

ANALISIS WACANA KRITIS TAGAR FOODPORN DAN HALALFOOD PADA INSTAGRAM

Almyra Diah Pangestu
Universitas Negeri Jakarta
almyra.pangestu@gmail.com

Aceng Rahmat
Universitas Negeri Jakarta

Novi Anoegrajekti
Universitas Negeri Jakarta

Abstract

This study aims to analyze the meaning behind the discourse of foodporn hashtags and halalfood hashtags in their use in the variety of social media language on the Instagram application. This research methodology is descriptive qualitative with content analysis. The data used in this method are uploads of foodporn hashtags and halalfood hashtags on Instagram from 32 Instagram accounts then analyzed using critical discourse analysis theory by Fairclough. The hashtags #halalfood and #foodporn which are part of a whole discourse related to food have different meanings based on textual analysis, analysis of discourse practices, and analysis of sociocultural practices. The hashtags #halalfood and #foodporn have different ideological meanings. The hashtag #halalfood is the language used by discourse makers to communicate with readers who practice Islamic principles, while the hashtag #foodporn is used by discourse makers to communicate with readers who have a lifestyle of worldly pleasure. The hashtags #halalfood and #foodporn have the same meaning in trying to influence readers to enjoy food and tools used in the economic field.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Fairclough, Foodporn, Halal, Instagram

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna dibalik wacana dari tagar foodporn dan tagar halalfood dalam penggunaannya di dalam ragam bahasa media sosial pada aplikasi Instagram. Metodologi penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisis isi. Data yang digunakan dalam metode ini ialah unggahan tagar foodporn dan tagar halalfood di Instagram dari 32 akun Instagram kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan teori analisis wacana kritis oleh Fairclough. Tagar #halalfood dan #foodporn yang merupakan bagian dari wacana utuh yang berkaitan dengan makanan memiliki makna berbeda berdasarkan analisis tekstual, analisis praktik kewacanaan, dan analisis praktik sosiokultural. Tagar #halalfood dan #foodporn mempunyai makna ideologi yang berbeda. Tagar #halalfood adalah bahasa yang digunakan oleh pembuat wacana untuk berkomunikasi dengan pembaca yang menjalankan prinsip keislaman, sedangkan tagar #foodporn digunakan oleh pembuat wacana untuk

berkomunikasi dengan pembaca yang mempunyai gaya hidup kenikmatan duniawi. Tagar #halalfood dan #foodporn mempunyai makna yang sama dalam usaha mempengaruhi pembaca untuk menikmati suatu makanan dan alat yang digunakan dalam bidang ekonomi.

Kata Kunci : Analisis Wacana Kritis, Fairclough, Foodporn, Halal , Instagram

PENDAHULUAN

Manusia secara harfiahnya merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan sesamanya dalam bermasyarakat. Interaksi kepada sesama manusia saat ini sudah bukan lagi sebatas pada pertemuan secara fisik, melainkan sudah banyak dibantu dengan alat komunikasi. Penggunaan alat komunikasi dalam melakukan komunikasi dapat memangkas jarak, waktu, biaya, dan tenaga. Penggunaan alat komunikasi ini tentu saja berhubungan dengan bahasa yang digunakan. Salah satunya ragam bahasa di dalam media sosial.

Di era digital saat ini media sosial merupakan salah satu tempat utama baik seseorang, kelompok maupun organisasi untuk saling melakukan komunikasi, untuk saling memberi informasi, dan untuk saling menciptakan opini publik. Contoh salah satu media sosial yang populer saat ini adalah Instagram. Instagram menyediakan ruang bagi penggunanya untuk saling berbagi foto dan video kepada sesama pengguna lainnya.

Pemakaian gambar menarik ditambah tagar (tanda pagar) unik membuat suatu publikasi dapat menarik pemirsa di aplikasi Instagram ini. Kata tagar dalam bahasa Indonesia, yang lazimnya orang mengetahui dengan kata hastag ini, adalah jenis tanda metadata yang dipakai di jejaring sosial dan bisa membantu orang untuk mencari topik atau konten tertentu (Yang et al., 2019). Tagar dipakai untuk mengatur informasi dengan akurat dan efektif. Penggunaan tanda pagar depan kata atau frasa tanpa spasi dalam sebuah unggahan. Penggunaan tanda tagar ini ditujukan untuk membantu identifikasi kata kunci pada ide pesan yang akan disampaikan di dalam aplikasi Instagram. Pentingnya penggunaan tagar di dalam aplikasi Instagram untuk memudahkan menemukan konten kita oleh pengguna Instagram lainnya.

Penggunaan #foodporn dan #halalfood merupakan salah dua tren yang menonjol di Instagram dalam hal kuliner dan budaya makanan. Fenomena penggunaan kedua tagar atau hastag tersebut mencerminkan dinamika kompleks dalam dunia kuliner dan budaya makanan. Kedua tagar (#) ini identik menyertai sebuah unggahan foto maupun video terhadap makanan atau minuman yang dipublikasikan oleh pengguna Instagram.

Tagar yang sering digunakan untuk memberi label makan dan minuman yang enak dan patut direkomendasikan adalah tagar foodporn. Menurut Mejova et al. (2016), tagar foodporn merupakan tagar yang paling populer di Instagram yang seringkali disertai dengan foto jarak dekat sebuah makanan dan minuman yang menggugurkan bagi para pemirsa pengguna Instagram. Penggunaan #foodporn sendiri dalam Instagram

sudah lebih dari tiga ratus lima juta publikasi. Istilah #foodporn untuk menunjukan kepada tren penyajian makanan yang dirancang dengan menarik. Penyajian makanan dengan memperhatikan keindahan visual dan tampilan yang menggoda. Makanan yang dipublikasikan dengan pengaturan estetika untuk memicu rangsangan kepada selera visual penggunaannya Instagram. Penggunaan kata porn dalam tagar foodporn bukan untuk menunjukkan konten-konten dewasa, namun pada keintiman visual yang dihasilkan oleh penampilan makanan itu sendiri.

Istilah foodporn merupakan gabungan dari kata food yang memiliki arti makanan dan porn yang memiliki arti pornografi. Istilah ini digunakan untuk menampilkan foto-foto makanan atau minuman yang dapat tergugahnya selera dan dapat terangsangnya nafsu untuk mencicipinya. Foodporn menurut Mc Bride yang dikutip dalam (Koh, 2015) dapat diterjemahkan sebagai makanan yang sensasional di luar batas dari apa yang dianggap menjadi sebuah makanan sehingga layak untuk dianggap pornografi. Koh (2015) menyatakan foodporn merupakan kaitan gambar makanan yang menggugah selera dan memiliki gaya tinggi yang ditampilkan di majalah, acara masak-memasak, dan media sosial yang bermaksud untuk membangkitkan keinginan untuk makan.

Beda penggunaan dengan istilah #halalfood dalam Instagram. Penggunaan #halalfood dalam Instagram telah dipublikasikan sebanyak lima puluh enam ribu publikasi. Dari data angka publikasi kedua tagar ini dapat mencerminkan penggunaan istilah tagar halalfood jauh lebih rendah dibandingkan dengan penggunaan tagar foodporn.

Tagar halalfood sendiri menggambarkan tren kesadaran akan kehalalan makanan dalam komunitas global. Terkait konteks ini, publikasi makanan tidak hanya memamerkan kelezatan visual tetapi juga menitik beratkan pada pilihan bahan yang akan digunakan dan proses-proses yang sesuai dengan prinsip atau kriteria makanan halal dalam Islam. Tren ini menggambarkan pergeseran nilai dan kepedulian masyarakat terhadap aspek kehalalan dalam makanan.

Istilah halalfood merupakan gabungan dari kata halal yang memiliki arti diizinkan atau sah dan food yang memiliki arti makanan (KBBI V, 2016). Istilah makanan halal menurut (Zahrah & Fawaid, 2019) sebagai suatu kebutuhan pokok umat Islam dan sebagai salah satu bentuk ibadah yang harus dijalankan oleh setiap orang Islam karena produk halal menjadi tanda keamanan, kebersihan dan kualitas yang tinggi bagi orang muslim. Berdasarkan pengertian ini dapat diketahui bahwa betapa pentingnya makan halal bagi orang-orang muslim atau yang beragama Islam.

Uniknya penggunaan tagar halalfood pada media sosial Instagram banyak dipublikasi pada akun-akun yang berasal dari negara-negara minoritas penduduk yang beragama Islam. Sedangkan negara-negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam dapat dikatakan tidak menyertakan tagar halalfood dalam mempublikasikan sebuah unggahan gambar atau video terkait makanan dan minuman. Jika merujuk pada pengertian makanan halal yang memiliki makna yang sangat penting

bagi orang yang beragama Islam, maka seharusnya negara berpenduduk mayoritas Islam menggunakan tagar tersebut sebagai penyerta dalam sebuah unggahan.

Belum adanya pembahasan terkait komparasi makna wacana foodporn dan halalfood di aplikasi Instagram, maka penelitian ini tergerak untuk mencari tahu apa makna penggunaan wacana tersebut di dalam aplikasi media sosial seperti Instagram. Secara harfiah kedua tagar ini memiliki makna harfiah yang saling berseberangan dan bertolak belakang serta begitu pentingnya makna halal bagi orang-orang muslim. Penelitian sebelumnya terkait foodporn pernah diangkat oleh (Rinjani, 2017). Penelitian ini membahas foodporn dan kuliner merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari dunia sosial media Instagram. Namun sayangnya penelitian terkait makna penggunaan wacana halalfood dalam media sosial belum ada yang membahas terkait hal ini.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis makna dibalik wacana dari tagar foodporn dan tagar halalfood dalam penggunaannya di dalam ragam bahasa media sosial pada aplikasi Instagram. Dalam analisis wacana kritis, bukan hanya unsur bahasa yang menjadi fokus, melainkan juga kaitannya dengan konteks yang relevan (Syah, 2024). Salah satu pendekatan dalam AWK adalah model Fairclough yang menyatukan analisis teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural dalam sebuah wacana (Syah et al., 2024). Dengan analisis wacana kritis model Fairclough, kajian ini tidak hanya menganalisis wacana, tetapi juga menganalisis hubungan antara wacana dengan objek atau elemen dari dari proses sosial (Fauziyah & Nasionalita, 2018).

Pada metode analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Fairclough, terdapat tiga hal yang dikaji yaitu mikrostruktural (analisis dimensi tekstual), mesostruktural (analisis praktik kewacanaan), dan makrostruktural (analisis praktik sosiokultural) (Fairclough, 1995). Analisis Fairclough dapat memberikan wawasan yang mendalam terhadap cara bahasa dan tindakan sosial tercermin dalam konten yang dihasilkan oleh pengguna Instagram terkait #pornfood dan #halalfood.

Pada era digital saat ini, media sosial seperti Instagram menjadi wadah utama untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan, termasuk dalam konteks kuliner melalui penggunaan tagar seperti #foodporn dan #halalfood. Meskipun telah ada penelitian yang membahas fenomena foodporn, makna dan penggunaan wacana #halalfood dalam media sosial, terutama dalam kaitannya dengan nilai-nilai keagamaan dan budaya, masih belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan hal itu, terdapat kesenjangan pada penelitian sebelumnya, yaitu kajian terdahulu lebih fokus pada aspek visual dan daya tarik estetik dari tagar #foodporn, sedangkan aspek etis, budaya, dan religius yang terkandung dalam tagar #halalfood belum cukup mendapat perhatian. Hal ini penting untuk diteliti lebih lanjut karena #halalfood tidak hanya mencerminkan preferensi makanan, tetapi juga nilai-nilai yang berkaitan dengan identitas dan kepatuhan religius, terutama di kalangan komunitas Muslim.

Dengan menggunakan metode analisis wacana kritis Fairclough, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana kedua tagar tersebut mencerminkan hubungan antara bahasa, tindakan sosial, dan nilai-nilai budaya atau religius. Analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang dinamika sosial-budaya yang muncul dalam penggunaan kedua tagar ini di Instagram. Selain itu, kajian ini membuka ruang diskusi baru mengenai bagaimana wacana makanan dan kehalalan dipahami dan disebarkan di platform digital.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisis isi. Data yang digunakan dalam metode ini ialah unggahan tagar foodporn dan tagar halalfood di Instagram dari 32 akun Instagram. Terdapat 16 akun Instagram dengan tagar foodporn dan 16 akun Instagram dengan tagar halalfood. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan mengelompok data tagar foodporn dan tagar halalfood beserta tagar penyerta lainnya. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori analisis wacana kritis oleh Fairclough. Data tagar tersebut kemudian dianalisis dengan dimensi tekstual, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural (Fairclough, 1995).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian kepustakaan, dalam pembahasan penelitian ini akan mengikuti kerangka analisis Fairclough, yaitu analisis dimensi tekstual, analisis praktik kewacanaan, dan analisis praktik sosiokultural. Adapun sampel data yang dianalisis dalam penelitian ini tertera pada tabel.

Tabel 1. Akun Instagram yang memakai tagar #halalfood dan #foodporn

No	#Halalfood	#Foodporn
1	Onehungrymedic	jana_italyfoodporn
2	Sghalaldeals	tabearuk32
3	tastebuds101_	cali_tacos
4	Halalexplorer	terneragallega
5	lafoliedesmignardises	avaymuks
6	scartaste_hamburg	must.bee.honey
7	Halalbabu	Buraburger
8	Markhamfoodie	classy_eaterr
9	Myteriyaki	dedondesacolasproteinas
10	thaihalal.bistro	cucinaconruben
11	Atlantafoodguy	smashburgersanfries

12	thehalalguysriverside	shuto_boozers
13	alikhlas_halalfood	bbq_family
14	eid.halal.korea	hebbars.kitchen
15	eat_halal_aus	vanis_lunch_table
16	Susamisushi	foodporn.id

Analisis Dimensi Tekstual

Pada tahap ini analisis teks dilakukan dengan melihat aspek linguistik tagar #halalfood dan #foodporn. Dalam menganalisis aspek linguistik, hal pertama yang dianalisis adalah bentuk #halalfood dan #foodporn. Berdasarkan bentuk tersebut ada bagian yang dianalisis, yaitu 1) makna tagar dan 2) makna konten tagar (#halalfood dan #foodporn).

Pertama, tagar (#) yang mengawali frasa halalfood dan foodporn merupakan sebuah tanda kebahasaan yang memiliki makna. Tagar (#) bermakna 1) sebagai identitas pesan bagi suatu komunitas (Mulyadi & Fitriana, 2018), 2) alat promosi, 3) meningkatkan popularitas, dan 4) membuat agenda tertentu (Cahyono & Fardila, 2021; Mustofa, 2019).

Kedua, makna konten pertama, yaitu halalfood. Kata halal mempunyai makna 'kebolehanan sesuatu untuk dikonsumsi berdasarkan yurisprudensi Islam'. Kata halal tersebut mengacu pada kata food, yaitu makanan (Pangestu & Attas, 2022). Selanjutnya, makna konten kedua, yaitu foodporn. Frasa foodporn berasal dari kata food dan porn. Food berarti 'makanan', sedangkan kata porn berasal dari bahasa Yunani, yaitu porne (a prostitute) yang 'berarti 'prostitusi atau pelacuran' (Haidar & Apsari, 2020). Kata porn juga bermakna 'keji, kotor; tidak senonoh melanggar kesucilaan' (KBBI V, 2016). Porn juga dimaknai penggambaran tubuh manusia atau perilaku seksual manusia secara eksplisit (terbuka) dengan tujuan untuk memenuhi hasrat seksual (Haidar & Apsari, 2020).

Dengan makna semantik yang bertolak belakang dari kedua tagar tersebut, target pembaca dari keduanya adalah komunitas berbeda. Berdasarkan hal itu, dapat dipahami bahwa #halalfood berfungsi sebagai pesan yang disampaikan kepada suatu komunitas yang menjalankan ideologi Islam. Sementara itu, #foodporn berfungsi sebagai pesan yang disampaikan kepada komunitas yang mengejar pemenuhan kenikmatan duniawi.

Makna semantik porn tidak hanya berkonotasi negatif, ada juga makna porn yang berkonotasi netral. Cambridge Dictionary (2023) memberikan definisi bahwa porn adalah 'gambar, buku, program televisi, artikel surat kabar, dan lain-lain, yang dimaksudkan untuk menarik orang yang tertarik pada subjek tertentu atau produk tertentu'. Berdasarkan dua konotasi makna pada #foodporn menjadikan perbedaan pembuat teks dalam menyertakan tagar tersebut. Umumnya, keberadaan kedua tagar tidak

bersamaan, tetapi ada beberapa akun yang membuat tagar #halalfood dan #foodporn secara bersamaan (dalam satu struktur). Akun-akun tersebut adalah @halalbabu, @markhamfoodie, dan @myteriyaki.

Selanjutnya, sebagaimana bahasa tulis, penggunaan tagar (#) juga mempunyai pola tertentu. Salah satunya adalah dengan penggunaan tagar (#) lain yang berkaitan. Sebuah teks dapat dipahami dengan tepat melalui pembacaan terhadap keutuhan teks tersebut yang salah satunya strukturnya. Penggunaan tagar (#) lain pada suatu tagar (#) merupakan sebuah struktur yang dapat dipahami maknanya secara utuh. Oleh karena itu, berikut disajikan data yang menyatakan tagar (#) pendukung terhadap #halalfood dan #foodporn.

Tabel 2. Tagar Penyerta #halalfood

No	Postingan	Tagar Penyerta
1	onehungrymedic	#Halallondon, #halalfoodlondon, #londonfood, #toplondoneats, #toplondonrestaurants, #desistreetfood
2	sghalaldeals	#sghalaldeals, #halalsg, #singaporefood, #singaporefoodies, #singaporeeats
3	tastebuds101_	#halallondon, #londoneats, #londonhalal, #londondessert, #dessert, #malaysianfood, #rotiking
4	halalexplorer	#halalfoodie, #londondesserts, #dessert, #syrianfood, #palestinianfood, #knafa
5	lafoliedesmignardises	#halal, #mignardises, #halalparis, #foodstagram, #foodes, #traiteurs, #traiteurmariage
6	scartaste_hamburg	#food, #foodlover, #hamburg, #hamburgfood, #sternchaze, #turkischhamburg
7	halalbabu	#food, #halal, #foodporn, #halalfoodie, #londonlover, #londonfoodie, #londonfood
8	markhamfoodie	#halal, #food, #foodporn, #instafood, #halalfoodie, #londonfoodie, #londoneats, #londonfood
9	myteriyaki	#halaleats, #torontofood, #foodpornto, #halalfoodie, #habibzcorner, #markamfoodie, #torontoeats
10	thaihalal.bistro	#thaifood, #missourirestaurants, #halalfoodie, #halalfoodhunt, #penanghalalfood, #halal, #medanhalalfood
11	atlantafoodguy	#halalfoodie, #halalfoodhunt, #nyceats, #eatingnyc, #eatingnewyork, #besthalalfood, #brooklynfood,

		#brooklynfoodie
12	thehalalguysriverside	#halalfoodies, #halalfoodhunt, #thehalalguys, #thehalalguysriverside, #meatplatter
13	alikhlas_halalfood	#halalfoodjepang, #cirengjepang, #basoacijepang, #cemilanindonesiajepang
14	eid.halal.korea	#itaewonhalalfood, #bulgogi, #dakgalbi, #bibimbab, #malaysicontingent
15	eat_halal_australia	#halalasutralia, #halalmelbournefood, #halalfoodie, #halalsydney, #halaldarwin, #halalperth, #australiahalal, #halalaus
16	susamisushi	#spainhalalfood, #halalspain, #halalspainfood, #halal, #spainhalal, #ayamonte, #ayamonagadori, #ayamontecofrade

Berdasarkan tagar-tagar penyerta dari enam belas akun yang memosting makanan dengan tagar #halalfood dapat diketahui hal berikut. 1) layanan yang diberikan: untuk dijual atau konten media, 2) kota atau negara tempat layanan diberikan: London, Melbourne, Sydney, Darwin, Paris, Spanyol, Hamburg, Singapore, Korea, Jepang, Toronto, dan yang lainnya, 3) jenis atau nama makanan, dan 4) tempat asal makanan.

Tabel 3. Tagar Penyerta #foodporn

No	Postingan	Tagar Penyerta
1	jana_italyfoodporn	#italyfoodporn, #napoli, #napolifood, #napolifoodporn, #viatoledo, #pornfooditaly
2	tabearuk32	#yummy, #yummyfood, #foodie, #instagood, #foodphotography, #foodstagram, #foodfics
3	cali_tacos	#mexicanfood, #dinner, #foodie, #cheese, #foodcoma, #foodiegram, #santaana
4	terneragallega	#foodie, #masterchef, #masterchef10, #mastercherespana, #recetacasera
5	avaymuks	#asmreating, #mukbang, #mukbangvideo, #mukbangshow, #eatingshow, #eatingvideo
6	must.bee.honey	#Foodie, #instafood, #foodphotography, #foodstagram, #yummy, #instagood, #foodlover
7	buraburger	#chef, #burger, #smash, #asesori
8	classy_eaterr	#cheesecake, #cake, #dessert, #foodie, #yummy, #instafood, #foodphotography

9	dedondesacolaspro teinas	#vegan, #veganfood, #vegetarianfood, #instagood, #instafood, #foodgasm
10	cucinaconruben	#foodblogger, #foodie, #italia, #dinner, #foodgasm, #italy, #instagood, #foodpics
11	smashburgersanfries	#food, #yummy, #italy, #italianfood, #dinner, #instafood, #hot, #foodgasm
12	shuto_boozers	#foodstagram, #foodgasm, #foodpics, #foodie, #foodphotography, #haomecooking
13	bbq_family	#bbq, #bbqlife, #barbecue, #bbqporn, #beef, #chicken, #foodpics, #foodlover
14	hebbars.kitchen	#foodgasm, #cheatmeal, #homemade, #dessert, #yummy, #hungry, #foodie, #foodgram
15	vanis_lunch_table	#instagramreels, #poori, #foodgasms, #foodvideos, #foodreels, #deshikana, #reelsindia
16	foodporn.id	#satekambing, #kulinierindonesia, #kulinier, #makanan

Berdasarkan tagar-tagar penyerta dari enam belas akun yang memosting makanan dengan tagar #foodporn dapat diketahui hal berikut. 1) layanan yang diberikan: untuk dijual atau konten media, 2) kota atau negara tempat layanan diberikan dan 3) jenis atau nama makanan.

Secara struktur, persamaan tagar penyerta adalah menyampaikan informasi tentang layanan yang diberikan dan jenis atau nama makanannya. Namun, kedua tagar itu juga mempunyai perbedaan secara struktur. Perbedaannya adalah sebagai berikut. 1) Pada #halalfood umumnya menyertakan lokasi, sedangkan pada #foodporn hanya sedikit akun yang menyertakan lokasi layanan. 2) pada #halalfood tempat asal makanan umumnya disertakan, sedangkan pada #halalfood hanya sedikit yang menyertakan tempat makanan. Dalam tagar #halalfood tempat asal makanan adalah negara-negara yang identik dengan komunitas muslim, seperti Turki, Palestina, Malaysia, dan Medan. Sementara itu, pada tagar #foodporn tagar untuk lokasi layanan merupakan tempat makanan, seperti #mexicanfood, #napolifood, dan #italyfoodporn. 3) Tagar kota atau negara layanan pada #halalfood yang banyak muncul adalah yang lokasi di negara yang komunitas muslimnya minoritas.

Berdasarkan hal itu dapat dipahami bahwa 1) Tagar-tagar penyerta merupakan kesatuan utuh membentuk sebuah koherensi terhadap makna yang utuh; 2) Tagar #halalfood dan #foodporn umumnya mempunyai makna bertentangan.

Analisis Praktik Kewacanaan

Penggunaan tagar #halalfood dan #foodporn merupakan bagian dari pemahaman pembuat wacana (postingan) terhadap situasi ekologi media. Ekologi

media adalah sebuah praktik tradisi ilmiah dan sosial yang mencoba memahami fenomena yang sedang berlangsung beserta dinamikanya yang saling terkait dengan teknologi komunikasi (Syah & Attas, 2023). McLuhan menegaskan bahwa pemahaman apa pun terkait perubahan sosial dan budaya merupakan hal yang mustahil tanpa pengetahuan tentang cara media berkerja sebagai sebuah lingkungan (McLuhan, 1967).

Para pembuat tagar #halalfood dan #foodporn memahami penggunaan tagar memiliki beberapa fungsi yang dapat digunakan untuk kepentingan mereka. Di antara fungsi-fungsi tersebut adalah untuk 1) mengelompokkan konten dan memudahkan pencarian; 2) membuat branding dan promosi; dan 3) menjangkau lintas platform. Berdasarkan hal itu, tentu saja dengan tagar yang mereka buat wacana (postingan) yang mereka akan efektif dalam lingkungan media (ekologi media). Beberapa kelompok terutama akun penjualan makanan, tagar #halalfood dan #foodporn merupakan praktik wacana ekonomi dalam dunia nyata (lingkungan alami). Sementara itu, para konten kreator memanfaatkan tagar #halalfood dan #foodporn sebagai sarana praktiknya dalam industri media.

Analisis Praktik Sosiokultural

Dimensi Situasi

Menurut Neil Postman dalam (Syah & Attas, 2023), manusia berada di dua lingkungan, yaitu 1) lingkungan alami yang di dalamnya terdapat benda-benda, seperti udara, pohon, sungai, dan hewan; serta 2) lingkungan media yang di dalamnya terdapat bahasa, angka, gambar, hologram, dan simbol-simbol lainnya. Berkaitan dengan itu, pembuat wacana dengan tagar #halalfood dan #foodporn dilatarbelakangi oleh dua lingkungan tersebut.

Beberapa data menunjukkan hal tersebut. Pertama, tagar #halalfood dan #foodporn umumnya dibuat tidak dalam satu struktur (tidak bersamaan). Hal itu menunjukkan bahwa konsepsi lingkungan alami tentang pertentangan makna halal dan porn memengaruhi konsepsi lingkungan media. Kedua, adanya penyertaan tagar yang saling mendukung dan menguatkan sehingga terciptanya koherensi makna. Hal itu dipengaruhi oleh lingkungan alami. Lihat Data 1.

Data 1

@scartaste_hambu	#halalfood, #hamburgfood, #turkischhamburg
rg	
@halalexplorer	#halalfood, #londondesserts, #syrianfood, #palestinianfood, #knafa

Dalam akun @scartaste_hamburg penyertaan #humburgfood dan #turkishhamburg adalah berdasarkan keadaan di lingkungan alami, yaitu layanan jasa

untuk makanan yang diposting berada di hamburg, tetapi berasal dari Turki. Dalam akun @halalexplorer penyertaan #londondesserts, #syrianfood, #palestinianfood, #knafa dapat dipahami bahwa knafa merupakan makanan khas Palestina dan Siria yang dijual di London.

Dimensi Institusi

Analisis wacana dalam dimensi institusi adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh institusi terhadap teks yang dihasilkan. Dalam pembuatan tagar #halalfood dan #foodporn, institusi yang ada hanya satu, yaitu pembuat wacana (postingan) sendiri. Hal itu disebabkan karena instagram sebagai salah satu media sosial yang dapat digunakan oleh setiap individu tanpa ada keterikatan oleh pihak lain. Pembuat wacana (postingan) dengan menambahkan tagar #halalfood atau #foodporn tentu karena atas ide dan kreasinya sendiri.

Dimensi Sosial

Pembuatan tagar #halalfood dan #foodporn merupakan bagian dari refleksi dimensi sosial para pembuatnya. Berikut akan dipaparkan hasil analisis kedua tagar tersebut.

Pertama, melalui #halalfood dan #foodporn, pembuat tagar menjelaskan tentang ideologinya. Sebagaimana dijelaskan pada bagian analisis dimensi tekstual, kata halal dan porn memiliki makna konotasi yang bertentangan. Kata halal merujuk pada ideologi Islam, sedangkan porn menunjuk pada hedonisme, yaitu ideologi yang menganggap bahwa setiap kesenangan dan kenikmatan dalam bentuk materi merupakan tujuan utama. Oleh karena itu, kedua tagar itu umumnya tidak dibuat dalam satu wacana (postingan). Menurut Althusser, ideologi terlibat dalam membentuk formasi sosial serta hubungannya dengan kekuasaan. Sementara itu, Gramsci menyatakan bahwa ideologi membuat orang bertindak sesuai dengan keyakinannya (Pangestu & Attas, 2022). Berdasarkan teori tersebut, #halalfood digunakan oleh pembuat postingan untuk menggerakkan konsumen yang beragama Islam untuk membeli makanan atau layanannya. Demikian juga, #foodporn digunakan oleh pembuat postingan untuk menggerakkan konsumen yang suka dengan kesenangan dan kenikmatan.

Kedua, adanya beberapa #halalfood dan #foodpron dalam satu wacana (postingan) menunjukkan bahwa pembuatnya sedang melakukan dekontruksi atas pertentangan makna #halalfood dan #foodporn. Hal itu seperti yang ditunjukkan oleh Data 2.

Data 2

@halalbabu	#halalfood, #foodporn, #halalfoodie, #londonlover, #londonfoodie, #londonfood
------------	--

@markhamfoodie	#halalfood, #foodporn, #instafood, #halalfoodie, #londonfoodie, #londonfood
@myteriyaki	#halalfood, #foodporn, #halalfoodie, #habibzcorner, #markamfoodie, #torontoeats

Bentuk dekonstruksi yang dilakukan oleh tiga akun tersebut adalah *difference*. *Difference* adalah gagasan kunci Derrida dalam menjelaskan instabilitas bahasa. Menurutnya, bahasa disusun dari “perbedaan-perbedaan yang menunda makna atau koherensi mencapai suatu status stabil atau permanen. Menurutnya, Struktur bahasa adalah sesuatu yang dinamis atau senantiasa “bergerak” melalui proses perbedaan dan penundaan. Arti suatu tanda bergantung pada perbedaan dan penundaannya dengan relasi tanda lain dalam ruang dan waktu (Ungkang, 2013). Melalui penyertaan #halalfood dan #foodporn dalam satu struktur, pembuat tagar menawarkan makna yang berbeda, yaitu kedua tagar tersebut mempunyai makna konotasi yang sama atau bahkan saling mendukung.

Ketiga, tagar #halalfood dan #foodporn merupakan bagian dari kapitalisme, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang berpusat pada pasar dan laba sebanyak-banyaknya. Pembuatan tagar #halalfood dan #foodporn adalah media untuk menjual layanannya, baik berupa barang maupun jasa. Terjualnya barang atau terpakainya jasa akan menghasilkan keuntungan bagi penjualnya. Bahkan, dalam waktu yang bersamaan, tagar tersebut merupakan alat yang digunakan oleh Instagram dalam menghasilkan keuntungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa 1. Tagar #halalfood dan #foodporn yang merupakan bagian dari wacana utuh yang berkaitan dengan makanan memiliki makna berbeda berdasarkan analisis tekstual, analisis praktik kewacanaan, dan analisis praktik sosiokultural. 2. Tagar #halalfood dan #foodporn mempunyai makna ideologi yang berbeda. Tagar #halalfood adalah bahasa yang digunakan oleh pembuat wacana untuk berkomunikasi dengan pembaca yang menjalankan prinsip keislaman, sedangkan tagar #foodporn digunakan oleh pembuat wacana untuk berkomunikasi dengan pembaca yang mempunyai gaya hidup kenikmatan duniawi. 3. Tagar #halalfood dan #foodporn mempunyai makna yang sama dalam a) usaha mempengaruhi pembaca untuk menikmati suatu makanan, b) alat yang digunakan dalam bidang ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, M. R., & Fardila, U. A. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191–210.
- Cambridge Dictionary. (2023). dictionary.cambridge.org.

- <https://Dictionary.Cambridge.Org/Dictionary/English/Porn>.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/porn>
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. Longman.
- Fauziyah, S., & Nasionalita, K. (2018). Counter Hegmoni Atas Otoritas Agama Pada Film Sang Pencerah. *Informasi: Kajian Ilmu Komunikasi*, 48(1), 79–93.
- Haidar, G., & Apsari, N. C. (2020). Pornografi Pada Kalangan Remaja Beserta Dampaknya. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 136.
<https://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/27452/pdf>
- KBBI V. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia V*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Koh, G. (2015). Food Porn As Visual Narrative: Food Blogging and Identity Construction. *Southeast Asian Review of English*, 52(1), 139–142.
<https://doi.org/10.22452/sare.vol52no1.10>
- McLuhan, M. (1967). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGrawHill.
- Mejova, Y., Abbar, S., & Haddadi, H. (2016). Fetishizing food in digital age: #foodporn around theworld. *Proceedings of the 10th International Conference on Web and Social Media, ICWSM 2016*, 250–258. <https://doi.org/10.1609/icwsml.v10i1.14710>
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *Libraria*, 7(1), 19–38.
- Pangestu, A. D., & Attas, S. G. (2022). Fenomena Restoran Jepang Halal: Perspektif Agama Dan Ekonomi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1892–1899. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i3.9339>
- Rinjani, R. S. (2017). Representasi Makanan Tradisional Jakarta Dalam Komposisi Foodporn Di Media Sosial Instagram. *Urban: Jurnal Seni Urban*, 1(1), 55–74.
<https://doi.org/10.52969/jsu.v1i1.17>
- Syah, S. P. (2024). Analisis Multimodal Wacana Kritis Pidato Politik Bakal Calon Presiden Republik Indonesia 2024. *Suar Betang*, 19(1), 29–46.
<https://doi.org/10.26499/surbet.v19i1.14721>
- Syah, S. P., Ansorih, S., & Rohman, S. (2024). ANALISIS WACANA KRITIS NOVEL NEGERI DI UJUNG TANDUK: PENDEKATAN MODEL FAIRCLOUGH. *Kandai, ISSN 2527-5968 (Online), 1907-204X (Print)*, 20(1). <https://doi.org/10.26499/jk.v20i1.6302>
- Syah, S. P., & Attas, S. G. (2023). Fenomena Youtuber Asing dengan Konten Keindonesiaan: Eksistensi Diplomasi Bahasa. In *Strategi Diplomasi Bangsa Menuju Internasionalisasi Bahasa Indonesia Jilid I*. UPI Press.
- Ungkang, M. (2013). Dekonstruksi Jaques Derrida sebagai Strategi Pembacaan Teks Sastra. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 1(1), 30–37.
<http://journal.um.ac.id/index.php/jph/article/view/3919>
- Yang, D., Zhu, R., & Li, Y. (2019). Self-attentive neural network for hashtag recommendation. *Journal of Engineering Science and Technology Review*, 12(2), 104–

110. <https://doi.org/10.25103/jestr.122.15>

Zahrah, A., & Fawaid, A. (2019). Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), 121–138. <https://doi.org/10.21009/Hayula.003.2.01>.