

Mukbang: Praktik dan Komunikasi Budaya

“Mukbang: Cultural Practices and Communication”

Aswati M., Faika Burhan, Hasni Hasan, Suharni Suddin, Salebaran

Jurusan Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Indonesia

ninihasni86@gmail.com

Abstrak

Korean wave atau biasa disebut gelombang *hallyu* mampu mendominasi industri hiburan. Pilihan yang diberikan kepada masyarakat selaku konsumen tentunya sangat beragam. Berbagai konsep yang ditawarkan oleh industri Korea Selatan mampu memikat masyarakat luas di berbagai bidang. Teknologi, fesyen, kosmetik, K-Drama, K-Pop, tayangan musik, hingga *reality show* menjadi komoditas yang laku dan digemari masyarakat. Bahkan sosial media pun dipenuhi dengan konten dan kampanye berbagai hal yang berasal dari negeri ginseng tersebut. Salah satu kebiasaan orang Korea Selatan yang sedang populer adalah *mukbang*, yakni kebiasaan merekam diri sendiri ketika sedang makan. *Mukbang* merupakan fenomena yang awalnya hanyalah kebiasaan sederhana dan cenderung menghilangkan kejenuhan kemudian menjadi komoditas hiburan. Kebiasaan ini kemudian berkembang menjadi *trend* yang sangat digemari hingga menembus masyarakat Amerika Serikat, Eropa dan tentunya Indonesia. Penelitian ini fokus mengkaji *mukbang* sebagai praktik dan komunikasi budaya pop Indonesia. Budaya Pop yang lahir tentu tidak lepas dari peran media yang kemudian berkembang sehingga diadopsi oleh masyarakat. *Mukbang* sebagai budaya luar yang masuk ke Indonesia telah mengalami adaptasi dan komodifikasi. Bahkan *mukbang* yang berkembang menjadi hiburan edukasi telah menampilkan berbagai jenis kuliner khas Indonesia yang tentu saja membawa dampak positif. Media termasuk sosial media berperan besar mengkampanyekan dan mengeksplor berbagai kuliner daerah di Indonesia.

Kata kunci: Mukbang; Praktik; Komunikasi; Budaya

Abstract

The Korean wave or usually called the Hallyu dominates the entertainment industry. It gives a very diverse choice to the public as a customer. The various concepts offered by the South Korean industry can captivate the community in various fields. Technology, fashion style, cosmetics, K-drama, K-pop, music show, up to reality show becomes a commodity that is salable and favored by the public. Even social media is filled with content and campaigns for various things that originated from this country of ginseng. One of the habits of South Koreans that is currently popular is mukbang, the habit of recording oneself while eating. Mukbang is a phenomenon that is just a simple habit that tends to eliminate boredom and become an entertainment commodity. This habit later developed into a popular trend reaching the people of the United States, Europe, and even Indonesia. This study focused on studying mukbang as a practice and communication of Indonesian pop culture. Pop culture that was born could not be separated from the role of the media. This pop culture then developed so that the public adopted it. Mukbang, an outside culture that entered Indonesia, has undergone adaptation and commodification. Mukbang, which has developed into educational entertainment, has featured various types of Indonesian culinary specialties, which have a positive impact. Social media also plays a massive role in campaigning and exploring various regional culinary delights in Indonesia.

Keyword: mukbang; practice; communication; culture

1. Pendahuluan

Globalisasi bukanlah hal baru pada masa kini, namun bukan berarti globalisasi tidak memiliki dampak tersendiri. Arus informasi dari berbagai wilayah maupun belahan dunia dapat diakses dengan cepat dan mudah. Misalnya suatu peristiwa perang atau bencana alam di wilayah lain dapat diketahui saat itu juga dengan perkembangan informasi. Menurut Barker¹ bahwa globalisasi adalah serangkaian proses yang mengarah kepada penyempitan atau tenggelamnya dunia, yaitu semakin meningkatnya hubungan global dan pemahaman kita di atasnya. Serangkaian proses inilah yang menyebabkan batas-batas suatu negara tentang informasi menjadi tanpa sekat dan ruang.

¹ Chris Barker, *Kamus Kajian Budaya* (Yogyakarta: Kanisius, 2014), hlm. 295.

© 2023 The Authors. Published by TALENTA Publisher Universitas Sumatera Utara

Selection and peer-review under responsibility of Seminar Nasional Sejarah Kebudayaan Populer di Indonesia

p-ISSN: dkk, e-ISSN: 2654-7058, DOI: [10.32734/lwsa.v6i2.1731](https://doi.org/10.32734/lwsa.v6i2.1731)



Wajah globalisasi adalah wajah paradoks. Paradoks globalisasi tercipta sebagai akibat hadirnya secara bersamaan ruang dan waktu. Berbagai kecenderungan budaya global pada masa kini yang dibentuk oleh sikap kesalingbergantungan dan saling kesalingkeberhubungan yang tinggi.² Globalisasi tentunya membawa dampak yang tidak bisa dibendung. Salah satunya yakni globalisasi budaya yang melanda di berbagai wilayah. Globalisasi budaya tidak bisa dilepaskan dengan globalisasi informasi. Proses globalisasi tentunya didukung oleh kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan transportasi. Hal ini menyebabkan orang yang jauh menjadi terhubung menjadi dekat, informasi masuk lebih cepat dan tentunya memudahkan dengan adanya sarana transportasi yang cepat.

Kebudayaan populer merupakan salah satu efek globalisasi. Kebudayaan yang dianggap hanya sebagai milik sekelompok orang atau masyarakat saja kini menjadi milik semua orang. Menurut Ibrahim³ artefak-artefak budaya populer (pop) seperti jeans, mall, koran, dan lain-lain telah menjadi bagian dari aktivitas keseharian kita. Dalam budaya populer, unsur-unsur dinamis dari budaya terlihat secara jelas. Budaya adalah tatanan kehidupan yang di dalamnya manusia membangun makna melalui praktik-praktik representasi simbolik.

Kebudayaan populer atau biasa disebut dengan budaya pop. Budaya pop lahir sebagai dampak dari pesatnya arus perkembangan teknologi informasi. Budaya pop yang ditopang oleh industri kebudayaan (*cultural industry*) telah mengkonstruksi masyarakat yang tak sekedar berbasis konsumsi, tapi juga menjadikan semua budaya sebagai produk industri dan menjadi komoditas. Salah satu negara yang sedang mendapat sorotan terkait berbagai budaya pop adalah Korea Selatan. Korea Selatan tumbuh menjadi negara dengan kekuatan industri hiburan musik yang terkenal dengan K-Pop, perfilman yang sering dikenal dengan K-Drama, berbagai kosmetik, makanan, hingga fashion.

Lebih lanjut dalam pandangan Leavis dan Mazab Frankfurt dikatakan bahwa budaya pop memandang budaya berbasis komoditas sebagai suatu yang tidak autentik, manipulatif dan tidak memuaskan. Argumennya adalah “budaya massa” kapitalis yang terkomodifikasi tidak autentik karena tidak dihasilkan oleh 'masyarakat', manipulatif karena tujuan utamanya adalah agar dibeli, dan tidak memuaskan karena selain mudah dikonsumsi, ia pun tidak mensyaratkan terlalu banyak kerja dan gagal memperkaya konsumennya.⁴

1.1. Fenomena Mukbang

Kemajuan berlangsung sangat pesat di negara Korea Selatan selama beberapa dekade terakhir. Majunya berbagai industri, seperti industri teknologi, industri hiburan, industri militer dan berbagai industri lainnya membawa perubahan yang sangat besar. Menurut Wicaksono⁵ bahwa kemajuan ini tentunya tidak lepas dari masa lalu Korea yang mengalami penjajahan Jepang pada tahun 1910 sampai 1945. Selanjutnya perang Korea pada tahun 1950 yang dikenang sebagai perang saudara menjadi sejarah kelam. Perpecahan ekonomi tidak bisa dielakkan, termasuk perpecahan wilayah Korea menjadi Korea Selatan dan Korea Utara mengakibatkan perang saudara yang cukup lama.

Setelah perang saudara selesai, Korea Selatan mulai menata negara dan mampu tumbuh menjadi negara yang maju dengan ekonomi yang mapan. Ini tidak lepas dari globalisasi dan modernisasi besar-besaran yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan. Kemajuan Korea Selatan di berbagai bidang membawa dampak tersendiri. Salah satu dampak yang sangat menonjol yakni dampak sosial, yang menyebabkan orang-orang Korea Selatan hidup secara individual dan mementingkan diri sendiri.

Davis mengartikan perubahan sosial sebagai perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi masyarakat.⁶ Perubahan sosial di Korea Selatan seperti jurang yang sangat luas dengan menciptakan sekat antarindividu. Masyarakat yang awalnya hidup dalam ikatan kebersamaan yang kuat lalu beralih menjadi pribadi individualistik yang mementingkan diri sendiri. Orang-orang menjadi kesepian, tidak punya teman, dan hubungan yang sekedar relasi tanpa ikatan sosial menyebabkan orang tidak bersosialisasi. Dahulu tradisi orang Korea ketika makan yakni makan secara bersama-sama anggota keluarga lainnya.

Mukbang hadir mengobati rasa kesepian orang-orang Korea Selatan. Mereka menyadari bahwa sikap individualis yang mereka jalani menyebabkan mereka tidak bisa lagi berkumpul bersama keluarga bahkan hanya untuk sekedar makan secara bersama-sama. Mukbang merupakan istilah dari kata *mukbang* yang berasal dari gabungan kata dalam bahasa Korea “*muk-ja*” (ayo makan) dan “*bang-song*” (siaran). Dari aktivitas inilah orang yang kerap melakukan mukbang di sosial media dapat terhubung dengan masyarakat luas secara virtual.

² Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan* (Bandung: Matahari, 2010), hlm. 218.

³ Idi Subandy Ibrahim, *Kritik Budaya dan Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratisasi di Indoensia*. Yogyakarta: Jalasutera, 2011), hlm. xxi.

⁴ Chris Barker, *Op.Cit.*, hlm. 47.

⁵ Michael Wicaksono, *Perang Korea: Pertikaian Terpanjang Dua Saudara* (Jakarta: Elex Media, 2020), hlm. vii.

⁶ Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Radar Jaya Offset, 1983), hlm. 262.

Trend mukbang menjadi meluas, banyak orang yang melakukannya agar ketika makan mereka bisa sambil berbincang atau saling merespon dengan penonton. Masyarakat Korea Selatan kemudian semakin menggemari mukbang. Mukbang dimulai dari tahap menyiapkan bahan makanan, memasak hingga akhirnya dimakan, dan itu melalui proses perekaman. Namun kebanyakan yang populer adalah mukbang yang dilakukan sendiri ketika makan sambil membaca berbagai komentar. Hal itu mereka anggap sebagai bentuk interaksi antara ruang nyata dan ruang maya.

Perkembangan selanjutnya Mukbang populer di internet, masyarakat luas mulai menerima mukbang sebagai sarana tontonan yang menghibur khususnya di AfreecaTV dan Youtube, kira-kira sejak 2009.⁷ Orang yang melakukan aktivitas mukbang dijuluki sebagai BJ (Broadcast Jokey). BJ akan melaksanakan siaran langsung selama 30 menit hingga 1,5 jam sambil menyantap makanan dalam porsi besar. Sambil makan biasanya BJ akan berinteraksi dengan para penontonnya yang bisa memberikan berbagai komentar seolah sedang mengobrol Bersama. Interaksi juga bisa berbentuk pertanyaan melalui *live chat* yang terkadang harus dijawab oleh BJ.

1.2. Globalisasi Mukbang

Telah dipaparkan di atas terkait globalisasi yang mampu menembus wilayah tanpa sekat melalui arus informasi yang serba cepat. Pertukaran informasi yang cepat dan saling bergantian seolah menghilangkan dinding batas dalam penyebaran informasi. Mukbang awalnya hanya menjadi budaya tersendiri di negeri Korea Selatan. Namun dengan perkembangan arus informasi mukbang kemudian menjadi kebudayaan yang mengglobal.

Globalisasi selalu bergandengan tangan dengan media. Globalisasi tanpa penyebarluasan akan berjalan di tempat tanpa kemajuan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ibrahim⁸ bahwa media menjadi entitas tersendiri yang berperann sebagai medan pertarungan wacana dan kultur antarberbagai kekuatan yang bermain di belakangnya. *The Invisible Hand* yang ada di balik media dalam hal ini pemilik modal, tetap menjadi bagian penting yang menentukan ideologi media yang menciptakan kerangka (*frame*) pemberitaan.

Appadurai tahun 2009 dalam tulisannya "*Disjuncture and Difference in The Global Cultural Economy*", menyebutkan bahwa ada lima arus budaya global: (1) Arus etnik (2) Arus teknologi, (3) Arus keuangan, (4) Arus media dan (5) Arus Ide.

Pertama, arus etnik yakni kita hidup dengan menyaksikan pergeseran dunia manusia dari berbagai bangsa. Perpindahan penduduk dari satu wilayah ke wilayah lain, percampuran ras dan etnik dalam satu wilayah tidak ada lagi. Arus etnik juga berkaitan dengan globalisasi mukbang yakni, kebudayaan suatu negara bisa menjadi kebudayaan negara lain jika diterima dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Kedua, arus teknologi baik yang canggih maupun yang sederhana bergerak lebih cepat dengan menyebrangi batas-batas yang dulu tidak bisa ditembus. Globalisasi mukbang dan arus teknologi merupakan dua hal yang terkait dan saling bergandengan. Mukbang menjadi populer di negara-negara lain karena arus teknologi dan penerimaan informasi yang cepat.

Ketiga, arus keuangan berupa modal, produk dan sumber daya manusia bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya dengan sangat cepat. Mukbang sebagai suatu kebudayaan populer tentunya memerlukan modal berupa keuangan yang bisa menggerakkan sumber daya manusia dan ketersediaan bahan untuk kegiatan mukbang. Perlu diketahui dalam mukbang diperlukan jumlah makanan yang sangat besar dan banyak yang digunakan untuk konten atau siaran dalam setiap kali kegiatan ini. Mau tidak mau modal berupa ekonomi menjadi faktor penyokong utama dalam penyebaran mukbang sebagai kebudayaan populer.

Keempat, arus media; distribusi kemampuan elektronik untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi semakin menjangkau kawasan lebih luas. Arus media yang menciptakan "dunia baru" sehingga dunia nyata dan dunia maya semakin kabur. Media berperan sebagai katalisator. Bermunculan media baru, media cetak yang kalah saing dengan media sosial mampu menghasilkan berbagai jenis media sosial yang cukup populer. Mukbang yang mulanya hanya disiarkan melalui media sosial pribadi kemudian ditayangkan di televisi. Namun kepopuleran mukbang di berbagai media sosial seperti Instagram, facebook, youtube dan lain sebagainya mampu menempatkan mukbang sebagai fenomena.

Kelima, arus ide, berbagai bentuk ide tersebar secara luas lewat arus media. Gagasan tentang "kebebasan", "hak-hak asasi", "kedaulatan rakyat", "demokrasi" mempengaruhi cara berpikir seseorang. Arus ide sangat diperlukan demi menumbuhkan kreativitas dalam berpikir. Ide-ide yang dikembangkan berbeda dari konsep yang sudah ada sebelumnya tentu menarik untuk dikembangkan. Ini bisa dilihat dari kemunculan awal mukbang yang hanya menghibur diri dari rasa kesepian ketika makan sendirian menjadi suatu fenomena. Pengembangan ide-ide baru bukan hanya sekadar makan sambil melakukan siaran, namun mukbang juga mampu menumbuhkan kreativitas kalangan youtuber ketika menyiapkan konten yakni, jumlah makanan yang sangat besar di atas normal, makanan yang bervariasi, serta cara makan yang menghibur dan mengundang rasa lapar penonton mampu menjadi tayangan dan hiburan tersendiri.

⁷ Akhmad Muawal Hasan, <https://tirto.id>, diakses pada 20 September 2022.

⁸ Idi Subandy Ibrahim, *Op.Cit.*, hlm. 278.

1.3. Mukbang sebagai Budaya Pop

Menurut Ben Agger sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan umumnya akan menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat.⁹ Bungin¹⁰ lebih lanjut menjelaskan tentang gagasan budaya populer oleh Ben Agger, yang mana budaya dapat dikelompokkan menjadi empat aliran, yaitu: 1) Budaya dibangun berdasarkan kesenangan tapi tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari. 2) Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional. 3) Kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi kapitalis. 4) Kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas

Kebudayaan selalu mengikat sistem sosial, hal inilah yang mengantarkan kita pada konsepsi kebutuhan fungsional Parsons yang mengacu pada *Adaptation (A)*, *Goal attainment (G)*, *Integration (I)*, dan *Latency*.¹¹ *Adaptation* atau adaptasi adalah sebuah sistem yang harus menaggulangi situasi eksternal yang sering mengancam. Di sinilah sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungan dan lingkungan harus menyesuaikan diri dengan sistem tersebut. Pada proses ini, mukbang sebagai kebudayaan luar yang hadir di tengah-tengah masyarakat mampu beradaptasi dengan situasi masyarakat dan kondisi. Bahkan masyarakat berusaha agar bisa menyesuaikan diri dengan gelombang tersebut dengan memanfaatkan dan mereproduksinya kembali. Hal tersebut bisa kita lihat dari bermunculannya youtuber dari berbagai negara yang menggunakan mukbang sebagai konten dalam setiap tayangan, dan mampu menghasilkan banyak penonton. Tanpa keberhasilan adaptasi lingkungan, maka mukbang tidak akan memiliki basis material yang berguna bagi penopang tujuan politik serta integrasi sosial. Kebutuhan ini yang digerakkan oleh organisme perilaku yang mengadopsi dan mengadaptasi mukbang.

Goal attainment (pencapaian tujuan) sebuah sistem harus mendefinisikan dan mencapai tujuan utamanya. Mendefinisikan tujuan yang berguna untuk menentukan inti dari sistem tersebut serta menempatkan skala prioritas dan orientasi utama. Di negara asalnya Korea Selatan, tujuan awal mukbang adalah untuk menghilangkan rasa kesepian yang dialami oleh seseorang. Pada perkembangan selanjutnya, mukbang tidak menjadi skala prioritas individu lagi. Mukbang berkembang menjadi kebudayaan yang menyebar di berbagai negara. Proses tersebut digerakkan oleh youtuber dengan memobilisasi mukbang dan memolesnya menjadi tayangan yang populer.

Integration (integrasi) sebuah sistem harus mengatur hubungan antarsub-sistem yang menjadi komponennya. Ini ditunjukkan untuk melakukan penyeimbangan ulang agar tercipta integrasi sosial keseluruhan yang merupakan fungsionalisme kemasyarakatan. Proses ini dilakukan oleh sistem sosial misalnya hukum beserta segenap reward dan sanksinya. Konten mukbang yang ditayangkan di kanal Youtube misalnya, tentu saja memiliki hubungan sub-sistem yang menjadi komponennya. Nicocado Avocado misalnya seorang Youtuber konten mukbang memiliki sekitar lima akun youtube hanya untuk mereview dan menampilkan konten mukbang. Tak tanggung-tanggung ia mampu makan dalam jumlah yang sangat besar dan banyak. Pada bagian ini ia mendapat reward berupa tayangan yang lebih banyak penonton dan tentunya membawa keuntungan tersendiri baginya. Namun di sisi lain ia tidak luput dari sanksi, berupa sanksi sosial. Masyarakat menilai kebiasaannya tersebut telah mengubah dirinya yang dulu berbadan proporsional menjadi obesitas dengan berat badan yang sangat berlebihan. Sanksi tersebut berupa kritik tajam terkait kebiasaannya tersebut karena dapat mengganggu kesehatannya dan membahayakan dirinya sendiri

Latency (pola pemeliharaan), yakni sebuah sistem harus memiliki pola pemeliharaan laten yang digerakkan oleh nilai dalam suatu kerangka sistem budaya. Pola ini berfungsi sebagai landasan nilai dan tujuan normatif yang akhirnya menjaga stabilitas integrasi sistem secara keseluruhan. Nicocado Avocado awalnya membuat konten youtube dengan menampilkan konten cara hidup vegan pada tahun 2016. Konten tersebut kemudian mengalami perubahan yang drastis. Konten mukbangnya berubah menjadi kebiasaan makan yang besar sehingga ikut mengubah bobot tubuhnya menjadi sangat besar.

Berdasarkan uraian dan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka timbul pertanyaan terkait keberadaan mukbang sebagai budaya populer yang berkembang di Indonesia. Masuknya budaya pop ini apakah nantinya akan menimbulkan keresahan tersendiri atukah bisa beradaptasi dengan budaya Indonesia, atau apakah budaya pop ini akan muncul sesaat kemudian menghilang ditelan zaman dan digantikan oleh budaya pop lainnya. Maka timbul pertanyaan bagaimana praktik mukbang sebagai komunikasi budaya di Indonesia? Untuk menjawab pertanyaan ini maka akan diulas di bagian pembahasan.

⁹ Burhan Bungin, *Pornomedia; Sosiologi Media, konstruksi Sosial Teknologi telematika & Perayaan Seks di Media Massa* (Jakarta: Pranada Media, 2009), hlm. 100.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 92.

¹¹ Syaiful Arif, *Refilosofi Kebudayaan: Pergeseran Pascastruktural* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm. 164-165.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam penyusunan makalah ini adalah studi kepustakaan baik dari buku yang relevan, jurnal dan analisis konten sosial media terkait mukbang. Tulisan ini diawali dengan mendeskripsikan konsep *mukbang* yang ada di Korea Selatan kemudian dikaitkan dengan berbagai teori yang melandasi munculnya mukbang sebagai gelombang budaya adaptif yang diterima di berbagai negara termasuk di Indonesia. Teori yang digunakan dalam penulisan adalah teori Praktik yang dikemukakan oleh Bourdieu. Jenks Bourdieu¹² banyak mengulas hal yang terkait dengan reproduksi budaya yang banyak berkomitmen pada pengembangan teori kebudayaan kritis, tetapi apresiatif dan ide-ide memberikan sebuah kontribusi bagi pemahaman kita tentang kekuasaan dan kewenangan dalam masyarakat. Menurut Lubis¹³ bahwa teori dan metode yang dikemukakan oleh Bourdieu memiliki kerangka konseptual “komprehensif” dengan memasukkan modal: sosial, kultural, ekonomi dan simbolik dalam teorinya. Selain konsep modal, ia mengemukakan istilah medan atau arena, *habitus*, dan strategi-strategi sosial.

3. Pembahasan

3.1. Praktik Mukbang

Fenomena mukbang yang muncul saat ini merupakan akibat adanya gelombang globalisasi. Mukbang menjadi tayangan hiburan dengan penonton yang cukup banyak bahkan menjadi tayangan paling ditunggu. Bahkan di platform youtube konten mukbang memiliki jumlah penonton terbanyak. Salah satu youtuber asal Amerika Serikat bernama Nikocado Avocado sampai memiliki 6 akun youtube yang seluruhnya berisi konten mukbang dengan jumlah penggemar yang tidak sedikit. Mukbang sendiri tidak hanya mewabah di Amerika Serikat, namun menyebar di kawasan Asia bahkan Indonesia. Banyak youtuber Indonesia yang kemudian ikut mengungkap konsep dengan tema mukbang. Hal ini digambarkan oleh Bourdieu bahwa praktik mukbang merupakan akumulasi dari *habitus* dikali modal ditambah ranah ($Habitus \times Modal$) + Ranah.

Habitus dipahami sebagai perangkat nilai-nilai, praktik-praktik dan kecenderungan batin yang distrukturkan dan menstrukturkan. *Habitus* adalah konteks yang mana di dalamnya kita memahami kenyataan dan memperoleh berbagai kepercayaan, nilai, dan pengetahuan lewat praktik-praktik.¹⁴ Mukbang sebagai *habitus* tentunya memiliki seperangkat nilai-nilai yang di dalamnya terkandung nilai kebersamaan yang dibangun agar ketika makan mereka tidak merasakan kesepian. Meskipun kebersamaan dengan keluarga yang mereka rasakan bergeser dari kebersamaan secara nyata menjadi kebersamaan yang maya (virtual). Mukbang sebagai *habitus* dalam masyarakat yang telah melunturkan nilai-nilai sosial di tengah-tengah masyarakat.

Modal selalu diasumsikan sebagai kumpulan uang yang banyak. Padahal mukbang sendiri adalah modal yang dikemas dalam bentuk budaya atau biasa disebut modal budaya. Negara Korea Selatan memiliki strategi tersendiri dalam mengelola budaya sehingga dapat diterima bahkan diadopsi oleh negara lain. Modal budaya tentu bisa mendatangkan modal ekonomi. Mukbang yang menjadi tayangan populer di berbagai negara tentu mendatangkan berbagai keuntungan tersendiri di bidang ekonomi misalnya berupa endorse, sponsor bahkan edsense. Modal ekonomi dan modal budaya tentunya didukung oleh modal sosial. Tanpa dukungan modal sosial tentu modal budaya tidak bisa mendatangkan keuntungan ekonomi. Modal sosial di sini adalah dukungan masyarakat luas yang menerima dan mendukung. Sejak kemunculannya tahun 2000-an mukbang menjadi perhatian masyarakat di Korea Selatan. Makan sambil siaran langsung agar tidak merasakan kesepian, konsep yang cukup sederhana namun mampu menjadi tren di berbagai negara bahkan sampai ke Indonesia. Modal sosial menjadi penyokong dalam penyebarluasan mukbang sebagai kebudayaan populer.

Mukbang sebagai modal simbolik, yakni simbol Korea Selatan yang menjadi jaminan tersendiri. Ini membawa dampak positif dengan diterimanya mukbang sebagai budaya yang berasal dari Korea Selatan. Indonesia yang memiliki populasi penduduk 200 juta jiwa penduduk mempunyai modal sosial yang sangat melimpah. Tidak heran, konten mukbang selalu menjadi tayangan yang memiliki jumlah penonton yang banyak. Hal ini tentu didukung oleh modal ekonomi yang dimiliki oleh para Youtuber dalam mengeksplor dan menjangkau kawasan-kawasan di Indonesia. Misalnya ketika seorang youtuber dari Jakarta hendak mengeksplor kuliner Makassar tentu harus menyiapkan modal ekonomi untuk membiayai tiket pesawat, akomodasi, penginapan, hingga makan dalam jumlah yang bervariasi sebagai bahan konten yang akan ditayangkan.

Ranah sebagai arena merupakan komunikasi personal dan asal usul ide-ide. Ranah mukbang sebagai bentuk komunikasi seseorang dalam melakukan siaran langsung dengan saling menyapa, berkenalan hingga memiliki keterikatan emosional. Di Korea Selatan posisi seorang yang sedang mukbang dengan melakukan siaran langsung berkaitan dengan kehadiran penonton. Keberadaan penonton yang banyak memiliki saling keterkaitan antara si kesepian dan si penghibur atau bisa sebaliknya. Orang yang kesepian bisa bertindak sebagai penghibur atau orang yang menghibur bisa menjadi kesepian, keduanya akan saling terikat secara emosional. Ranah mukbang di Indonesia tentu sangat berbeda dengan yang ada di Korea Selatan.

¹² Chris Jenks, *Culture Studi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 190.

¹³ Akhyar Yusuf Lubis, *Postmodernisme: Teori dan Metode* (Jakarta: Pt Rajagrafindo, 2014), hlm. 105.

¹⁴ Chris Barker, *Op.Cit.*, hlm. 115.

Di Indonesia ranah yang dikembangkan beragam, tidak monoton. Ide-ide terkait mukbang bukan sekedar makan dan mengunyah kesepian, namun menjadi ajang perkenalan berbagai kuliner di Indonesia. Ide-ide yang dikembangkan seorang youtuber mukbang bukan hanya makan dalam jumlah banyak, namun menyajikan beragam makanan asli Indonesia. Ini berbeda dengan mukbang di Korea Selatan yang hanya fokus di makanan dalam jumlah besar yang terkesan tidak rasional.

Ranah yang dikembangkan oleh youtuber mukbang di Indonesia bukan hanya berpusat pada satu jenis makanan. Para youtuber bahkan melakukan kolaborasi antarsesama youtuber mukbang. Bahkan mereka menjawab tantangan penonton terkait mukbang yang akan dilakukan selanjutnya. Para youtuber ini tidak hanya mengeksplor kuliner *high class* namun menjangkau hingga *middle class*. Konten mukbang juga berusaha mengambil ranah kalangan bawah berupa warung-warung pinggir jalan hingga angkringan dalam gang sempit. Hal tersebut tentunya membawa dampak positif yakni sebagai bentuk promosi usaha.

Mukbang salah satu budaya populer yang berkembang di Indonesia. Kuasa media sebagai penyebaran budaya yang sangat penting. Informasi penting yang akan dibagikan kepada masyarakat dan khalayak tentunya tidak lepas dari peran media. Sedangkan media menjadi wadah penyampaian informasi, iklan menjadi sarana keuntungan bidang ekonomi. Hal-hal baru banyak ditayangkan melalui media, penelitian ini sangat berkaitan erat dengan kemunculan *Korean Wave* atau *Hallyu* yang menjadi tren atau kiblat baru dunia hiburan bahkan menjadi perhatian dunia termasuk kawasan Asia khususnya.

3.2. Mukbang sebagai Komunikasi Budaya

Narasi tentang budaya yang hadir di tengah-tengah masyarakat merupakan sarana komunikasi. Budaya dibangun berdasarkan kesenangan tapi tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari. Sama halnya dengan budaya mukbang yang merupakan lokalitas masyarakat setempat kemudian menjadi budaya populer masyarakat Korea Selatan. Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional, hal ini bisa saja mengalami pergeseran nilai-nilai sosial di tengah keluarga dalam masyarakat. Sikap individual menyebabkan renggangnya hubungan di tengah-tengah masyarakat. Kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi. Modal adalah hal paling penting yang bisa berupa modal ekonomi maupun modal sosial. Kebudayaan populer merupakan budaya yang vertikal, yakni kebudayaan yang diproduksi secara massal untuk kepentingan massal dan bukan untuk kepentingan elit.

Mukbang yang bukan budaya asli Indonesia mampu masuk dan beradaptasi di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Diterima ataupun tidak, mukbang telah menjadi kebiasaan bahkan kebutuhan sebagian besar masa kini. Di negara asalnya, Korea Selatan, mukbang dimulai dengan menyiarkan sosial media agar terhubung dengan masyarakat virtual. Di hadapan seorang BJ akan tersedia makanan dalam jumlah banyak dan besar yang harus dihabiskan saat itu juga. Namun berbeda lagi dengan mukbang yang tidak disiarkan langsung, proses mukbangnya telah melalui tahap editing video sehingga tampilan yang dihadirkan sudah tidak nyata dan cenderung penuh kepalsuan. Namun seperti itulah, setiap media memiliki rahasia konten yang tidak semua harus dibagikan kepada khalayak karena yang menjadi target adalah keuntungan ekonomi sebanyak mungkin.

Budaya mukbang tidak bisa ditolak mentah-mentah, ataupun diterima begitu saja. Meskipun terdapat perbedaan konsep mukbang yang ada di Korea Selatan, namun perbedaan karakter masyarakat menyebabkan mukbang dapat diterima sesuai kondisi masyarakat Indonesia. Hal ini didukung dengan keberadaan masyarakat Indonesia yang heterogen yang beragam suku bangsa dan beragam kebiasaan serta kebudayaan,

Jika budaya mukbang di Korea Selatan dianggap sebagai simbol kesepian ketika makan. Maka masuknya mukbang di Indonesia bisa menjadi jembatan komunikasi budaya. Objek dari mukbang adalah makanan, itu adalah hal yang tidak bisa ditawarkan oleh budaya Korea. Budaya mukbang yang masuk ke Indonesia sebagai budaya baru telah mengalami komodifikasi. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital, atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komodifikasi mukbang tentu membawa keuntungan tersendiri bagi Indonesia dalam mengeksplor berbagai jenis masakan dan makanan Indonesia di tengah gempuran makanan barat yang masuk.

Komodifikasi mukbang harus didukung dengan kesadaran masyarakat dalam mengangkat citra makanan asli Indonesia. Keberagaman masyarakat tentu menghadirkan keberagaman budaya dan keberagaman makanan. Komodifikasi tersebut didukung pula oleh pertukaran informasi yang cepat, serta kesadaran akan budaya dan kuliner daerah masing-masing. Dari sinilah proses filter budaya terjadi. Tidak semua budaya dapat menggantikan budaya asli. Dua budaya bahkan bisa saling menguntungkan. Mukbang di Korea Selatan akan memberikan ciri yang berbeda dengan mukbang di Indonesia. Fenomena mukbang yang ada di Indonesia kebanyakan ditayangkan melalui Youtube, sebagian lagi ada yang menggunakan platform sosial media Instagram atau facebook yang menyiarkan secara langsung. Youtuber Next Carlos dan Magdalena misalnya banyak mengeksplor makanan asli Indonesia dari berbagai wilayah Indonesia, yang terkadang melakukan konten berpindah-pindah di beberapa daerah yang ada di Indonesia. Konten Mukbangnya biasanya beberapa jenis, mulai dari konten makanan pinggir jalan hingga konten restoran mewah.

Perkembangan dunia saat ini menghadirkan banyak media komunikasi. Beragam media komunikasi bisa menjadi pilihan masyarakat masa kini. Ditambah lagi ramainya media sosial yang dapat menghubungkan orang dengan cepat dengan bermodalkan internet. Misalnya, Facebook dan Instagram yang memiliki pengguna yang sangat banyak, tentu tergantung pada selera dan manfaat penggunaannya. Bahkan youtube juga tak kalah saing sebagai salah satu *platform* internet yang menyamai fungsi televisi. Tayangan mukbang banyak kita jumpai di Youtube dengan berbagai tema dan konsep yang menarik perhatian penonton.

Mukbang sebagai komunikasi budaya tentu merupakan hal yang menguntungkan bagi Indonesia. Berbagai tayangan dan konten youtube khusus mukbang banyak mengusung konsep kearifal lokal di berbagai daerah, khususnya makanan. Melalui mukbang kita bisa memperkenalkan jenis-jenis makanan Indonesia yang beragam. Perbedaan etnis, perbedaan agama hingga perbedaan makanan sebagai wujud perbedaan yang harus dipersatukan bukan untuk dipisahkan.

4. Kesimpulan

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan yakni mukbang sebagai suatu praktik dan komunikasi budaya. Globalisasi mukbang bukanlah momok yang perlu ditakutkan, karena setiap kebudayaan yang masuk tentu memiliki ciri dan manfaat tersendiri, ada yang mengancam keberlangsungan budaya lokal namun juga ada yang bisa berjalan secara harmoni dan berdampingan. Lokalitas mukbang yang awalnya hanya sebagai gaya hidup masyarakat Korea Selatan, kini menjadi tren di seluruh dunia tak terkecuali Indonesia. Globalisasi tidak bisa ditolak maupun tidak bisa diterima seutuhnya. Masuknya budaya pop sebagai pembanding bukan untuk menggantikan budaya asli. Peran media sangat penting dalam penyebaran budaya pop. Tentunya media juga harus menyebarkan informasi yang bernilai positif di tengah-tengah masyarakat. Mukbang yang berkembang di Indonesia tentu mengalami penyesuaian sesuai kepentingan. Peran masyarakat sangat penting dalam penyesuaian masuknya budaya luar untuk menyaring budaya asing untuk meminimalisir nilai-nilai yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Benteng diri yang kuat diperlukan oleh masyarakat urban agar dapat hidup berdampingan dengan kehidupan global. Hal ini dimaksudkan agar identitas nasional tidak mudah terbawa arus.

Referensi

- [1] Akhmad Muawal Hasan, <https://tirto.id>, diakses pada 20 September 2022.
- [2] Arif, Syaiful. 2010. *Refilosofi Kebudayaan: Pergeseran Pascastruktural*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- [3] Barker, Chris. 2014. *Kamus Kajian Budaya*. Yogyakarta: Kanisius
- [4] Bungin, Burhan. 2009. *Pornomedia; Sosiologi Media, Konstruksi Sosial Teknologi Telematika & Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta: Pranada Media.
- [5] Ibrahim, Idi Subandy, 2011. *Kritik Budaya dan Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indoensia*. Yogyakarta: Jalasutera
- [6] Jenks, Chris. 2013. *Culture Studi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [7] Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Pt Rajagrafindo.
- [8] Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari
- [9] Soekanto, Soerjono. 1983. *Sosiologi: Suatu Pengantar* (Jakarta: Radar Jaya Offset)
- [10] Wicaksono, Michael. 2020. *Perang Korea: Pertikaian Terpanjang Dua Saudara*. Jakarta: Elex Media