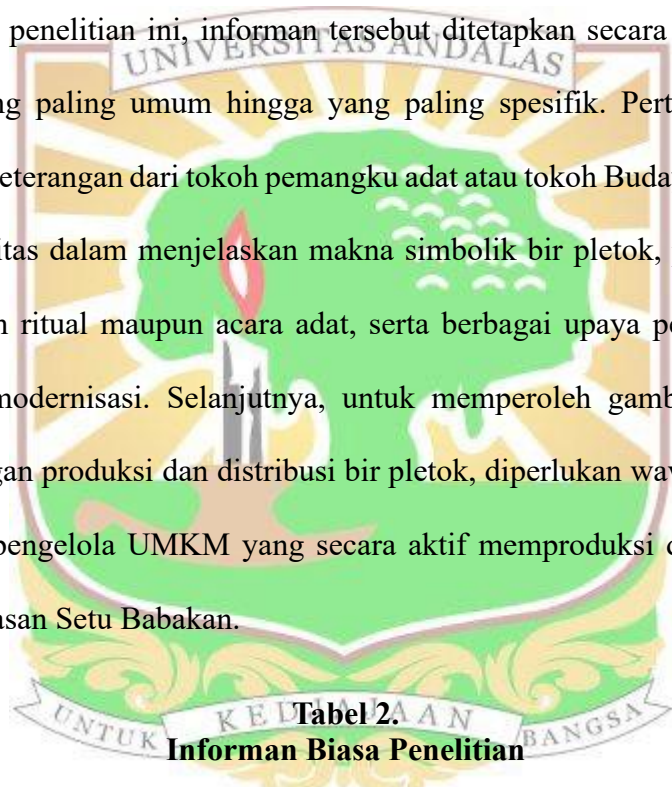
Sumber: Data Primer, 2026

2. Informan Biasa

Informan biasa berfungsi sebagai sumber data tambahan untuk memverifikasi praktik keseharian serta variasi persepsi di masyarakat luas. Dalam konteks ini, informan biasa berfokus pada pembeli atau konsumen yang dibagi menjadi dua kategori usia untuk melihat dinamika pergeseran selera dan makna antar generasi yaitu, generasi muda (Usia 17–30 Tahun), kelompok ini mewakili

perspektif masyarakat urban modern (generasi z) guna melihat bagaimana mereka, mengonstruksi makna dan menginterpretasikan identitas lokal di tengah gempuran minuman kontemporer dan generasi tua (usia 30 tahun ke atas). Kelompok ini dipilih untuk memberikan perspektif mengenai aspek kesehatan, nostalgia, fungsi tradisional bir pletok yang telah melekat sejak lama dan melihat perbedaan persepsi, maupun pengalaman konsumsi berdasarkan kategori usia.

Dalam penelitian ini, informan tersebut ditetapkan secara berjenjang dari kelompok yang paling umum hingga yang paling spesifik. Pertama, penelitian memerlukan keterangan dari tokoh pemangku adat atau tokoh Budaya Betawi, yang memiliki otoritas dalam menjelaskan makna simbolik bir pletok, peran minuman tersebut dalam ritual maupun acara adat, serta berbagai upaya pelestariannya di tengah arus modernisasi. Selanjutnya, untuk memperoleh gambaran mengenai keberlangsungan produksi dan distribusi bir pletok, diperlukan wawancara dengan pemilik atau pengelola UMKM yang secara aktif memproduksi dan menjual bir pletok di kawasan Setu Babakan.



Tabel 2.
Informan Biasa Penelitian

No	Nama Informan	Umur	Profesi Informan
1.	Nabila Fiorenza	23 Tahun	Mahasiswa
2.	Kevin Gabriel	23 Tahun	Mahasiswa
3.	Bimo Ranuwismoyo	22 Tahun	Mahasiswa
4.	Muhammad Bisyr	21 Tahun	Mahasiswa
5.	Fatmah	62 Tahun	Pelaku Usaha Kuliner Betawi sekaligus ibu rumah tangga
6.	Ravana Setiawan	22 Tahun	Mahasiswa
7.	Halwani	68 Tahun	Sekretaris Kelurahan Pancoran

Sumber: Data Primer, 2026

4. Teknik Pengumpulan Data

Berikut teknik pengumpulan data yang digunakan untuk meneliti fenomena tersebut:

a. Observasi Partisipatoris (*Participant Observation*)

Menurut Koentjaraningrat (1994), observasi partisipatoris adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti melibatkan diri dalam lingkungan sosial masyarakat yang ditelitinya. Peneliti tidak hanya datang untuk bertanya, tetapi ikut serta dalam aktivitas sehari-hari warga untuk merasakan dan memahami kehidupan mereka dari dalam.

Dalam konteks ini, tujuan seorang antropolog bukanlah untuk menemukan hukum sosial yang universal atau untuk mencatat perilaku secara objektif; sebaliknya, tujuan mereka adalah untuk menafsirkan arti yang digunakan oleh para partisipan (aktor budaya) untuk memahami dan bertindak di dunia mereka sendiri.

Fokus utama pada penelitian ini Identitas Budaya menunjukkan relevansi. Dengan penelitian tersebut secara jelas menunjukkan bahwa bir pletok bukan hanya produk kuliner bahan atau resep tetapi juga sebuah simbol yang memiliki makna besar. Ini adalah fokus utama Geertz, yang berfokus pada bagaimana simbol-simbol digunakan oleh suatu kelompok untuk mengartikulasikan, mengonstruksi makna, dan mempertahankan identitas mereka.

Tujuannya adalah, untuk memahami fenomena dari sudut pandang subjek penelitian (emik) dan menangkap nuansa-nuansa yang tidak akan terungkap hanya melalui wawancara. Observasi akan difokuskan seperti mengikuti proses produksi

bir pletok oleh para pelaku UMKM di Setu Babakan, mulai dari persiapan bahan, pengolahan, hingga pengemasan. Lalu ada interaksi sosial terjadi antara penjual, pembeli, dan sesama anggota komunitas di sekitar lokasi penjualan bir pletok. Terakhir adalah praktik konsumsi bir pletok oleh berbagai kalangan (generasi tua, generasi muda, wisatawan) di kawasan Setu Babakan.

Dalam menerapkan metode observasi partisipatif, peneliti berperan sebagai pengamat yang terlibat aktif untuk memahami makna budaya bir pletok melalui deskripsi secara mendalam, bertujuan untuk memahami fenomena tersebut dari perspektif yang dilihat oleh subjek penelitian atau sudut pandang emik. Fokus utama dari observasi ini adalah untuk menelusuri alasan mendasar mengapa bir pletok tetap memegang peran penting sebagai bagian dari kearifan lokal, meskipun menggunakan istilah "bir" yang secara unik merujuk pada minuman berbasis rempah yang tidak mengandung alkohol. Dengan terlibat langsung dalam proses produksi dan interaksi sosial, peneliti menganalisis bagaimana bir pletok berfungsi secara simbolik sebagai penanda identitas atau indikator kesukubangsaan yang membantu menciptakan batasan sosial untuk membedakan konsep "kita" (masyarakat Betawi) dari "mereka" (masyarakat non-Betawi) di tengah keragaman budaya dan dinamika lingkungan perkotaan Jakarta.

b. Wawancara Mendalam

Secara umum, wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah metode pengumpulan data kualitatif yang dilakukan melalui dialog terbuka secara tatap muka antara peneliti dan informan. Wawancara dalam suatu penelitian yang

bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian mereka itu, merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi. Sudah tentu para peneliti, walaupun dibantu oleh banyak asisten yang dapat menggantikan observasi mereka secara bergiliran, toh tidak pernah dapat meliputi seluruh aktivitas semua warga dalam suatu masyarakat di suatu tempat, terus-menerus selama 24 jam dari hari ke hari. Itulah sebabnya lowongan dalam data yang tak dapat dicatat dari observasi harus diisi dengan data yang didapat dari wawancara (Paul, 1953: hlm. 441-442). Sehingga, wawancara akan dilakukan dengan berbagai informan yang telah ditentukan produsen, konsumen dari generasi berbeda dan tokoh budaya.

c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari berbagai dokumen yang relevan dengan fokus penelitian. Menurut Koentjaraningrat (1994), studi dokumentasi atau penelitian kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan cara mencatat dari bahan-bahan tertulis yang ada. Ini mencakup dokumen resmi (arsip pemerintah, surat keputusan), dokumen pribadi (catatan harian, surat-surat), dan bahan kepustakaan lain (buku, surat kabar, naskah kuno). Teknik ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dokumentasi akan dikumpulkan dalam penelitian ini seperti, dokumen visual foto dan video mengenai proses pembuatan bir pletok, desain kemasan produk dari waktu ke waktu, suasana kios penjualan, dan kegiatan festival kuliner di Setu Babakan.

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini akan dilakukan secara interpretatif dan berkelanjutan, di mana prosesnya berlangsung secara bersamaan dengan pengumpulan data di lapangan. Pendekatan analisis ini bertujuan untuk memahami dan menafsirkan makna dari data yang terkumpul guna menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana bir pletok berfungsi sebagai identitas Budaya Betawi dalam masyarakat urban.

Untuk memandu proses analisis secara sistematis, penelitian ini akan mengadopsi model analisis data kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Model ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan dan saling terkait, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. (Miles et al., 1994).

Tahap pertama adalah reduksi data, yang didefinisikan oleh Miles dan Huberman (1994) sebagai proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada tahap ini, peneliti akan melakukan transkripsi hasil wawancara mendalam dan merangkum catatan hasil observasi. Selanjutnya, peneliti akan melakukan proses penyajian data, yaitu memberikan label atau kode pada segmen-segmen data yang relevan dengan fokus penelitian. Misalnya, kode seperti makna otentisitas, strategi inovasi kemasan, persepsi generasi muda, atau kompetisi pasar akan digunakan untuk mengorganisir data. Proses reduksi ini bertujuan untuk mempertajam, menggolongkan, dan membuang data yang tidak relevan sehingga data tersisa lebih terfokus dan mudah untuk diolah.

Dalam penelitian ini data yang telah dikodekan akan disajikan dalam bentuk matriks, narasi deskriptif, dan jaringan konseptual. Sebagai contoh, peneliti dapat membuat matriks untuk membandingkan pandangan antara kelompok informan produsen, konsumen generasi tua, dan konsumen generasi muda mengenai "rasa asli" bir pletok. Penyajian data secara terorganisir ini akan memudahkan peneliti dalam melihat pola, hubungan, dan tren yang ada dalam data.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan data yang telah disajikan peneliti, akan mulai menarik kesimpulan-kesimpulan awal atau tentatif. Miles dan Huberman (1994) menjelaskan bahwa kesimpulan ini pada awalnya masih kabur dan perlu diverifikasi. Proses verifikasi dilakukan dengan cara kembali meninjau data di lapangan secara berulang-ulang, mencari data baru jika diperlukan, dan mendiskusikan temuan dengan informan untuk memastikan validitas interpretasi. Kesimpulan akhir akan dirumuskan setelah proses verifikasi ini dianggap cukup dan kesimpulan yang ditarik sudah kredibel. Contohnya sebuah kesimpulan dapat berupa di Setu Babakan, identitas bir pletok dikonstruksikan melalui dualisme strategi produsen mempertahankan narasi resep warisan untuk konsumen tua, disertai dengan melakukan inovasi kemasan dan rasa manis untuk menarik konsumen muda, sehingga menciptakan identitas produk yang cair dan kontekstual.

Tabel 3.
Matriks Data

No.	Tujuan Penelitian	Pertanyaan	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Menjelaskan dinamika eksistensi bir pletok di masyarakat Betawi saat ini dan strategi adaptasi pelaku usaha (UMKM) dalam menghadapi modernisasi.	1. Bagaimana sejarah lisan yang Bapak/Ibu ketahui mengenai kemunculan bir pletok di kalangan masyarakat Betawi?	Budayawan Betawi Konten Kreator Betawi	Wawancara
		2. Bagaimana strategi adaptasi produsen bir pletok terhadap modernisasi dan ruang urban?	Pelaku Usaha	Wawancara
		3. Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan, tantangannya dan, mengapa inovasi itu perlu dilakukan?	Pelaku Usaha. Konsumen Generasi Muda dan Tua.	Wawancara
2.	Menjelaskan konstruksi makna bir pletok diinterpretasikan oleh generasi muda masyarakat Betawi dalam konteks pelestarian identitas lokal	1. Bagaimana respon Anda terhadap inovasi bir pletok berbentuk varian rasa bir pletok. Apakah hal tersebut membuat Anda lebih tertarik dengan hal itu ?	Konsumen Generasi Muda. Konsumen Generasi Tua.	Wawancara
		2. Bagaimana strategi bapak sebagai konten kreator Betawi untuk memperkenalkan warisan kuliner budaya bir pletok terutama kepada generasi Muda?	Budayawan Betawi. Konten Kreator Betawi.	Wawancara

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini berawal dari, ketertarikan penulis untuk membuat penelitian tentang kuliner khas nusantara. Salah satu kuliner khas tersebut berasal dari Suku Betawi yakni minuman bir pletok. Karena bir pletok merupakan warisan budaya

tak benda kebanggaan DKI Jakarta. Alasan penulis melakukan penelitian ini adalah adanya keresahan penulis terhadap eksistensi kuliner khas Betawi tersebut karena di zaman sekarang masyarakat urban sudah mulai meninggalkan warisan budaya tersebut terutama pada generasi muda yang lebih memilih minuman kekinian seperti *coffee*, *americano*, kopi susu dan lainnya. Dan dari hasil observasi penulis beberapa masyarakat generasi muda, tidak tertarik dan tidak tahu seperti apa rasa dari bir pletok. Sehingga peneliti mengkaji lebih jauh eksistensi dari bir pletok dalam kalangan masyarakat urban dan mengkaji makna dari bir pletok, terutama untuk generasi muda.

Penulis melaksanakan ujian seminar proposal pada tanggal 18 Februari 2026. Setelah melakukan sidang proposal penulis merevisi proposal tersebut dari dosen penguji. Lalu membuat surat izin penelitian untuk turun lapangan ke wilayah perkampungan Setu Babakan. Penelitian ini dimulai pada bulan Maret-April 2026 dan penelitian ini dilakukan secara mandiri. Pada tanggal 8 April penulis melakukan sesi wawancara, dengan pelaku usaha bir pletok. Dan penulis mendapatkan data yang dibutuhkan dalam pengerjaan skripsi.

Informan kunci yang saya wawancarai merupakan seorang tokoh adat Budaya Betawi yang bernama Bapak Indra Sutisna. Pada saat melakukan sesi wawancara, informan sempat mengatakan “kenapa jauh banget kuliahnya, sampai penelitiannya disini”. Lalu peneliti menjawab dengan alasan bahwasanya peneliti kuliah di Padang dikarenakan kampung halamannya berada disana sehingga, dan alasan peneliti memilih lokasi penelitian kawasan Kampung Betawi Setu Babakan,

karena peneliti sudah melakukan observasi sebelumnya dan peneliti juga tinggal di Jakarta.

Setelah selesai melakukan sesi wawancara, penulis bertanya informan lainnya yang rekomen untuk diwawancarai pelaku usaha UMKM bir pletok. Akhirnya penulis mendapat informan ke dua dan melakukan perizinan wawancara. Setelah besok lusa kemudian, penulis mengunjungi perkampungan Betawi Setu Babakan untuk mencari informan konsumen muda dan konsumen tua. Penulis menunggu di salah satu toko UMKM di Setu Babakan bernama Betawi Online. Dari jam 10.00-17.00 WIB, Penulis mendapatkan dua informan pengunjung dewasa dan dua pengunjung generasi muda. Dalam proses wawancara, alhamdulillah berjalan lancar namun ada terkendala pada sesi wawancara generasi tua, terkait beberapa pertanyaan yang tidak bisa terjawab oleh informan. Dan beberapa informan lainnya yang peneliti wawancarai pertanyaan apa yang ditanyakan sangat berbeda dengan jawaban yang peneliti harapkan.

Pada tanggal 28 Maret, peneliti melakukan wawancara dengan informan pelaku usaha lainnya yang bernama Bapak Asadi dilakukan di rumah informan. Disana informan menjelaskan jawaban yang disampaikan oleh peneliti sangat sesuai. Dan informan juga menceritakan usaha selain bir pletok yaitu membuat kerak telur, dan peneliti mendapatkan wawasan lain tentang kuliner Betawi.

Tanggal 1 April, peneliti melakukan wawancara dengan ibu Fatmah, beliau merupakan seorang pelaku usaha bir pletok dan dodol Betawi. Pada saat melakukan wawancara, informan mengeluh bahwa jawaban dari pertanyaan yang

diwawancarai sangat sedikit mendapatkan informasi, yang dimana informan menjawab dengan pernyataan yang singkat, namun peneliti menyesuaikan pertanyaan untuk membuat informan menjelaskannya secara jelas.

Selanjutnya pada tanggal 10 April, penulis melakukan kunjungan pada UMKM bir pletok SB yang dimiliki oleh bapak Endang, sebagai data tambahan dan perspektif yang berbeda. Pada saat melakukan penelitian, informan sempat menyampaikan keluhan kesahnya sebagai pembuat bir pletok yang dimana, masih minimnya pemasukan yang didapat dari memproduksi bir pletok dikarenakan target pasarnya yang lebih mengutamakan ke generasi tua dan kesulitannya bapak Endang untuk melakukan penjualan melalui sosial media sosial yang masih minim pengetahuannya tentang hal tersebut.

Pada hari yang sama, peneliti meminta data gambaran lokasi penelitian ke kelurahan Srengseng Sawah. Keesokan harinya, penulis memperoleh data tersebut dari Kantor kelurahan. Pada tanggal 13 April, penulis mengunjungi UPPKB Setu Babakan untuk meminta data dan melakukan sesi wawancara pada pihak budayawan Betawi. Dalam proses sesi wawancara, informan memberikan penjelasan secara mendalam. Sehingga penulis mendapatkan data tambahan.

Satu minggu kemudian, penulis menghubungi dari *instagram*. Informan merupakan tokoh konten kreator Betawi, sekaligus budayawan Betawi. Dengan nama Sofwan Amin. Peneliti menunggu jawaban dari informan tersebut sekitar dua mingguan yang akhirnya dibalas. Sehingga pada tanggal 19 April penulis melakukan wawancara dengan informan tersebut. Pada saat melaksanakan sesi

wawancara ternyata informan pernah diwawancarai sebelumnya oleh mahasiswa antropolog asal Belanda yang membuat informan sangat senang pada saat peneliti mewawancarai tentang eksistensi dari bir pletok. Dari hasil sesi wawancara, Penulis mendapatkan data tentang bir pletok dalam strategi penjualan bir pletok pada media sosial. Pada saat sesi akhir wawancara, peneliti memberikan oleh-oleh khas dari Sumatra Barat lalu informan merespons “wah bang belum pernah nyoba makanan khas sumbar”, lalu informan dan peneliti melakukan sesi foto bersama dengan makanan khas tersenyum, informan juga excited foto bersama makanan khas dari Minangkabau. Pada tanggal 19 April,, penulis melakukan sesi wawancara mendalam dengan tokoh konten kreator Betawi, sekaligus tokoh Budaya Betawi untuk mengetahui, perspektif dan pandangan sebagai konten kreator melihat kuliner bir pletok tersebut di zaman modernisasi saat ini.

Pada tanggal 23 April, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik industri rumah tangga yang bernama Bapak Abdul, bernama Bir Pletok Bang Isra. Proses pengumpulan data dimulai dengan menghubungi pemilik usaha Bir Pletok Bang Isra, yaitu Bapak Abdul Muttakin, melalui pesan langsung (*direct message*) di media sosial Instagram. Komunikasi awal tersebut bertujuan untuk menyampaikan maksud dan tujuan penelitian terkait wawancara mendalam mengenai industri rumah tangga bir pletok di kawasan Setu Babakan. Setelah beberapa jam, informan memberikan respons positif dan menyatakan kesediaannya untuk diwawancarai pada sore hari, tepatnya pukul 15.30 WIB, menyesuaikan dengan agenda kesibukan beliau.

Sesuai dengan waktu yang telah disepakati, peneliti mendatangi lokasi rumah produksi Bir Pletok Bang Isra di Setu Babakan. Setibanya di lokasi, informan menyambut kedatangan peneliti secara ramah sekaligus menyajikan produk bir pletok buatannya sebagai jamuan pembuka. Selanjutnya, sesi wawancara mendalam (*in-depth interview*) berlangsung secara terstruktur dan lancar guna menggali data yang relevan dengan fokus penelitian.

Setelah sesi wawancara selesai, informan mengajak peneliti untuk melakukan observasi langsung di area rumah produksi. Berdasarkan hasil pengamatan, pelaku usaha terlihat memberdayakan tenaga kerja lokal, khususnya ibu-ibu di lingkungan sekitar, dalam proses produksinya. Aktivitas yang teramati mencakup pengupasan jahe merah hingga proses sterilisasi kemasan botol kaca menggunakan air mendidih guna menjaga kebersihan dan kualitas produk. Di sela-sela kegiatan tersebut, Bapak Abdul Muttakin juga memberikan penjelasan mengenai jenis rempah-rempah yang digunakan beserta khasiatnya masing-masing. Seluruh rangkaian proses produksi dan kegiatan observasi lapangan tersebut berakhir menjelang waktu magrib.

Setelah memperoleh data yang terkait gambaran lokasi penelitian, hasil data pada sesi wawancara dan surat izin dari kelurahan srengseng sawah dan UPKB Setu Babakan, peneliti mendapatkan kelancaran dan informan yang sangat korporatif dalam menjawab pertanyaan. Namun kendala lainnya adalah beberapa permintaan data ke pihak UPKB Setu Babakan, tidak diberikan datanya. Namun dari proses jalannya penelitian, penulis mengucapkan rasa syukur atas kesempatan yang diberikan, untuk bisa mendapat wawasan dan pemahaman dari kuliner Budaya

Betawi khususnya eksistensi dan makna dari bir pletok dalam masyarakat Urban. Keluh kesah lainnya yang dialami oleh peneliti juga, menunggu informan yang sangat sesuai berdasarkan kategori informan yang peneliti kurang lebih dua jam menunggu di toko retail kawasan Setu Babakan.

