UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Di Balik Sepiring Sengsu: Studi Etnografi Konsumen di Surakarta
Annisa Fitriana, Prof. Dr. Atik Triratnawati, M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN SAMPUL DALAM BERBAHASA INDONESIA ..... **ii**
HALAMAN SAMPUL DALAM BERBAHASA INGGRIS ..... **iii**
HALAMAN JUDUL ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **vi**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **xii**
INTISARI ..... **xv**
ABSTRACT ..... **xvi**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 5
1.4 Tinjauan Pustaka 7
1.5 Kerangka Teori 10
1.5.1 Negosiasi Nilai dan Tabu 11
1.5.2 Keberlanjutan Budaya 12
1.5.3 Makanan sebagai Identitas dan Praktik Sosial 13
1.5.4 Persepsi Risiko dan Manfaat 14
1.5.5 Tubuh sebagai Pengalaman Budaya 14
1.6 Metode Penelitian 15
1.6.1 Jenis Penelitian 15
1.6.2 Teknik Pengambilan Data 19
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data 21
1.6.4 Subjek dan Lokasi Penelitian 29

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Di Balik Sepiring Sengsu: Studi Etnografi Konsumen di Surakarta
Annisa Fitriana, Prof. Dr. Atik Triratnawati, M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II 31
KONTEKS SOSIAL KONSUMSI SENGSU DI SURAKARTA 31
2.1 Surakarta sebagai Ruang Sosial Kuliner 31
2.2 Sengsu dalam Pemberitaan Media 35
2.3 Risiko Kesehatan dalam Konsumsi Sengsu 38
2.4 Kepercayaan Masyarakat Terhadap Manfaat Sengsu 39
2.5 Sengsu dalam Moralitas Publik 41
2.6 Profil Penjual Sengsu 44
BAB III 50
DARI KONSUMEN PENGANGGURAN SAMPAI KE POLITIKUS 50
3.1 Tabel Profil Seluruh Informan Konsumen 50
3.2 Sepuluh Profil Konsumen Sengsu 52
3.2.1 Konsumen PH (Pak Haji) 52
3.2.2 Konsumen IRT (Ibu Rumah Tangga) 56
3.2.3 Konsumen P (Politikus) 58
3.2.4 Konsumen TL (Tukang Las) 59
3.2.5 Konsumen GBK (Guru BK) 61
3.2.6 Konsumen KS (Karyawan Swasta) 64
3.2.7 Konsumen PGN (Pengangguran) 66
3.2.8 Konsumen PB (Pekerja Bangunan) 68
3.2.9 Konsumen S (Satpam) 71
3.2.10 Konsumen M (Mahasiswa) 74
BAB IV 77
DI BALIK KONSUMSI SENGSU 77
4.1 Faktor-Faktor Alasan 77
4.1.1 Faktor Pengobatan 80
4.1.2 Faktor Rasa 84
4.1.3 Faktor Pengobatan sekaligus Preferensi Kuliner 87
4.2 Manfaat Sengsu Bagi Konsumen 90
4.2.1 Manfaat Fisik 94
4.2.2 Manfaat Rasa 114

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Di Balik Sepiring Sengsu: Studi Etnografi Konsumen di Surakarta
Annisa Fitriana, Prof. Dr. Atik Triratnawati, M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2.3 Manfaat Sosial 116
4.3 Diam-Diam Menikmati 120
BAB V 125
KESIMPULAN 125
5.1 Kesimpulan 125
5.2 Saran 130
DAFTAR PUSTAKA 132