

Fenomena Tagar *Foodporn* di Instagram Berbahasa Indonesia: Sebuah Tinjauan Gramatika Visual

Almyra Diah Pangestu¹

Aceng Rahmat²

Novi Anoeграjekti³

¹²³ Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

¹ almyra.pangestu@gmail.com

² aceng.rahmat@unj.ac.id

³ novianoegrajekti.sastra@unej.ac.id

Abstrak

Fenomena tagar *foodporn* di Instagram merupakan salah satu tren yang dominan dalam dunia media sosial. Fenomena ini menggambarkan evolusi masyarakat saat ini dalam berkomunikasi dan berbagi pengalaman makanan secara visual pada era digital sehingga diperlukan sebuah langkah untuk menelisik gambar pada unggahan Instagram dengan tagar *foodporn* dilihat dari sudut pandang gramatika visual. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi. Sumber data didapat dari unggahan foto dan takarir yang ada pada tagar *foodporn* di Instagram. Sebanyak 35 foto bertagar *foodporn* sebagai sampel data yang dianalisis dengan teknik penggunaan instrumen multimodal berdasarkan gramatika visual Kress dan Leeuwen. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa gambar pada unggahan dengan tagar *foodporn* berbahasa Indonesia di Instagram direpresentasikan oleh menu utama dari mancanegara, kudapan manis, dan menu dengan sayuran. Temuan lain juga menunjukkan adanya potensi untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui gambaran makanan sehat dan seimbang dengan representasi yang menggugah selera. Rekomendasi berdasarkan hasil simpulan analisis adalah tagar ini mempromosikan makanan sehat dan tagar ini juga memiliki potensi untuk mempromosikan kuliner nusantara.

Kata Kunci: *Tagar Foodporn, Gramatika Visual, Instagram, Multimodal*

Pendahuluan

Makanan dan minuman secara harfiah merupakan sebuah bentuk rezeki yang digunakan untuk menghilangkan rasa lapar dan dahaga kemudian menghasilkan tenaga bagi tubuh ini untuk melakukan aktifitas. Namun bagi pegiat kuliner, makanan dan minuman bukan hanya sekadar untuk pemenuhan kebutuhan utama manusia saja melainkan pemenuhan kebutuhan rasa. Kebutuhan rasa menciptakan perilaku atau tindak tanduk sebuah makanan dan minuman apakah patut direkomendasikan atau tidak. Perkembangan teknologi membuat mudahnya berbagi atau merekomendasikan makan dan minuman kepada orang lain, salah satunya melalui aplikasi Instagram.

Instagram merupakan salah satu aplikasi layanan jejaring sosial yang populer dengan menonjolkan gambar dalam pemberian informasinya. Selain itu, penggunaan Instagram juga dinilai sangat baik untuk digunakan dalam pembelajaran dan pemberian pemahaman terhadap pengguna media sosial ini (Nurfadzilah & Sudarmaji, 2022). Penggunaan gambar yang menarik ditambah tagar (tanda pagar) yang unik menambah ketertarikan peselancar dunia maya dalam berselancar di aplikasi Instagram ini. Tagar dalam bahasa Indonesia dikenal luas dengan sebutan hastag merupakan jenis tanda metadata yang digunakan di jejaring sosial dan dapat membantu orang mencari topik

atau konten tertentu (Yang et al., 2019). Tagar digunakan untuk mengatur informasi secara akurat dan efektif sehingga banyak layanan mikroblog yang memungkinkan pengguna membuat dan menggunakan tanda pagar depan kata atau frasa tanpa spasi dalam sebuah unggahan. Salah satu penggunaan tanda tagar dalam sebuah pesan di Instagram ditujukan untuk mengidentifikasi dan memberikan kata kunci pada ide pesan yang ingin disampaikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pentingnya penggunaan tagar di Instagram adalah cara agar orang lain dengan mudah menemukan konten kita.

Pesan yang ingin dibagikan di jejaring sosial Instagram untuk merekomendasikan sebuah makan dan minuman yang dirasa enak berupa gambar atau video serta diikuti tagar. Penggunaan tagar ini yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memberikan kata kunci pada ide pesan yang ingin disampaikan. Salah satu tagar yang sering digunakan untuk melabeli makan dan minuman enak yang direkomendasikan adalah tagar *foodporn*. Menurut Mejova dan Abbar (2016) tagar *foodporn* merupakan salah satu hashtag yang paling populer di media sosial, khususnya media visual seperti Instagram, yang seringkali disertai dengan foto jarak dekat sebuah sajian yang menggurikan.

Fenomena tagar *foodporn* di Instagram merupakan salah satu tren yang dominan dalam dunia media sosial. Hal ini terbukti sebanyak 303 juta unggahan di Instagram menggunakan tagar ini. Fenomena ini menggambarkan evolusi masyarakat saat ini dalam berkomunikasi dan berbagi pengalaman makanan secara visual pada era digital. Tak ayal lagi saat ini, ketika sebuah makanan dihadirkan di depan meja, orang-orang melakukan swafoto atau memfoto makan tersebut terlebih dahulu sebelum makanan itu disantap dan dinikmati.

Istilah *foodporn* adalah kombinasi dari kata food yang berarti makanan dan porn yang berarti pornografi, digunakan untuk menampilkan foto-foto makanan atau minuman yang menggugah selera dan merangsang nafsu untuk mencicipinya. *Foodporn* menurut Mc Bride yang dikutip dalam (Koh, 2015) secara harfiah dapat diartikan makanan yang secara sensasional di luar batas dari apa yang seharusnya menjadi makanan sehingga layak untuk dianggap pornografi. Menurut Koh (2015) sendiri *foodporn* mengacu pada gambar makanan yang menggugah selera dan bergaya tinggi yang ditampilkan di majalah, acara masak-memasak, dan media sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan keinginan untuk makan.

Lalu bagaimana fenomena tampilan dari tagar *foodporn* ini sendiri dapat menggugah selera dan rasa dari sebuah unggahan sehingga orang yang melihat unggahan ini mengalami dampak senang melihatnya, bahkan tergiur untuk mencobanya. Secara visual foto yang diunggah memiliki estetika visual yang menarik. Pengguna Instagram berupaya untuk mengabadikan makanan dengan cara memanjakan mata dari pemandangannya. Foto yang ditampilkan seringkali dengan komposisi yang sempurna, pencahayaan yang menarik, dan penggunaan filter yang pas. Tampilan-tampilan unggahan *foodporn* yang mempengaruhi orang melihatnya ini memiliki makna semiotik yang dapat dianalisis menggunakan gramatika visual. Analisis gramatika visual memperlihatkan bagaimana pembuat gambar memilih beragam sumber semiotika yang tersedia untuk membentuk makna dan menyampaikan pesan (Rachminingsih et al., 2022).

Gramatika visual menggambarkan sumber daya semiotik sosial, pengetahuan eksplisit dan implisit tentang sumber daya tersebut, dan penggunaannya dalam praktik suatu kelompok (Kress & Leeuwen, 2021). Untuk menjelaskannya jika dibandingkan dengan teks tertulis, tata bahasa dalam teks tertulis mendeskripsikan cara kata membentuk klausa, kalimat dan teks sementara dalam gramatika visual

menggambarkan cara elemen yang tersaji dalam gambar seperti orang, tempat dan benda tergabung menjadi sebuah pernyataan bermakna tertentu (Utari & Ningsih, 2023). Namun sayangnya pembahasan gramatika visual terhadap unggahan *foodporn* berbahasa Indonesia belum ada yang membahas tentang hal ini.


Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menelisik gambar pada unggahan Instagram dengan tagar *foodporn* dilihat dari sudut pandang gramatika visual. Tujuan dari penelitian tersebut diformulasikan melalui pertanyaan bagaimana gambar pada unggahan dengan tagar *foodporn* di Instagram berbahasa Indonesia ditinjau dari gramatika visual.

Metode

Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan metode analisis isi. Data yang digunakan dalam metode ini ialah unggahan foto dan takarir yang ada pada tagar *foodporn* di Instagram. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data gambar dalam unggahan Instagram berbahasa Indonesia dengan tagar *foodporn*. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori analisis gramatika visual oleh Kress dan Van Leeuwen (2021).

Data berupa unggahan yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis satu per satu menggunakan analisis teks visual metafungsi representasional (Kress & Leeuwen, 2021). Menurut Salbego (2015) yang dikutip dalam (Utari & Ningsih, 2023) metafungsi representasional berhubungan dengan identifikasi dari beberapa elemen seperti partisipan yang hadir, proses atau aktivitas yang ditampilkan, atribut atau peranan partisipan, serta kondisi saat kejadian berlangsung. Oleh karena itu, gambar dalam unggahan tersebut diidentifikasi berdasarkan jenis partisipan, proses dan aktivitas yang ditampilkannya. analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan instrumen analisis multimodal seperti Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen Analisis Multimodal (Utari, 2023)

No	Tampilan Gambar	Representasional
1.		Partisipan : Jenis Panganan : Proses / Aktivitas : Jenis Foto :

Hasil

Sebanyak 303 juta unggahan ditemukan di Instagram menggunakan tagar *foodporn*. Fenomena tagar *foodporn* di Instagram merupakan salah satu tren yang dominan dalam dunia media sosial terkait makan di Instagram. Fenomena ini mendeskripsikan evolusi masyarakat saat ini dalam berkomunikasi dan berbagi pengalaman makanan secara visual pada era digital.

Berdasarkan analisis visual gramatika menunjukkan bahwa gambar pada unggahan dengan tagar *foodporn* berbahasa Indonesia di Instagram ditunjukkan dalam

menu utama dari mancanegara, kudapan manis, dan menu dengan sayuran. Hal ini menunjukkan beberapa hal seperti mayoritas peselancar Instagram diajak untuk lebih tergugah menikmati kuliner mancanegara dan kudapan manis dibandingkan kuliner nusantara. Hal menarik lainnya terkait penggunaan tagar ini adalah untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui gambaran makanan sehat dan seimbang dengan representasi yang menggugah selera.

Pembahasan

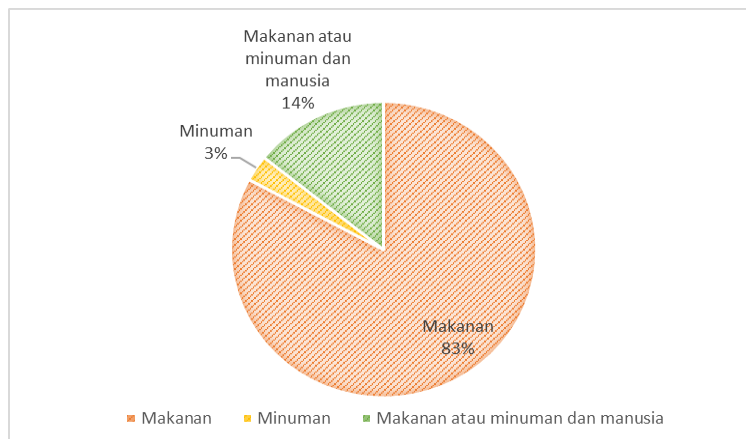
Penganalisisan makna sebuah foto bertagar *foodporn* di Instagram ini berkaitan erat dengan kemampuan kita terhadap pemahaman sebuah multimodal dari suatu media. Pemahaman kita terhadap sebuah multimodalitas ini dapat dipahami sebagai sebuah 'prosedur analisis' yang menggabungkan alat dan langkah analisis linguistik seperti *Systemic Functional Linguistics* (SFL) atau tata bahasa fungsional dengan alat analisis untuk memahami gambar jika teks yang dianalisis menggunakan dua mode, verbal dan gambar (Ramadloni, 2022).

Prosedur analisis menggunakan multimodal ini sejalan dengan penerapan analisis wacana kritis terhadap suatu wacana yang ingin dipahami. Penerapan pendekatan analisis wacana kritis membuat kita dapat memahami maksud yang ingin disampaikan penulis dalam mengungkapkan sesuatu kemudian kita juga dapat menemukan makna dan alasan tentang gaya penulisan atau sesuatu yang disampaikan penulis (Goziyah, 2019). Pengungkapan melalui analisis wacana kritis ini disesuaikan dengan moda yang digunakan. Kemampuan untuk mengungkapkan makna yang disampaikan dalam unggahan di Instagram merupakan salah satu kemampuan terkait keterampilan literasi digital. Keterampilan ini adalah bagian literasi digital yang artinya yaitu sebagai suatu kemampuan menggunakan serta mengelola sistem teknologi informasi dan komunikasi (Susanti & Nurhamidah, 2022). Instagram dalam hal ini menggunakan foto dalam pengungkapannya untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Sebanyak 35 foto bertagar *foodporn* digunakan sebagai sampel data yang dianalisis dengan instrumen multimodal berdasarkan gramatika visual (Kress & Leeuwen, 2021). Dalam gramatika visual yang diungkapkan Kress & Leeuwen (2021) tersebut terbagi menjadi tiga metafungsi yakni metafungsi representasional, metafungsi interaksional, dan metafungsi komposisional. Metafungsi representasional berhubungan dengan bagaimana gambar direpresentasikan. Metafungsi interaksional merupakan makna yang mengekspresikan interaksi antarpersonal. Sedangkan metafungsi komposisional berhubungan dengan studi yang berkaitan dengan tata letak halaman, penempatan elemen visual, cara elemen representasional dan representatif disusun, dan cara seluruh elemen tersebut terintergrasi dan membangun makna.

Proses analisis pada gambar foto bertagar *foodporn* ini dilakukan dengan cara analisis metafungsi representasional, dikarenakan objek yang dianalisis adalah sebuah foto makan atau minuman dengan tagar *foodporn*. Diharapkan hasil analisis melalui metafungsi representasional foto bertagar *foodporn* dapat digunakan untuk melihat cara foto membantu pembelajaran atau mempengaruhi pemahaman pembacanya.

Lebih lanjut pembahasan analisis melalui hasil analisis representasional data foto dalam unggahan di Instagram berbahasa Indonesia. Beberapa temuan dari hasil analisis ini berupa jenis partisipan yang ditemukan, jenis foto, dan jenis makanan berdasarkan tampilan representasi makanan. Paparan pembahasan hasil temuan diakhiri dengan kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian.



Gambar 1. Persentase Komposisi Partisipan

Berdasarkan hasil analisis representasional, ditemukan bahwa sejumlah besar partisipan yang direpresentasikan dalam foto pada unggahan dengan tagar *foodporn* merupakan makanan yakni 83% dari data gambar yang dianalisis. Sementara 14% foto yang dianalisis menampilkan makanan dan minuman dengan kehadiran manusia yang ditunjukkan dengan tangan yang sedang menuang saus atau memegang makanan dan minuman. Persentase partisipan ini digambarkan oleh Gambar 1.

Dalam analisis gramatika visual, vektor menggambarkan aksi atau gerakan di dalam gambar yang menunjukkan bahwa foto tersebut merupakan foto naratif. Dalam data yang dianalisis hanya ada 9% foto yang menunjukkan aktivitas. Aktivitas yang digambarkan berupa gerakan menuang saus atau mengambil makanan. Sementara itu 91% dari data yang dianalisis menggambarkan foto konseptual. Foto konseptual pada dasarnya menggambarkan partisipan secara umum dan tidak menggambarkan aksi atau aktivitas seperti halnya foto naratif (Utari & Ningsih, 2023).

Temuan dari komposisi partisipan dalam Gambar 2 dan jenis foto menunjukkan bahwa unggahan di Instagram berbahasa Indonesia dengan tagar *foodporn* didominasi oleh makanan seutuhnya dalam bentuk konseptual yang menurut Koh (2015) dimaksudkan untuk membangkitkan keinginan untuk mengonsumsi makanan. Makanan dalam unggahan tersebut direpresentasikan seutuhnya sebagai foto konseptual tanpa harus menampilkan vektor yang melibatkan manusia yang sedang menyantap.

Dari hasil analisis juga ditemukan bahwa sejumlah besar foto yang merepresentasikan *foodporn* yang digambarkan dalam unggahan di Instagram berbahasa Indonesia merupakan menu utama yakni sebanyak 66% dari data. Selain makanan, foto dalam unggahan dengan tagar *foodporn* juga merepresentasikan kudapan manis sebanyak 26%, menu dengan sayur sebanyak 37%, menu utama dengan makanan cepat saji sejumlah 9%, serta minuman manis dan kudapan asin masing-masing sebanyak 3% dari data. Sementara hanya ada 3% dari data foto yang merepresentasikan makanan lokal Indonesia.

Dari data tentang jenis makanan yang direpresentasikan dalam unggahan tersebut menunjukkan bahwa makanan lokal atau menu nusantara belum banyak menjadi bagian dari unggahan dengan tagar *foodporn* di Indonesia. Kearifan lokal Indonesia sendiri menjadi daya tarik dan memiliki posisi strategis pada kaitannya keinginan orang asing mengenal Indonesia (Ramadloni et al., 2022). Sementara sebagian besar makanan yang dipamerkan merupakan menu utama dan kudapan manis dari mancanegara. Menurut Koh (2015) *foodporn* sendiri berelasi

dengan pertunjukan kuliner untuk merangsang pandangan penonton dan menggugah selera sehingga atasan antara fiksi dan kenyataan seringkali kabur dalam representasi visual makanan. Hal ini menunjukkan bahwa pemandang atau orang yang melihat unggahan diajak untuk lebih banyak tergugah dengan jenis kudapan manis mancanegara.

Di lain sisi, sejumlah 37% dari foto yang dianalisis menunjukkan makanan dengan komposisi yang mengandung protein dan sayur. Hal ini menunjukkan bahwa unggahan dengan tagar *foodporn* berbahasa Indonesia ini juga mempromosikan makanan sehat yang menggugah selera. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mejova dan Abbar (2016) mengungkap aspek baru dari *foodporn* adalah sebuah peluang potensial untuk memanfaatkan gagasan ini dalam mempromosikan gaya hidup sehat. Sehingga makna *foodporn* sendiri yang berkonotasi negatif, mengalami pergeseran makna untuk menjadi makna positif. Pergeseran makna bisa terjadi akibat beberapa faktor dengan maksud tertentu seperti peringatan dan pesan moral, relevansi kata dengan zaman, atau penghargaan yang ingin disematkan terhadap objek yang diikuti kata tersebut (Rosdiana, 2021).

Simpulan

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa gambar pada unggahan dengan tagar *foodporn* berbahasa Indonesia di Instagram direpresentasikan oleh menu utama dari mancanegara, kudapan manis, dan menu dengan sayuran. Hal ini menunjukkan beberapa hal seperti mayoritas pemandang atau viewer diajak untuk lebih tergugah menikmati kuliner mancanegara dan kudapan manis dibandingkan kuliner nusantara. Selain itu, temuan juga menunjukkan adanya potensi untuk mempromosikan gaya hidup sehat melalui gambaran makanan sehat dan seimbang dengan representasi yang menggugah selera. Rekomendasi berdasarkan hasil simpulan analisis tersebut antara lain, selain mempromosikan makanan sehat dengan tagar *foodporn* pada dasarnya juga memiliki potensi untuk mempromosikan kuliner nusantara. Hal ini memungkinkan agar meningkatnya pasar kuliner nusantara, bahkan wisata kuliner lokal ini dapat berkembang lebih baik lagi hingga ke pasar mancanegara.

Daftar Pustaka

- Goziyah, G. (2019). Analisis Wacana Kritis Film Rudy Habibie dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa. *Diksa : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 77–85. <https://doi.org/10.33369/diksa.v5i2.9914>
- Koh, G. (2015). Food Porn As Visual Narrative: Food Blogging and Identity Construction. *Southeast Asian Review of English*, 52(1), 123–143. <https://doi.org/10.22452/sare.vol52no1.10>
- Kress, G., & Leeuwen, T. Van. (2021). *Reading Images; The Grammar of Visual Design*. Routledge.
- 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, IcwsM*, 250–258. <https://doi.org/10.1609/icwsM.v10i1.14710>
- Nurfadzilah, V., & Sudarmaji, S. (2022). Pendidikan Bahasa dan Sastra. *Diksa : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8 Nomor 1(1), 103–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/diksa.v8i1.22661>
- Rachminingsih, I., Sundari, Y., Seni, J. K., Seni, F., & Dan, R. (2022). Analisis Gramatika

- Visual dalam Pemaknaan Potret Perempuan pada Sampul Majalah Mangle. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 10(3), 214–221. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/view/2314>
- Ramadloni, S. (2022). Pemanfaatan Laman BIPA Daring dalam Konteks Multimodalitas bagi Pemelajar BIPA. *Madah: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 13(1), 80–90. <https://doi.org/10.31503/madah.v13i1.431>
- Ramadloni, S., Muliastuti, L., & Anwar, M. (2022). Jurnal Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (JBIPA) Pemanfaatan laman BIPA daring sebagai media pembelajaran BIPA berkonteks kearifan lokal di ASEAN. *Jurnal Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (JBIPA)*, 4(1), 62–71. <https://doi.org/10.26499/jbipa.v4i1.4723>
- Rosdiana. (2021). Pergeseran Kosakata Bahasa Indonesia pada Pengguna Instagram. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 7(1), 157–166. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i1.614>
- Salbego, N., Heberle, V. M., & Da Silva Balen, M. G. S. (2015). A visual analysis of English textbooks: Multimodal scaffolded learning. *Calidoscopio*, 13(1), 5–13. <https://doi.org/10.4013/cld.2015.131.01>
- Susanti, E., & Nurhamidah, D. (2022). Pembelajaran Produktif Berbasis Literasi Digital Pada Mahasiswa Bipa (Bahasa Indonesia Untuk Penutur Asing). *Jurnal Diksa*, 8(1), 68–75. <https://ejournal.unib.ac.id/jurnaldiksa/article/view/22658>
- Utari, S., & Ningsih, H. K. (2023). Penggunaan foto pada latihan membaca dalam bahan ajar bahasa Indonesia bagi penutur asing: pendekatan semiotika sosial. *Jurnal Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (JBIPA)*, 5(1), 100–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.26499/jbipa.v5i1.6010>
- 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>