

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial



IBADAH HAJI: ZIARAH KE TANAH SUCI MAKKAH DALAM PERSPEKTIF INSIDER DAN OUTSIDER
M. Amin Abdullah

BABI, ANJING, DAN DARAH: KONSTRUKSI KEBUDAYAAN KULINER NON-HALAL
Koeswinarno & Zakiyah

PANDEMI, NEW NORMAL, DAN LIMINALITAS KEHIDUPAN BERAGAMA DI JAWA TIMUR
Haqqul Yaqin, Feryani Umi Rosyidah & Ali Mursyid Azisi

RELIGIOSITAS DAN FERTILITAS PEREMPUAN MUSLIM MILENIAL DALAM PENGGUNAAN KONTRASEPSI
Asep Kusnali & Herti Windya Puspasari

SOCIAL ETHICS POLITICAL BUZZER IN THE LIVING RELIGIONS (QUR'AN AND HADITH)
Agung Danarta

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM, UIN SUNAN KALIJAGA

Daftar Isi

IBADAH HAJI: ZIARAH KE TANAH SUCI MAKKAH DALAM PERSPEKTIF INSIDER DAN OUTSIDER

M. Amin Abdullah 1

BABI, ANJING, DAN DARAH: KONSTRUKSI KEBUDAYAAN KULINER NON-HALAL

Koeswinarno & Zakiyah.....17

PANDEMI, NEW NORMAL, DAN LIMINALITAS KEHIDUPAN BERAGAMA DI JAWA TIMUR

Haqqul Yaqin, Feryani Umi Rosyidah & Ali Mursyid Azisi.....37

COLLECTIVE HABITUATION TO ATTACH BELIEFS OF INDIGENOUS COMMUNITIES IN VILLAGE-OWNED ENTERPRISE (BUMDes) ROUTINES

Ahmad Imron Rozuli.....55

RELIGIOSITAS DAN FERTILITAS PEREMPUAN MUSLIM MILENIAL DALAM PENGUNAAN KONTRASEPSI

Asep Kusnali & Herti Windya Puspasari69

SOCIAL ETHICS POLITICAL BUZZER IN THE LIVING RELIGIONS (QUR'AN AND HADITH)

Agung Danarta.....89

SPATIAL CONFLICT, LOCAL POLITICS, AND THE PRESENCE OF ISLAMIC SOCIAL MOVEMENTS; GNPf ULAMA IN MEDAN

Faisal Riza, Hasyimsyah Nasution & Katimin 103

BABI, ANJING, DAN DARAH: KONSTRUKSI KEBUDAYAAN KULINER NON-HALAL

Koeswinarno

Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama
Email: koes2008@gmail.com

Zakiyah

Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia
Email: zaki-smart@yahoo.com



Abstrak

Keberadaan kuliner non halal di masyarakat Jawa khususnya di Kota Surakarta merupakan fenomena yang penting untuk diteliti. Hal ini karena besarnya konsumsi kuliner non-halal khususnya babi, anjing dan darah di wilayah tersebut. Selain itu, tradisi atau kebiasaan makan terhadap tiga macam makanan tersebut tidak dapat dipisahkan dengan “budaya” dan konstruksi masyarakat yang melingkupinya. Terlebih lagi, akhir-akhir ini, makanan halal dan non-halal juga menjadi bagian “trending topik” di media sosial. Artikel ini ditulis berdasarkan penelitian kualitatif yang dilakukan di Kota Surakarta. Data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. Selanjutnya, data yang ditemukan dianalisis dengan menggunakan framework yang ditawarkan oleh Spradley, yaitu kebudayaan pada pengetahuan yang diperoleh, yang kemudian digunakan untuk menginterpretasikan pengalaman, serta melahirkan tingkah laku sosial. Hasil studi ini memperlihatkan bahwa makanan non-halal tersebut belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat di Surakarta, dimana mayoritasnya adalah pemeluk Islam. Meski demikian, tiga makanan tersebut ada dan tersaji di beberapa warung makan dengan nama menggunakan simbol tertentu seperti B1 dan B2. Tiga jenis makanan tersebut pada masyarakat menempati posisi yang berbeda, anjing misalnya memiliki sejarah panjang dan “selalu” dirawat oleh masyarakat. Selain itu, penjual daging babi dapat dipastikan adalah mereka yang non-Muslim, sedangkan daging anjing dan darah dijual oleh mereka yang non-Muslim, dan ada pula penjual Muslim meski mereka sendiri tidak mengkonsumsinya. Eksistensi kuliner non-halal ini juga menjadi perdebatan tidak hanya di ranah nyata masyarakat, tetapi juga di dunia maya melalui media sosial seperti Youtube.

Kata kunci: kuliner non halal, Surakarta, budaya makan, media sosial

Abstract

The existence of non halal food in Javanese society especially in Surakarta regency was a phenonema that needs to be studied. This is because the number of consumption rate on this non halal food namely pork, dog and blood, was relatively high in this area. In addition, the tradition of consuming those non halal food is closely related with the “culture” and the surrounded social construction. Even, recently the non halal food becomes a trending topic in the social media. This article was written based on the qualitative research conducted in Surakarta. Data were collected using interview, observation and documentary study, then those collected data were analysed using a framework offered by Spreadly, as it said that culture on the retrieved knowledge, then it was used to interpret such experience and created social behaviour. Findings of this research depicts that those non halal food have not fully accepted by the community in Surakarta, in which the majority of them are Moslem. However, those three kinds of food are available on several resaturants with the symbolic name such as B1 and B2. Furthermore, those three types of food have different position in the society; for instance, dog has long history and it is always nurtured by the society. Besides, pork is always sold by non-Moslem seller, in contrast dog and blood are sold by non-Moslem and Moslem seller, although Moslem seller did not consume them. Moreover, the existence on non halal food become a debate in the society and on the social media like Youtube.

Key Words: non-halal food, Surakarta, eating culture, social media



PENDAHULUAN

Kehadiran UU No 33 tahun 2004 tentang Jaminan Produk Halal, tentu direspons masyarakat secara positif, karena memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan konsumen umat Islam sebagai mayoritas agama di Indonesia. Walaupun masih mengalami berbagai persoalan seperti perubahan otoritas yang semula berada di Majelis Ulama Indonesia kemudian beralih ke Badan Jaminan Produk Halal (Koeswinarno and Iswanto 2020), masih lemahnya perangkat keras dan lunak halal, secara perlahan dan pasti undang-undang tersebut terus berjalan. Kelahiran Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) secara kultural ternyata telah menimbulkan beberapa penolakan, seperti misalnya di Bali, NTT, dan beberapa tempat lain (Mediaindonesia.com 2019). Dengan cara yang sama dapat dijelaskan bahwa, pertama, ada kekhawatiran beberapa pihak dengan lahirnya UUJPH akan menghilangkan kearifan lokal, terutama nilai-nilai yang dianggap tidak halal, khususnya pemerintah lokal dan pengusaha. Kedua, halal-haram masih dipandang sebagai persoalan ideologis, sehingga umat non-muslim sedikit merasa termarginal dalam konteks UUJPH.

Bersamaan dengan itu, kehadiran *platform* media sosial telah meretas dunia yang semula sakral menjadi profan, yang semula individual menjadi sosial. Peristiwa atau fenomena yang semula dianggap privat, tabu, tidak pantas, memalukan, secara tiba-tiba berubah menjadi hal yang terbuka, dibicarakan publik, dan seringkali bahkan menjadi fakta hukum. Tidak sedikit kasus-kasus kriminal kemudian diangkat menjadi bukti hukum, karena viral di platform YouTube, twitter, atau Tik-

Tok. Peristiwa kemarahan konsumen COD terhadap kurir, kasus kecelakaan lalu lintas, kekerasan, pencurian, seringkali dilakukan penindakan karena viral di beberapa *platform*. Tagar yang pernah viral di akhir 2021, “#no viral no justice” menjadi bukti bagaimana media sosial telah berubah fungsi, struktur, dan maknanya. Makanan non-halal yang semula terpinggirkan, melalui media sosial mampu melakukan *speak up*, sehingga dapat dengan mudah diketahui, dikenal, dan dicari tempatnya.

Uraian di atas menunjukkan telah terjadi kebenaran Toffler kedua sejak ditemukannya satelit, di mana pada tahun tujuh puluhan dia menyampaikan bahwa akan terjadi revolusi komunikasi dan informasi yang akan mengubah wajah dunia (Toffler 1970). Ledakan informasi benar-benar terjadi setelah satelit Palapa diluncurkan pada 8 Juli 1976 di Cape Canaveral, Florida, Amerika Serikat, yang dikenal dengan Proyek SKSD (Sistem Komunikasi Satelit Domestik). Ledakan informasi kedua terjadi ketika ditemukannya internet dan merebaknya platform media sosial. Dengan cara yang sama dapat dikatakan, saat ini telah terjadi revolusi komunikasi dan informasi babak kedua setelah Toffler meramalkannya pada tahun 1970-an.

Ledakan informasi dan komunikasi kedua, tidak hanya menghadirkan sejumlah informasi yang hadir, namun telah melahirkan fenomena baru, yakni ideologi viral. Viral telah lahir menjadi ideologi baru. Viral menjadi fenomena terkini yang mengakibatkan peristiwa-peristiwa sakral menjadi profan. Viral menjadi nilai baru yang menyebabkan masyarakat mengalami perubahan nilai yang begitu cepat dan mengejutkan. Hukum bisa dipercepat prosesnya karena viral. Kebencian bisa muncul secara massal karena viral.

Viral juga telah merubah pola kuliner pada sebagian masyarakat Indonesia. Kuliner-kuliner ekstrim yang semula berkembang hanya dari mulut ke mulut, telah terbuka dan mudah dicari karena ada di beberapa platform media sosial. Jika semula kuliner anjing dijual dengan diam-diam, terpendam, dan dengan menggunakan simbol,¹ kini sudah menjadi bagian kuliner yang terbuka, bisa dinikmati siapa saja, dan mudah dicari. Ideologi halal dengan sendirinya sudah benar-benar secara terbuka dihadapkan dengan non-halal. Sebagian YouTube bahkan memiliki spesialisasi kuliner non-halal, terutama anjing, babi, dan darah yang diolah.

Ini menjadi menarik, bukan karena persoalan kuliner non-halal, tetapi bahwa oposisi biner antara halal dan non-halal di bidang kuliner telah membuka ruang baru, sehingga yang semula tabu menjadi lebih terbuka, yang semula orang menebak-nebak kemudian menjadi lebih jelas. Ini penting, karena pada satu dekade lalu seringkali konsumen dihindangi rumors, bahwa “jangan beli bakso di sana, itu campur babi”, “awas, makanan di warung itu menggunakan daging babi”, dan seterusnya. Kini kuliner-kuliner tersebut sudah bebas, terbuka, sehingga konsumen tidak lagi diberi ruang abu-abu soal makanan non-halal.

Keterbukaan ini tentu mengandung beberapa konsekuensi. *Pertama*, secara perlahan dan evolutif dimungkinkan akan membuka ruang-ruang tabu yang lain, seperti semakin mudah mencari tempat-tempat tabu dan terlarang, seperti prostitusi terselubung, tempat perjudian, dan sebagainya.² *Kedua*, secara kultural akan merubah nilai dan tatanan sosial masyarakat, karena kemudahan informasi dapat mempercepat pula perubahan yang tidak selalu dikehendaki. Sebagai contoh, akses informasi yang tidak terbatas melalui internet dalam beberapa kasus telah melahirkan perubahan orientasi kebudayaan. Teknologi komunikasi telah menembus batas-batas teritorial kebudayaan, menipiskan batas-batas kebudayaan, sehingga identitas budaya tersamarkan. Dengan cara yang sama

¹ Di Surakarta dan Yogyakarta penjual masakan daging anjing sering menyebut dengan Tongseng Jamu, Rica-rica Guk-Guk, Rujak waung, Bab 1 (untuk anjing), Bab 2 untuk babi, dan sebagainya dengan simbolisasi tertentu

² Di beberapa channel YouTube sudah muncul konten-konten semacam prostitusi terselubung dan sejenisnya

dapat dikatakan, yang menjadi universal bukan nilai budayanya, tetapi *institutionalized mode of social being* (Tomlinson 2007).

Ketiga, fenomena oposisi biner kuliner halal dan non-halal dapat dilihat sebagai sebuah teori perlawanan ketika kampanye produk-produk halal semakin gencar dikampanyekan, bersamaan dengan itu aktualisasi makanan non-halal juga semakin memiliki tempat. Artinya bahwa kuliner non-halal juga memiliki ruang secara sepadan dengan kuliner halal dalam akses informasi dan ekonomi.

Di kota Surakarta, fenomena kuliner non-halal memiliki problem yang mungkin sangat spesifik, terutama anjing. Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Jawa Tengah menyebutkan bahwa pada 2017 jumlah konsumsi daging anjing di Kota Surakarta sekitar 400 ekor anjing setiap hari, angka tertinggi di Jawa Tengah. Tahun 2015 sekitar 63 ekor anjing per hari dikonsumsi (Hardoko 2018). Bahkan angka tersebut merujuk data Koalisi Meat Free Indonesia (DMFI) pada Januari 2019 terdapat 82 warung anjing di Kota Surakarta sehingga ada 13.700 anjing yang dikonsumsi atau hampir 500 ekor per hari (Isnanto 2019). Bagi DMFI konsumsi anjing bukan soal kekejaman, tetapi juga soal kesehatan, karena WHO telah melarang konsumsi anjing yang dapat menimbulkan penyakit rabies (Putranto 2021). Tentu ini berbeda dengan babi, namun soal kuliner non-halal memang Surakarta menjadi icon unik, khususnya dalam konteks kultur Jawa.

Konteks Jawa ini tentu menjadi menarik, karena jika diperbandingkan dengan Kota Yogyakarta sebagai episentrum budaya Jawa, kondisinya agak berbeda. Meski ditemukan beberapa kuliner babi dan anjing, namun beberapa informasi tentang dua kuliner ini nyaris tidak dapat disejajarkan. Di Kabupaten Bantul misalnya, Dinas Pertanian, Pangan, Kelautan, dan Perikanan menemukan ada 7 jagal anjing, namun rata-rata perhari mereka hanya 1 atau 2 ekor, itupun biasanya didatangkan dari wilayah Purworejo, Kebumen, hingga perbatasan antara Jawa Tengah dengan Jawa Barat (Pertana 2021). Pemerintah lokal memang belum dapat melarang penyembelihan anjing karena belum ada peraturan daerah yang mengatur, namun sosialisasi tentang bahaya rabies terus dilakukan.

Itu sebabnya menelisik kuliner non-halal di Surakarta, khususnya anjing, babi, dan darah menjadi menarik, karena tidak saja dikaitkan semata-mata agama, tetapi terselip unsur budaya dan sejarah yang cukup unik. Dikatakan unik karena ternyata suplai daging anjing di kota Surakarta justru datang dari luar Surakarta, dan bahkan luar provinsi Jawa Tengah, dan angkanya sebagaimana disebut DMFI cukup fantastis, sehingga penelitian dapat dirumuskan; *Pertama*, bagaimana karakter konsumen kuliner non-halal di Surakarta, apakah ada irisan antara konsumen kuliner halal dan non-halal pada entitas kebudayaan tersebut? *Kedua*, mengapa kuliner non-halal semakin memiliki eksistensi dan terbuka? *Ketiga*, bagaimana masyarakat Muslim di Kota Surakarta mengkonstruksi kuliner non-halal? Adapun penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan komprehensif, bagaimana posisi secara sosial, agama, dan kesehatan tentang kuliner non-halal di Kota Surakarta; (2) Menemukan pertemuan antara budaya dan agama melalui kuliner non-halal

Penelitian tentang kuliner non halal telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dengan mengambil fokus yang berbeda-beda, misalnya aspek kuliner dan kaitannya dengan gastronomi (Prasetyo and Medhiatika 2020), kontestasi pelabelan halal dan non-halal pada makanan di masyarakat Bali (Jumari 2017), pentingnya label halal dan non-halal untuk memberikan jaminan bagi konsumen Muslim (Nurdahniar 2021; Hadi 2020; Febrina and Anggraini 2020; Hidayat and Siradj 2015), persepsi pedagang non Muslim terhadap makanan halal (Iqbal, Hadi, and Afifah 2020), faktor yang mempengaruhi seseorang membeli produk halal (Nurohman and Qurniawati 2019;

Susetyohadi et al. 2021; Windisukma and Widiyanto 2015; Izzuddin 2018), proses penyimpanan produk makanan halal dan non halal pada restoran (Faraudis, Andiani, and Rahmawati 2019).

Studi yang dilakukan oleh Prasetyo dan Medhiatika (2020) menjelaskan aspek gastronomi dari kuliner non halal, khususnya yang merujuk ke kuliner yang identik dengan komunitas peranakan Tionghoa di Glodok Jakarta. Artikel ini menyebutkan gastronomi sebagai bagian dari pariwisata dan seni kuliner. Dalam hal ini kuliner masyarakat Tionghoa dari sisi filosofi, bumbu dan rasa masih merujuk ke asalnya yaitu negeri Tiongkok seperti pada makanan kuo tie, bakso, bakmi dan sekba. Namun di sisi lain, terdapat pergeseran pada makanan tertentu yaitu pada bakpia, yaitu bila asalnya menggunakan daging babi, di sini bakpia tidak menggunakan daging babi, dan hanya rasa manis saja seperti yang kebanyakan dimakan oleh masyarakat Indonesia. Pergeseran ini menurut Prasetyo dan Medhiatika (2020) karena telah terjadi akulturasi budaya antara budaya Tiongkok dan budaya Indonesia. Kajian ini tidak membahas secara mendalam aspek halal dan non-halal dari kuliner yang menjadi tema penelitian, mereka hanya memaparkan aspek gastronomi dari beberapa jenis makanan (Prasetyo and Medhiatika 2020).

Sertifikasi atau pelabelan halal pada makanan sesuai dengan yang ditetapkan oleh negara melalui UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mendapatkan “perlawanan” dari sekelompok masyarakat di Bali (Jumari 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Jumari (2017) ini memaparkan bahwa di Bali terdapat gerakan dengan nama Gerakan ekonomi Satyagraha melalui labelisasi non-halal “Sukla”. Gerakan ini dimotori oleh Wedakarna, anggota DPR RI. Namun dalam internal umat Hindu terjadi perdebatan terkait penggunaan istilah *Sukla* yang disejajarkan dengan istilah halal dalam Islam. *Sukla* menurut salah satu tokoh Hindu disebutkan sebagai makanan atau persembahan suci. Dalam ajaran Hindu, *Sukla* adalah makanan atau apapun yang dipersembahkan kepada Tuhan, baik melalui dewa-dewi atau leluhur. Kemudian, setelah dipersembahkan makanan itu disebut *prasadam*, yang dalam Bahasa Bali dikenal dengan istilah *lungsuran* atau *paridan*. Dan, *lungsuran* atau *paridan* ini yang dimakan oleh masyarakat Hindu, bukan yang masih *sukla*. Jadi menurutnya, penggunaan istilah *Sukla* yang disejajarkan dengan istilah halal, kurang tepat. Lebih lanjut disebutkan gerakan Satyagraha ini bila tidak dikelola dengan baik dapat memicu intoleransi, karena gerakan ini salah satu wajah militansi di kalangan umat Hindu (Jumari 2017).

Selanjutnya, pentingnya pelabelan non-halal pada produk makanan minuman diteliti oleh Nurdahniar (2021). Dalam artikel ini disebutkan bahwa di masyarakat, khususnya di Bandung tempat lokasi penelitian” terdapat banyak makanan non halal tetapi masyarakat tidak mendapatkan kejelasan tentang halal atau tidaknya makanan tersebut, karena tidak adanya label non-halal. Di sisi lain, produk makanan halal masih banyak juga yang belum mempunyai sertifikasi halal. Oleh karenanya, penulis artikel ini menyarankan perlunya pelabelan non-halal sebagai salah satu upaya perlindungan terhadap konsumen Muslim (Nurdahniar 2021). Pelabelan produk makanan halal dan non-halal ini penting sebagai bagian dari perlindungan terhadap konsumen sesuai dengan undang-undang yang telah berlaku (Prasetyo and Medhiatika 2020). Studi yang hampir sama dilakukan oleh Tri Sasono Hadi (2020) yaitu tentang perlunya identitas warung makanan non-halal. Menurutnya identitas non-halal ini penting sebagai upaya untuk melindungi konsumen Muslim. Hal ini karena selama ini identitas warung non-halal hanya mencantumkan “B1 dan B2” untuk merujuk pada daging anjing dan babi; dan hasil studi ini memperlihatkan belum semua responden dan informan mengetahui istilah tersebut (Hadi 2020).

Selanjutnya, Dwi Tiara Febrina dan Anna Maria Tri Anggraini (2020) mengkaji kasus pedagang sate ayam dan sapi yang mencampur dengan daging babi di Sumatra Barat. Studi ini fokus terhadap kesesuaian putusan majlis hakim atas kasus tersebut dengan undang-undang perlindungan konsumen dan jaminan produk halal. Penelitian ini menyarankan perlunya kejujuran pedagang untuk menyebutkan kandungan bahan makanan yang diperjualbelikan, sehingga pembeli tidak akan merasa tertipu, dan salah membeli produk non-halal (Febrina and Anggraini 2020). Pemisahan bahan makanan halal dan non-halal dalam proses penyimpanan dan pemasakan juga menjadi unsur penting pada restoran yang menjual produk makanan tersebut. Hal ini seperti ditunjukkan oleh studi yang dilakukan oleh Zein Faraudis dan Nyoman Dini Andiani, Putu Indah Rahmawati (2019) terhadap salah satu restoran di Bali, sehingga konsumen Muslim akan terjamin makanan yang dibelinya adalah produk halal (Faraudis, Andiani, and Rahmawati 2019).

Kajian tentang produk makanan halal juga telah diteliti dengan beragam fokus dan tema dengan perspektif yang berbeda-beda. Iqbal dan Hadi dan Afifah (2020) meneliti bagaimana perspektif para pedagang non-Muslim terhadap makanan halal dan haram dalam Islam. Studi ini memperlihatkan bahwa sebagian dari informan mengetahui apa itu halal dan apa itu haram secara parsial. Mereka juga mengetahui sebagian konsep haram, bahwa haram dalam agama mereka dan haram dalam Islam itu berbeda, misalnya anjing dan babi bagi mereka tidak haram, tetapi dalam Islam haram. Sedangkan haram bagi mereka adalah makanan yang didapatkan secara tidak benar (Iqbal, Hadi, and Afifah 2020).

Perilaku konsumen dalam membeli produk makanan halal dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yulfan Arif Nurohman dan Rina Sari Qurniawati (2019) dalam studinya terhadap mahasiswa di sekitar IAIN Surakarta menyebutkan bahwa label halal tidak mempengaruhi mahasiswa untuk membeli suatu produk, mereka sudah yakin makanan yang dijual merupakan produk halal karena dijual oleh orang Islam. Sedangkan faktor yang mempengaruhi mereka memutuskan membeli produk halal adalah ritualistik yaitu semakin taat mereka dalam beragama maka mereka akan memilih produk halal, eksprensial dan konsekuensial (Nurohman and Qurniawati 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzudin (2018) juga menyebutkan bahwa konsumen tetap akan membeli produk makanan meskipun tidak ada label halalnya, karena mereka tahu makanan tersebut adalah makanan halal (Izzuddin 2018).

Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Agus Susetyohadi, dkk (2021) menyatakan bahwa kualitas produk dan sertifikasi halal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli produk tersebut. Selain itu, kesesuaian harga dengan produk makanan bersertifikat halal juga menjadi faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk tersebut (Susetyohadi et al. 2021). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kirana Windikusuma dan Ibnu Widiyanto (2015) memperlihatkan perilaku konsumen dalam keputusannya untuk membeli kembali makanan pada restoran yang belum memiliki sertifikat halal. Dari studi ini diketahui bahwa kesadaran intrinsik dan ekstrinsik mempengaruhi minat beli Kembali terhadap produk makanan tersebut (Windikusuma and Widiyanto 2015).

Studi yang dilakukan oleh para peneliti tersebut mengambil tema dan fokus yang beragam, namun belum ada yang melihat soal kuliner non-halal yaitu anjing, babi dan darah yang terjadi di Kota Surakarta. Oleh karenanya, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan gap tersebut, sehingga akan menambah data dan informasi pada wacana kuliner halal dan non-halal.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebudayaan. Hampir seluruh tatanan dan perilaku masyarakat senantiasa berbasis kebudayaan. Cara berpakaian, berjalan, berbicara, sampai dengan cara makan dan apa yang dimakan merupakan bagian dari kebudayaan, sehingga Spradley menjelaskan kebudayaan pada pengetahuan yang diperoleh, yang digunakan orang untuk menginterpretasikan pengalaman dan melahirkan tingkah laku sosial (Spradley 1997). Dengan demikian, basis kebudayaan Spradley memiliki 3 premis utama, yakni (1) manusia melakukan berbagai hal atas dasar makna yang diberikan oleh berbagai hal itu kepada mereka; (2) makna berbagai hal itu berasal dari, atau muncul dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain; (3) makna dimodifikasi melalui suatu proses penafsiran yang digunakan oleh orang dalam kaitannya dengan berbagai hal yang dia hadapi.

Analisis kebudayaan selalu berupaya untuk mencapai akses ke dalam dunia konseptual di mana masyarakat yang diobservasi hidup (Geertz 1992). Dengan sendirinya analisis semacam ini menjelaskan nilai-nilai, konsepsi-konsepsi, paham-paham, dan perilaku-perilaku yang mengantarkan setiap perilaku, termasuk makan, makanan, apa yang dimakan, dan bagaimana cara makan. Artinya, analisis kebudayaan juga mencari bidang tingkah laku ekspresif, yang mengejawantahkan dasar makna lebih dalam dari hidup sehari-hari. Analisis tersebut dengan sendirinya haruslah relevan bagi pemahaman tingkah laku sehari-hari dalam berbagai dimensinya yang selalu dihadapkan kepada perubahan.

Makanan tidak hanya sebatas proses biologis dan kebutuhan kesehatan, namun makanan juga menyangkut sebuah proses sosial dan kebudayaan. Apa yang dimakan, pantas dimakan, serta tidak boleh dimakan merupakan proses kebudayaan. Dengan cara yang sama dapat dikatakan bahwa makanan sangat terkait dengan identitas, sehingga sebagai identitas ia seringkali berada dalam batas-batas geografis tertentu (Supriatna 2021). Sebagai sebuah identitas dan kebudayaan, makanan dan apa yang dimakan dengan sendirinya seringkali dikaitkan dengan posisi sosial dan kebudayaan. Pada tahun-tahun tujuh puluhan, kata “restoran” menjadi sangat elitis dan hanya dapat dijangkau oleh kelas-kelas sosial atas. Di samping cara penyajian yang tertata melalui aturan-aturan tertentu, harga yang tertera pun relatif cukup mahal. Oleh sebab itu, muncullah kelas oposisi dengan sebutan makanan kakilima atau kelas “lesehan”.

Sebagai sebuah identitas, makanan kemudian memiliki batas-batas geografis. Bahwa *gudeg* adalah makanan orang Jawa, *rujak cingur* untuk Surabaya, *rica-rica* makanan orang Manado, *pempek* dari Palembang, dan seterusnya. Jika semula jenis-jenis makanan tersebut hanya dapat diperoleh dimana makanan itu dilahirkan sebagai identitas, saat ini identitas itu telah mengalami hilangnya batas-batas kebudayaan. *Gudeg*, *rica-rica*, *pempek*, dan *rujak cingur* bisa diperoleh di manapun dan kapanpun. Bahkan beberapa makanan yang bisa lebih awet, dapat dikirim melalui berbagai jasa pelayanan antardaerah, dan antarprovinsi dengan jarak yang sangat jauh.

Semakin meningkatnya perekonomian dan gaya hidup, budaya makan pun mengalami perubahan yang sangat revolusioner. Tiga puluh tahun kemudian, cara dan gaya makan berubah total. Orang-orang dengan “kelas restoran” justru berbalik dan kemudian menikmati tempat makan kakilima dan kelas “lesehan”. Meskipun kelas restoran masih tetap bertahan dengan harga yang relatif lebih tinggi, namun kelas kakilima dan lesehan mengalami perubahan vertikal. Sebut saja istilah *angkringan* dan *nasi kucing* yang sangat fenomenal di Yogyakarta, atau *hik*.

Makan dengan sendirinya bukan semata-mata proses biologis, tetapi menjadi hal yang kontekstual dengan gaya hidup. Dengan cara yang sama, ada konstruksi sosial dalam proses itu,

dimana masyarakat dengan segala perilakunya merupakan produk manusia dan pada saat yang sama manusia sebagai produk masyarakat. Ada dialektika antara diri (*the self*) dengan dunia sosio-kultural. Itu sebabnya kenyataan hidup sehari-hari mengandung skema-skema tipifikasi atas dasar mana orang lain dipahami dan diperlakukan (Berger and Luckmann 1990). Perilaku manusia adalah hasil dari seluruh pengalaman serta relasi manusia dengan lingkungan yang termanifestasi dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan reaksi individu atas stimulus yang berasal dari eksternal maupun dari internal dirinya, setelah melalui serangkaian proses berpikir. Demikian bahwa cara makan dan apa yang dimakan merupakan sebuah proses konstruksi sosial.

Artikel ini ditulis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Kota Surakarta Jawa Tengah. Penelitian ini merupakan studi kualitatif, dan data dikumpulkan dengan menggunakan beberapa metode yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. Adapun rincian aspek yang diteliti, sumber data dan Teknik pengumpulan datanya dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini;

Tabel 1. Metode Pengumpulan Data

Aspek/variabel	Informan	Teknik Pengumpulan Data
Karakter konsumen kuliner non halal dan irisannya dengan konsumen halal	Konsumen Youtuber lokal	Observasi Wawancara
Posisi dan eksistensi kuliner non-halal di Kota Surakarta	Pedagang Youtuber lokal	Observasi Wawancara Dokumen
Kondisi eksisting kuliner di Kota Surakarta	Pedagang Youtuber Konsumen Pengamat Kuliner	Observasi Wawancara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Babi, Anjing, dan Darah

Kuliner non-halal sengaja dibatasi pada 3 hal, yakni babi, anjing dan darah. Di kalangan orang Jawa yang mengandalkan etika, disadari benar bahwa ketiga jenis kuliner bukan merupakan makanan yang “bebas” dimakan, kemudian mereka melakukan simbolisasi. Beberapa warung makan menamakan daging babi dengan Bab 1, B1, kemudian kuliner anjing sering disebut tongseng jamu, Bab 2, B2, atau tongseng *gukguk*, tongsen *waung*.³ Ini menunjukkan bahwa orang Jawa sadar akan posisi kuliner babi dan anjing belum sepenuhnya diterima dalam tradisi makan orang Jawa, terutama Islam, namun mereka tetap menempatkan anjing dan babi dalam kebudayaannya. Termasuk darah (sapi atau ayam) yang dibekukan dan kemudian dijadikan makanan tertentu, mereka menamakannya dengan *saren*, *dideh*, atau *marus*. Keterbukaan media dan munculnya ideologi viral, semakin memudahkan orang untuk mencari tahu dan kemudian menemukan kuliner-kuliner yang semula dijual secara sembunyi-sembunyi dengan simbol-simbol tertentu. Beberapa informan mengaku mendapat info dan kemudian mencoba datang dan menikmati masakan babi dan anjing yang terkenal di kota itu.

“Saat ini, konten-konten di YouTube menjadi referensi utama ketika orang akan membeli produk. Bahkan untuk memperbaiki barang-barang rusak pun, orang mencari kanal di YouTube” (wawancara dengan Vian, analis media Kominfo DIY, 20 Oktober 2021). Tentu konten kuliner

³ Gukguk dan waung adalah Bahasa lokal (Jawa) untuk menyebut anjing

juga menjadi referensi para penggemar dan pencari makanan. Hal ini juga diakui oleh para penjual masakan babi dan anjing yang telah direview oleh YouTuber. Mereka umumnya mengakui adanya peningkatan omset setelah direview. Akibatnya, kuliner yang semula dijual secara diam-diam dan simbolis, menjadi terbuka dan mudah ditemukan.

Agak sulit mendefinisikan kuliner, karena memang kapan istilah itu muncul, sulit dilacak (Ketaren 2021). Diperkirakan istilah ini muncul ketika beberapa tayangan dan program televisi mulai mengenalkan gaya hidup makan dan memperkenalkan aneka makanan dan minuman di beberapa tempat. Hal ini diikuti dengan seiring merebaknya *chef* sebagai profesi bergengsi, yang kemudian muncul berbagai acara tentang tempat-tempat makan. Seperti istilah "*maknyus*" misalnya, yang dipopulerkan oleh mendiang Bondan Winarno, sebenarnya telah lama dikenal dalam masyarakat Jawa untuk menggambarkan betapa nikmatnya sajian masakan. Istilah "*mak*" sering menjadi ungkapan orang Jawa yang merasa takjub. Misal *makjegagik*, untuk merepresentasikan kagetnya seseorang yang tiba-tiba hadir. *Maknyes* untuk menjelaskan betapa dingin dan nyaman hati setelah mendengar kabar baik. *Maktratab* merupakan cara orang untuk menunjukkan rasa terkejut.

Harus diakui istilah kuliner menjadi *trending* karena ideologi viral, baik itu yang muncul dari media massa, terutama televisi, maupun media sosial, seperti YouTube, WhatsApp, Tik Tok, dan sejenisnya. Media-media ini "membranding" tempat-tempat makanan tertentu, memviralkan dan kemudian menjadi terkenal. Tentu masih segar dalam ingatan kita pada bulan September 2020 lalu, bagaimana odading buatan Mang Oleh di Jalan Baranangsiang Pasar Kosambi Bandung menjadi viral dan laku keras. Mang Oleh yang semula berjualan seperti hari-hari biasa, tiba-tiba menjadi sangat ramai, penjualannya meningkat hingga 5 kali lipat. Ini disebabkan karena ada netizen yang memviralkan cara berjualan yang unik, padahal cara berjualan Mang Oleh ini sudah dilakukan sejak lama, namun belum viral. Orang rela antri untuk membeli odading Mang Oleh, bahkan Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil pun sempat mampir ke odading Mang Oleh. Mang Oleh kemudian menjadi bintang tamu di beberapa stasiun televisi. Intinya, Mang Oleh kemudian menjadi kaya mendadak, sampai kemudian ia bermasalah dengan salah satu pelawak senior, Malih Tong Tong. Kemudian pada 22 Januari 2021 akun Tik Tok *@kawimawrs* mengunggah kembali odading Mang Oleh. Apa hasilnya? Odading Mang Oleh kembali seperti semula sebelum viral, sepi, dengan pembeli yang tidak terlalu banyak. Begitulah ideologi viral bekerja.

Seperti kuliner kemudian membesar, viral dengan sendirinya bersamaan dengan gaya hidup dan pengembangan berbagai pariwisata di Indonesia. Kemudian muncul istilah Wisata kuliner yang pada akhirnya menjadi gaya hidup kelas menengah yang kemudian diproduksi sedemikian rupa melalui berbagai media. Jika masa lalu berwisata identik dengan menikmati keindahan alam, maka saat ini berwisata bisa saja hanya ingin menikmati masakan-masakan khas tertentu yang ada di sebuah daerah. Dengan cara yang sama dapat dikatakan bahwa makan tidak hanya menjadi kebutuhan biologis, namun berkembang menjadi kebutuhan gaya hidup dan aktualisasi diri di kalangan kelas menengah. Tempat makan tidak harus mewah, namun jenis makanan apa yang bisa dinikmati, di mana tidak setiap orang mampu menikmatinya. Itulah salah satu yang unik dari istilah kuliner.

Soal makanan, Islam secara tegas memisahkan antara halal dan non-halal. Dengan cara yang sama dapat dikatakan bahwa halal artinya boleh atau dibolehkan, sehingga makanan dan minuman yang halal adalah makanan dan minuman yang dibolehkan untuk dimakan atau diminum menurut ketentuan syari'at Islam. Semua hal yang berkaitan dengan tumbuhan, buah-buahan ataupun binatang pada dasarnya adalah haram dimakan, kecuali jika ada teks dalam Al-Quran atau Hadits

yang mengharamkannya, atau sertidaknya fatwa ulama yang mengharamkannya untuk dimakan atau diminum. Meskipun demikian, persoalan halal ini tidak hanya soal jenis makanan atau minuman, tetapi juga termasuk dalam proses pembuatannya, sehingga makanan atau minuman yang halal, bisa menjadi haram jika proses untuk sampai dapat dimakan atau diminum tidak melalui proses yang dibenarkan dalam Islam.

Soal halal ini lebih jelas secara kontekstual untuk Indonesia dapat dilihat dalam UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Soal makanan, minuman, atau bahan-bahan lain yang dianggap halal ada dalam regulasi tersebut, termasuk basis-basis filosofinya. Dari seluruh persoalan halal, daging babi dan anjing dianggap sebagai makanan yang sudah disepakati sebagai hal yang haram. Melalui Al-Quran surat An Nahl ayat 115 dengan jelas bahwa babi termasuk yang diharamkan untuk dimakan dengan proses penyembelihan apapun.

Surat An-Nahl ayat 115 menjelaskan beberapa hal, yang kemudian diadopsi dalam UU Jaminan Produk halal:

1. Bangkai jelas diharamkan (yang nanti dijelaskan kecuali ikan)
2. Darah juga diharamkan
3. Daging babi
4. Hewan yang disembelih dengan tidak menyebut nama Allah (proses)
5. Namun semuanya bisa dimakan jika dalam keadaan sangat darurat, tidak atas keinginannya serta tidak melampaui batas.

Artinya, babi sebagai binatang yang diharamkan secara absolut dalam Islam, kecuali dalam kondisi yang amat sangat darurat. Adapun binatang anjing, mayoritas ulama mengharamkan meskipun anjing tidak terdapat dalam Al-Quran. *“Ada lima hewan fasiq yang boleh dibunuh di tanah haram: tikus, kalajengking, burung buas, gagak dan anjing”* (HR. Bukhari no. 3314) (Purnama 2020). Dengan cara yang sama dapat dikatakan, bahwa anjing memang masih menjadi perdebatan bagi sebagian kecil umat Islam, khususnya di Indonesia. Hanya sebagian ulama madzab Maliki yang memakruhkan anjing untuk dimakan (Maharani 2021). Ayat-ayat lain yang membicarakan tentang makanan halal ada pada Surat Al-Baqarah ayat dan 172, Surat Al-Maidah ayat 88, Surat An-Nahl 114-115. Saya tidak akan berfokus pada soal halal yang ada di berbagai ayat tersebut, dan bahkan UU Jaminan Produk Halal, namun riset ini berfokus pada persoalan budaya makan terhadap makanan yang “dipandang” haram, namun memiliki tradisi kuliner bagi orang tertentu, dalam konteks ini adalah Jawa.

Sekitar tahun 2013 di Kota Surakarta pernah terjadi perdebatan yang sangat tajam, di mana ormas Majelis Tafsir Al-Quran (MTA) yang berbasis di kota ini disinyalir pernah memiliki pandangan dengan menghalalkan daging anjing untuk dikonsumsi. Isu ini beredar sangat luas dan menjadi memori kolektif publik pada masa itu, namun ketika dilakukan *cross-check*, tidak diakui oleh beberapa pengurus ormas tersebut (Wawancara dengan 3 orang pengurus MTA, 6 Juni 2021). “Kami tahu kalau di masyarakat muncul isu itu. Kami tidak tahu bagaimana isu itu bisa muncul. Kami merasa ada pembunuhan karakter terhadap MTA” (Wawancara dengan ‘Sutopo’, 6 Juni 2021).

“Setiap kelompok pengajian MTA akan tumbuh di suatu tempat pasti akan mengalami hambatan dan rintangan, bahkan warga masyarakat Indonesia yang ikut pengajian di MTA dianiaya oleh orang-orang yang tidak suka dengan keberadaan MTA. Tuduhan yang jelek dan fitnah pun dilontarkan pada MTA, antara lain: MTA adalah gerakan Wahabi, MTA menganggap NKRI adalah negara Thoghut, kegiatan MTA di danai Syaithan, MTA memecah belah persatuan,

MTA dikatakan membawa agama baru, MTA menghalalkan anjing dan masih banyak lagi tuduhan-tuduhan jelek yang lain, yang itu semua hanyalah fitnah yang ditujukan untuk menghambat kegiatan dakwah yang dilakukan oleh MTA” (Arbi 2013). Perdebatan ini terus berlangsung hingga sekarang, bahkan memori di beberapa masyarakat masih melekat. Nyaris tidak diperoleh informasi yang dapat menjelaskan mengapa isu itu bisa muncul, namun di kalangan kelompok Islam tertentu memang fenomena itu sering didengar.

Peristiwa yang cukup menyita perhatian juga adalah peristiwa kematian seekor anjing di Aceh Singkil yang viral di media sosial pada 23 Oktober 2021. Foto dan video yang viral memperlihatkan seekor anjing setelah ditangkap dan dipindahkan oleh Satpol PP, dari Pulau Banyak, Aceh Singkil. Alasannya sederhana, yakni atas permintaan warga, serta demi keberadaan wisata halal. Anjing yang bernama Canon, ditangkap, dimasukkan keranjang kecil, hingga tidak bisa bernafas, dan akhirnya mati. Tanpa melihat anjing dalam konteks Islam, peristiwa ini kemudian mengundang banyak kontroversi (Bonauli 2021). Melalui dalih agama, seringkali manusia bertindak sangat kejam terhadap hewan, sehingga di luar batas-batas yang dianjurkan agama itu sendiri.

Ideologi halal itu sendiri, terutama terhadap makanan, mengalami perlawanan bersamaan dengan ideologi viral. Banyak *content-content* yang secara lebih terbuka mengungkap kuliner-kuliner ekstrim dan non-halal. Hal ini tidak terjadi pada dua dekade lalu, dimana orang berjualan masakan babi dan anjing dengan sebutan-sebutan yang tidak lazim. Di beberapa tempat di Jawa, penjual masakan babi sering memasang papan nama dengan B1, atau Bab 1. Kemudian untuk daging anjing sering disebut dengan B2, Bab 2, Tongseng Jamu, tongseng USA. Ini menunjukkan bahwa kuliner babi dan anjing, atau mungkin kuliner non-halal lain disimbolkan dengan makna-makna tertentu, karena masih dianggap tabu oleh sebagian besar orang, terutama mayoritas umat Islam. Rumah makan atau warungnya pun biasanya agak teralieniasi, dan bahkan cenderung menghindari pusat-pusat keramaian.

Ideologi viral telah meruntuhkan tabu-tabu yang semula disimbolkan dengan rapat, menjadi ruang yang lebih terbuka, profan, dan lebih mudah dikenali. Sekarang rumah makan atau warung makan daging babi dan anjing sudah mulai terbuka, terutama kota-kota di Jawa.

Menjadi menarik melihat kuliner non-halal “dibatasi” oleh babi, anjing, dan darah. Ini disebabkan dalam berbagai *content* YouTube tentang kuliner, setiap kali muncul *tagline* kuliner non-halal dipastikan di antara dua olahan binatang tersebut, yakni babi atau anjing. Babi “dipastikan” sebagai binatang yang tidak halal dimakan, sedangkan anjing selain dipandang oleh sebagian jumbuh ulama sebagai hal yang haram, juga muncul organisasi DMFI yang menyuarakan pelarangan anjing sebagai bahan makanan. Disamping anjing biasanya disembelih melalui berbagai “penyiksaan”, menurut DMFI anjing sangat membahayakan untuk dikonsumsi karena adanya penyakit rabies yang sangat mungkin ditularkan ke manusia melalui binatang ini.

Darah binatang yang dimasak dan dijadikan makanan, biasanya darah sapi atau darah ayam, -dalam tradisi Jawa disebut *saren* untuk Jogja dan Surakarta, atau *dideh* atau *marus* untuk Jawa bagian selatan- menjadi makanan tradisional yang banyak diperoleh di pasar-pasar tradisional di Jawa. Darah memang diharamkan dalam Islam, dan bahkan tidak disarankan dalam kesehatan. Namun demikian, meskipun sudah agak jarang dijumpai, selama penelitian dilakukan masih dapat ditemukan di pasar-pasar tradisional di tingkat kecamatan atau desa. Bahkan di Gua Maria, Kecamatan Kerep Ambarawa Jawa Tengah, *saren* menjadi makanan yang mudah diperoleh di warung makanan sekitar. *Saren*, *dideh*, atau *marus* di daerah ini sering dimasak dengan *lombok ijo* atau dicampur dalam nasi goreng.

Saren ini dijual dengan sangat murah. Dengan Rp 2.000,00 sudah bisa mendapat 4 potong *saren* yang sebesar tahu sekitar ukuran 4 x 6 cm.

Berbeda dengan *saren* daging babi biasanya dimasak dengan berbagai macam menu, seperti babi panggang, sate babi, serta berbagai sayuran lain seperti daging sapi. Harga masakan daging babi juga tidak terlalu mahal. Misalnya saja, babi kuah di beberapa tempat di Surakarta dan Jogja dijual sekitar Rp 15.000 – Rp 20.000. Termasuk bakso babi yang dijual, harganya juga tidak jauh berbeda. Akan tetapi masakan babi dengan masakan spesial, bisa dijual hingga Rp 55.000 untuk satu porsi besar sate atau babi guling. Ini berbeda dengan kuliner daging anjing, yang biasanya dimasak *rica-rica*, *tongseng* atau olahan pedas lain yang harganya berkisar antara Rp 12.000-Rp 15.000.

Di sebuah rumah makan daging anjing terkenal di Kota Surakarta, dalam sehari mereka bisa menghabiskan 10-15 ekor anjing yang disajikan dalam berbagai jenis masakan. Menurut beberapa informan rumah makan, anjing-anjing tersebut langsung diantar oleh pedagang, yang biasanya datang dari Jawa Barat. Ini tentu berbeda dengan daging babi yang umumnya dibeli melalui RPH-RPH atau pasar-pasar, yang memang secara legal ada di beberapa tempat. Daging anjing tidak pernah dijual secara terbuka di pasar-pasar tradisional.

Harga daging babi perkilogram berkisar antara Rp 90.000 hingga Rp 95.000. berbeda dengan babi, daging anjing biasanya dibeli tidak dalam bentuk berat, tetapi ekor. Anjing yang cukup dikatakan besar, rata-rata dijual Rp 150.000 per ekor, sedang yang kecil bisa mencapai Rp 100.000 per ekor.

Makna Kuliner

Ada banyak alasan mengapa orang memakan daging babi, anjing, dan darah, akan tetapi dapat dipastikan konsumen daging babi adalah mereka yang non-Muslim, yang biasanya didominasi oleh etnis Tionghoa. Tidak banyak orang Jawa yang memakan daging babi, meski non-Muslim. Tidak banyak itu artinya tetap ada, namun tidak terlalu dominan. Selama penelusuran data di Kota Surakarta, tidak sedikit penjual bakmi Jawa, baik yang memiliki warung tetap atau keliling, menyediakan khusus daging babi. Konsumen-konsumen tetap di kota ini paham benar dengan ketersediaan daging babi dalam bakmi Jawa, sehingga untuk masakan bakmi Jawa dengan daging babi, konsumen dapat memesan secara khusus. Bakmi Jawa dengan olahan “khusus daging babi” nyaris tidak ditemukan di Kota Yogyakarta, kecuali di gerai-gerai Chinese Food. Penjual bakmi Jawa yang menyediakan daging babi, tidak terikat oleh agama. Dengan kata lain, penjual bakmi Jawa yang menyediakan daging babi bisa saja beragama Islam, sedang penjual olahan khusus daging babi, dipastikan non Muslim.

“Yang namanya penjual mas, ya menyediakan apa yang diinginkan pembeli. Saya menyediakan, tetapi saya tidak makan” (wawancara dengan Suto, penjual bakmi keliling di Surakarta, 6 Juni 2021). Tidak makan dalam konteks Suto tentu makna secara tekstual, meskipun mungkin dalam volume sedikit bisa saja yang dimakan Suto terkontaminasi olahan daging babi. Itu bukan persoalan yang dibahas dalam riset ini.

Fenomena ini berbeda dengan daging anjing dan darah, karena menurut kepercayaan orang Surakarta, daging anjing dapat mempercepat penyembuhan luka, sehingga tidak jarang anak-anak setelah khitan diberikan daging anjing agar luka khitan cepat kering.

“Saya dulu waktu kecil, setelah *supit* disuruh makan daging anjing. Katanya lukanya cepat kering. Saya masih ingat” (wawancara dengan Surono, 7 Juni 2021). Surono (43 tahun), bukan nama sebenarnya bukan Islam yang tidak taat. Ketika dewasa, Surono bahkan sempat masuk di pesantren.

Surono kecil memang belum mengerti bahwa daging anjing diharamkan, namun ia masih ingat benar ketika harus mengkonsumsi daging anjing. Bahkan menurut Surono, kepercayaan tersebut masih diturunkan hingga saat ini, meskipun mulai berkurang cukup signifikan. Surono juga sangat yakin bahwa anak-anak di jamannya pasti pernah makan daging anjing untuk kesembuhan luka setelah khitan. Kepercayaan tentang daging anjing yang dapat menyembuhkan luka, tidak diperoleh informasi yang jelas bagi orang Yogyakarta.

Pengetahuan kolektif tentang daging anjing di Kota Surakarta inilah yang menjadi ciri pembeda. Bahkan mengapa Surakarta dipandang menjadi episentrum peredaran daging anjing, ini tidak lepas dari sejarah sejak jaman kerajaan hingga datangnya Belanda. Menurut berbagai sumber informan, penjual daging anjing di Surakarta ditemukan sejak zaman Belanda dengan cara dagang berkeliling sampai akhir 1980-an. Kala itu tidak sedikit penjual yang menjajakan *grabyasan* atau daging anjing goreng, sate, tongseng, hingga rica-rica.

“Penjual kuliner daging anjing rata-rata berasal dari Kampung Lor dan Baki, Sukoharjo. Nama yang paling melegenda di dunia sate anjing alias sate jamu hingga 1940 adalah Mitro Jologug. Sampai saat ini usaha kuliner ekstrem tersebut dilanjutkan oleh anak cucunya” (wawancara dengan Heri Priyatmoko, sejarawan Surakarta, 16 Juni 2021)

“Anjing merupakan makanan warga di daerah Surakarta, karena binatang ini dianggap binatang tak bertuan. Kesukaan orang Surakarta terhadap anjing merupakan tradisi yang diambil dari orang Belanda, Artinya, anjing ditradisikan sebagai makanan oleh pendatang Tionghoa, dan dijadikan usaha oleh penduduk Surakarta *abangan* dan non- muslim. Pada akhir 1800 tradisi dan budaya mabuk-mabukan mewabah di Surakarta. Tradisi itu dipadu dengan *tambul* (menyemil) daging dan tulang anjing yang dimasak di dapur” (wawancara dengan Heri Priyatmoko, 16 Juni 2021)

Menurut Heri Priyatmoko, terdapat kisah seorang Tionghoa yang mabuk dengan makan daging dan tulang anjing yang bisa ditemukan dalam laporan Bromartani tertanggal 25 Agustus 1881. Majalah Bromartani merupakan surat kabar pertama berbahasa Jawa pertama yang terbit perdana di Surakarta pada 25 Januari 1855. Heri melanjutkan, berdasarkan laporan Bromartani tersebut, keberadaan Tionghoa yang membawa kebiasaan mabuk dan makan anjing mendapat restu dari kerajaan Surakarta. Bahkan di salah satu kampung di Surakarta, Gemblekan, penduduk Tionghoa diberikan satu kawasan untuk mendirikan pabrik pengolahan arak. Sejak saat itu, tradisi mabuk dengan makan anjing berpuluh tahun sangat subur di Surakarta. Tradisi itu menambah para penggemar. Memunculkan budaya baru yakni budaya omben-omben (mabuk minuman keras), dipadu dengan kebiasaan makan daging anjing. Bahkan dalam Bromartani edisi 28 Juni 1883 diberitakan ada orang di kampung Resaniten mati lantaran mabuk minum jenewer (wawancara dengan Heri Priyatmoko, 16 Juni 2021).

Tradisi makan daging anjing tidak diperoleh catatan dalam konteks sejarah lain kota-kota di Jawa. Ini artinya, budaya kuliner orang Jawa memang tidak tunggal. Ada sejarah local tentang anjing, yang membedakan antara Surakarta dan kota lain di Jawa. Itu sebabnya, meskipun terdapat juga kuliner anjing di Yogyakarta, angkanya tidak sebesar dan sefenomenal Surakarta.

Beberapa orang, mempercayai bahwa daging anjing dapat meningkatkan vitalitas, karena setelah makan daging anjing badan terasa lebih hangat dan segar. Dalam konteks ini, konsumen daging anjing telah melewati batas-batas agama, artinya tidak sedikit orang Muslim juga menjadi konsumen daging anjing, dengan beragam alasan dan makna.

“Dulu saya sering makan daging anjing. Tapi setelah orang tua naik haji, saya berhenti. Malu” (wawancara dengan Sukro, mantan penikmat anjing, 13 Oktober 2021). Tidak sedikit kasus-kasus yang dialami seperti Sukro. Pada usia dan “saat” tertentu, kemudian mereka berhenti mengonsumsi anjing, khususnya penganut Islam. Nyaris tidak ditemukan orang-orang usia di atas 65 tahun yang masih terus mengonsumsi anjing. Ungkapan-ungkapan seperti: *wis tuwa* (sudah tua), *wis sadar* (sudah sadar), atau *wis ra kuat* (sudah tidak kuat lagi), yang menyebabkan mereka berhenti mengonsumsi anjing. Ungkapan-ungkapan tersebut menunjukkan bahwa anjing pada dasarnya tetap dianggap sebagai binatang yang dianggap rendah dan tidak layak dimakan.

Berbeda lagi dengan saren, darah yang dibekukan dan kemudian dimasak aneka masakan. Saren memiliki posisi tersendiri dalam budaya Jawa masa lalu, sampai dengan tahun-tahun tujuh puluhan. Anak-anak pada tahun itu, tanpa harus dengan identitas agama sering menghadapi saren sebagai jajanan tradisional warung-warung di pinggiran kota Yogya dan Surakarta. Saren diolah menjadi pelengkap hidangan utama. Sebagai paduan masakan berkuah seperti opor, soto, sayur pedas, bahkan saren yang telah digoreng atau dikukus disajikan dengan cara dipotong seperti dadu berukuran sedang dan dimasukkan dalam kuah. Sedangkan pada masakan yang tidak berkuah seperti, *gudeg*, nasi campur, atau nasi *liwet saren* dihidangkan layaknya daging *empal* tanpa dipotong dadu.

Tidak ditemukan sejarah kebudayaan tentang saren di Jawa, kecuali sebagai bahan makanan biasa yang hingga saat ini masih dijual di beberapa pasar tradisional di pinggiran kota. Mitos saren adalah untuk menambah darah. Beberapa kelompok orang, menyebut bahwa di tahun-tahun 70an, dengan mudah saren diperoleh di pasar-pasar dan warung-warung makanan. Mereka menyebutnya dengan “tahu Arab” waktu itu (Wawancara dengan Jatmiko, 5 September 2021).

Memahami Makna di Balik Fenomena Babi, Anjing, dan Darah

Konsep kontestasi seperti yang diajukan oleh Wiener disebut sebagai pertarungan *legality* dan *legitimacy* yang didasarkan pada *norms* (Wiener 2014). Sejarah perjalanan dan kebangkitan kuliner non-halal dipandang sebagai sebuah kontestasi dengan kuliner halal yang sedang dikampanyekan. Keberanian beraktualisasi melalui media sosial, menjadi titik penting proses kontestasi itu. Kontestasi selalu mengacu pada upaya legalitas dan pemenuhan legitmasi atas *norms*. *Norms* mengandung makna prinsip, ajaran dan regulasi, yang menjadi standar perilaku dan memberikan arah semua anggota yang terlibat di dalamnya. *Norms* tersebut dapat menjadi perekat dalam institusi sosial dan organisasi (Wiener and Puetter 2009), termasuk di dalamnya kelompok yang mendukung dan memperjuangkan kuliner non-halal –sebut saja babi, anjing dan darah, maupun yang kontra. Menurut Wiener interaksi sosial kontestasi dibentuk secara eksplisit melalui persaingan, penolakan, perdebatan dan konflik; dan secara implisit melalui pengabaian, penegasian, dan ketidakpedulian (Wiener 2014).

Dalam implementasi terdapat tiga segmen *norms* yang dalam tataran praktis dapat bersifat siklus, yaitu *formal validity*, seperangkat norma atau aturan yang secara resmi merupakan pedoman atau basis perilaku dari organisasi atau kelompok sosial; *social recognition*, yaitu penyebaran, sosialisasi dan pembelajaran *formal validity* untuk memperoleh pengakuan sosial; dan *cultural validation*, yaitu aktualisasi *norms* pada tingkat individual yang melibatkan pengalaman, harapan dan latar belakang ilmu pengetahuan (Wiener 2014; Wiener and Puetter 2009). Pada level *cultural validation* inilah potensi konflik dan konflik berada dan terjadi (Wiener and Puetter 2009).

Babi, anjing, dan darah merupakan perlawanan terhadap kuliner-kuliner mainstream dan halal, dimana beberapa orang menyebutnya sebagai kuliner ekstrim. Namun demikian, masing-masing

kuliner ini memiliki posisi yang tidak sama dalam tradisi orang-orang Jawa, khususnya Surakarta sebagai salah satu pusat kebudayaan Jawa.

Orang yang berhenti memakan anjing karena *wis tua*, *wis sadar*, atau *wis ora kuat*, menunjukkan bahwa anjing memiliki status yang tidak terlalu baik dalam tradisi Jawa. Dengan cara yang sama, disinilah kemudian mendudukan makian anjing yang cukup populer di Jawa itu bukan sebagai bagian dari kekayaan perbendaharaan kata-kata kotor dalam bahasa Indonesia. Persebaran makian anjing agaknya berangkat dari masyarakat yang memosisikan anjing sebagai hewan rendahan, hewan tak bertuan kata Heri Priyatmoko. Masyarakat muslim jelas merupakan aktor dominan dalam peran tersebut. Bagi sebagian besar umat Islam di Indonesia yang bermazhab Syafii, anjing adalah hewan najis. Najisnya anjing membuat ia selalu dihindari, direndahkan, bahkan disingkirkan. Namun harap diingat, tidak semua masyarakat di Indonesia didominasi oleh tradisi Islam. Maka, kita bisa menyebut orang Jawa yang memaki dengan kata *asu* yang artinya anjing. Meskipun orang Jawa relatif fleksibel dalam berkeyakinan, tak terbantahkan bahwa ada kelekatan yang sangat panjang antara Jawa dan Islam. Perjalanan kebudayaan itulah yang menempatkan anjing sebagai hewan kotor di tengah masyarakat Jawa. Hasilnya, makian *asu* pun muncul. Tidak mungkin orang Jawa akan memaki dengan kata yang berkonotasi bagus seperti burung, atau ikan. Konotasi itu tentu tidak terlalu tepat, karena kedua jenis binatang itu bukanlah binatang yang dianggap kotor.

Walaupun begitu, etnis Jawa bukanlah etnis yang monolitik. Jawa Timur misalnya, makian dengan kata *asu*, akan ditertawakan orang karena umpatan *asu* merupakan makian yang “tipis” saja untuk orang Jawa Timur. Orang Surabaya sangat kaya dengan umpatan, bahkan mereka terkenal membangun keakraban antar sahabat dengan kata-kata kasar. Kata anjing alias *asu* memang kasar, tapi masyarakat Surabaya punya stok umpatan yang jauh lebih kasar.

Jawa Barat lain lagi. Mereka Sunda, bukan Jawa. Sunda memiliki tradisi Islam yang sangat kental. Tak terelakkan, makian anjing pun sangat populer dalam masyarakat ini. Belakangan, karena saking halusanya perangai orang Sunda, terjadi gejala modifikasi yang memperhalus makian anjing ini menjadi lebih enak didengar dalam pergaulan. Hasilnya, muncullah kata *anying*, *anjir*, *anjrit*, juga *anjay*.

Migrasi masyarakat desa ke berbagai kota atau negara tidak lain karena didorong oleh keinginan untuk menikmati kehidupan yang lebih baik. Dorongan semacam ini telah mempengaruhi reorganisasi masyarakat desa dan kehidupan sosial secara umum. Keinginan untuk pergi telah menjadi obsesi hampir setiap orang sehingga proses ini telah menjadi kekuatan di dalam transformasi social (Appadurai 1991). Kelompok masyarakat lain melakukan berbagai usaha untuk dapat menikmati mobilitas vertikal sebagai usaha mencapai kehidupan yang lebih baik.

Dalam masyarakat yang berorientasi pada pasar, cara pandang terhadap dunia mengalami pergeseran. Tradisi yang semula diyakini sebagai sumber nilai yang mendasari sebuah tindakan bergeser menjadi alat bagi tindakan itu. Kuliner, misalnya, bukan lagi merupakan proses pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi lebih merupakan kebutuhan simbolis yang dikaitkan dengan jenis makanan, tempat makan, dan suasana yang dihadirkan saat makan. Tata makan dan seni di dalam praktek makan telah membentuk suatu lingkungan nilai yang menjauhkan praktek makan dari nilai esensialnya (Abdullah 1995).

Di sini, praktek makan telah menjadi “produk” yang dikonsumsi dalam rangka identifikasi diri yang disebut oleh Friedman (1991) sebagai bentuk *cultural strategy of self definition*. Kecenderungan

ini menjelaskan terjadinya poses komoditisasi kehidupan. Sebagai produk komoditi, berbagai aspek dalam kehidupan itu tidak lebih telah menjadi semacam barang-barang seni (benda estetis) yang diambil alih oleh pasar untuk dikelola sedemikian rupa dalam rangka tujuan komersial. Bagi Baudrillard (1983), penciptaan kebudayaan semacam itu mengikuti suatu model produksi yang disebutnya simulasi, yakni "... penciptaan model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas" (Baudrillard 1983). Melalui model simulasi ini, manusia dijebak dalam suatu ruang yang disadarinya sebagai "nyata" meskipun sesungguhnya "semu" atau khayalan belaka. Ruang realitas semu ini merupakan suatu ruang antitesis dari representasi, dekonstruksi dari representasi itu sendiri.

Lewat manipulasi tanda tadi, barang konsumsi yang ditawarkan oleh pasar global adalah komoditi keindahan dan eksotika yang membuat berbagai aspek dari kehidupan manusia mengalami proses pengindahan atau estetisasi. Televisi, iklan, koran dan majalah adalah agen-agen yang memoles kehidupan sekitar menjadi indah belaka (Ewen 1976; Barker 2004). Hal ini, lanjut Baudrillard (1983), berarti kehidupan telah menjadi realitas halusinasi estetis (Baudrillard 1983). Implikasi lebih jauh dari proses pengindahan itu adalah menguatnya kecenderungan hidup sebagai proses seni. Pada konteks kecenderungan itu, esensi kehidupan menjadi tidak jelas, karena sebagai sebuah seni kehidupan itu memiliki makna keindahan, akibatnya perilaku adalah citra (Simmel 1991). Dengan kata lain, tataran kehidupan dan realitas pun lalu mengalami proses estetisasi.

Proses komoditisasi dan estetisasi ruang hidup tidak saja dapat merubah berbagai aspek kehidupan menjadi komoditi yang estetis tetapi juga telah melestarikan stratifikasi sosial dalam masyarakat untuk menegaskan hubungan-hubungan simbolis. Dalam proses komoditisasi dan estetisasi itu, berbagai acuan nilai yang sebelumnya dijadikan basis pengetahuan dan berperilaku bergeser hanya sebagai pelengkap kehidupan. Kenyataan ini telah mengikis sifat kesakralan norma menjadi nilai yang lebih profan. Apa yang terjadi adalah pergeseran dari etis ke estetis.

PENUTUP

Babi, anjing dan darah dalam kuliner dan tradisi kejawaan memiliki posisi yang unik. Konsumen babi bisa dipastikan merupakan kelompok non-Muslim yang lebih didominasi oleh etnis Tionghoa. Termasuk para penjual kuliner babi hampir dipastikan non-Muslim. Ini berbeda dengan anjing dan *saren*. Baik penjual maupun konsumen bisa saja merupakan Jawa Muslim, meski tetap didominasi oleh Jawa non-Muslim.

Bagi orang Jawa di Surakarta, keberadaan kuliner anjing merupakan sejarah panjang yang memang secara ekonomi dan kebudayaan dirawat oleh masyarakat lokal. Ini mungkin berbeda dengan kota-kota Jawa lain. Simbolisasi kuliner babi dan anjing di kalangan orang Jawa mulai berkurang sejak ideologi viral berlangsung, bersamaan dengan munculnya generasi YouTuber yang mulai mengaktualisasikan kuliner-kuliner non halal, terutama babi, anjing, dan darah.



BIBLIOGRAFI

- Abdullah, Irwan. 1995. "Privatisasi Agama: Globalisasi Atau Melemahnya Referens Budaya Lokal? ." In . Yogyakarta: Balai Kajian sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, .
- Appadurai, Arjun. 1991. "Introduction: Commodities and the Politics of Value ." In *The Social Life Things*, edited by Arjun Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press.
- Arbi. 2013. "Benarkah MTA Aliran Sesat Yang Menghalalkan Daging Anjing." *Alislamu.Com*, October 2013. <https://www.alislamu.com/5319/benarkah-mta-aliran-sesat-yang-menghalalkan-daging-anjing/>.
- Barker, Christ. 2004. *Cultural Studies. Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulation* . New York: Semiotext(e).
- Berger, Peter L, and Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan* . Jakarta: LP3ES.
- Bonauli. 2021. "Anjing Mati Dengan Dalih Wisata Halal Di Aceh, Sherina Ngamuk Di Twitter." *Detik-Travel*, October 24, 2021. <https://travel.detik.com/travel-news/d-5779998/anjing-mati-dengan-dalih-wisata-halal-aceh-sherina-ngamuk-di-twitter>.
- Ewen, Stuart. 1976. *Captains of Conciousness Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw Hill Book.
- Faraudis, Zein, Nyoman Dini Andiani, and Putu Indah Rahmawati. 2019. "Bingkai Halal Dan Non Halal: Studi Kasus Penerapan Halal Food Di Restoran Spice Beach Club Bali ." *Jurnal Manajemen Dan Perhotelan* 02, no. 02: 1–9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jmpp.v2i2.22092.g13699>.
- Febrina, Dwi Tiara, and Anna Maria Tri Anggraini. 2020. "Perlindungan Konsumen Atas Ketidaksesuaian Informasi Terkait Kandungan Bahan Makanan Non Halal Yang Diperdagangkan Dalam Putusan Nomor: 429/PID.SUS/2019/PN.PDG ." *Jurnal Hukum Adigama* 03, no. 01 (July): 426–48. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.24912/adigama.v3i1.8909>.
- Geertz, Clifford. 1992. *Tafsir Kebudayaan* . Yogyakarta: Kanisius.
- Hadi, Tri Sasono. 2020. "Urgensi Identitas Warung Makan Non-Halal Terhadap Upaya Perlindungan Konsumen Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta." Yogyakarta.
- Hardoko, Ervan. 2018. "Dalam Sehari, 1.200 Anjing Dikonsumsi Di Kota Solo ." *Kompas.Com*, February 21, 2018. <https://regional.kompas.com/read /2018/02/21/13223601/dalam-sehari-1200-anjing-dikonsumsi-di-kota-solo?page=all>.
- Hidayat, Asep Syarifuddin, and Mustolih Siradj. 2015. "Sertifikasi Halal Dan Sertifikasi Non Halal Pada Produk Pangan Industri ." *Ahkam Jurnal Ilmu Syariah* 15, no. 02: 199–210. <https://doi.org/10.15408/ajis.v15i2.2864>.
- Iqbal, Muhammad, Tri Sasono Hadi, and Yunita Nur Afifah. 2020. "Non-Halal Food Seller Perception on Muslim Consumer ." *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam* 05, no. 02: 122–33. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/index>.
- Isnanto, Bayu Ardi. 2019. "Mengapa Di Solo Marak Warung Kuliner Anjing, Ini Kata Sejarawan." *Detik.Com*, June 22, 2019. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4596272/mengapa-di-solo-marak-warung-kuliner-anjing-ini-kata-sejarawan>.

- Izzuddin, Ahmad. 2018. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner ." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 03, no. 02 (July): 100–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i2.1886>.
- Jumari. 2017. "Gerakan Ekonomi Satyagraha Hindu Bali Melalui Labelisasi Non-Halal 'Sukla' (Antara Kebangkitan Militansi Dan Ancaman Benih Intoleransi)." In *Proceedings ANCOMS 2017 1st Annual Conference for Muslim Scholars Kopertais Wilayah IV Surabaya*, 338–46. Surabaya: Kopertais Wilayah IV Surabaya.
- Ketaren, Indrakarona. 2021. "Gatronomi, Kuliner, Dan Aneka Makanan Indonesia , Hal. 3-13." *Prisma, Vol 40*, 2021.
- Koeswinarno, and Agus Iswanto. 2020. "Divergent Interpretations and Inter-Organizational Relations of Halal Product Guarantee Policy in Indonesia, Terpretations and Inter-Organizational Relations of Halal Product Guarantee Policy in Indonesia ." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 24, no. 01 (July): 67–79.
- Maharani, Ina. 2021. "Hukum Makan Daging Anjing, Ular, Dan Amphibi Tidak Haram Dalam Islam, Benarkah? Simak Penjelasan." *Tribun Timur.Com*, February 2021. <https://makassar.tribunnews.com/2021/02/15/hukum-makan-daging-anjing-ular-dan-amphibi-tidak-haram-dalam-islam-benarkah-simak-penjelasan?page=4>.
- Mediaindonesia.com. 2019. "Pemprov NTT Tolak Wisata Halal, Di Wilayahnya." May 7, 2019. [mediaindonesia.com](https://www.mediaindonesia.com).
- Nurdahniar, Inda. 2021. "Label Non-Halal Sebagai Upaya Perlindungan Hak Konsumen Muslim ." *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 20, no. 01: 34–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.32816/paramarta.v20i1.97>.
- Nurohman, Yulfan Arif, and Rina Sari Qurniawati. 2019. "Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Lingkungan IAIN Surakarta ." *Among Makarti Jurnal of Economic Business* 12, no. 02 (December): 23–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52353/ama.v12i2.182>.
- Pertana, Pradito Rida. 2021. "Pemkab Ungkap Ada 7 Rumah Jagal Anjing Di Bantul." *Detiknews.Com*, September 24, 2021. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5738488/pemkab-ungkap-ada-7-rumah-jagal-anjing-di-bantul>.
- Prasetyo, Tanjung, and Ni Luh Made Vinaya Medhiatika. 2020. "Gastronomi Kuliner Peranakan Non-Halal Glodok, Jakarta ." *Jurnal Industri Pariwisata* 03, no. 01: 36–46.
- Purnama, Yulina. 2020. "Haramnya Daging Anjing." *Muslim.or.Id*, June 2, 2020. <https://muslim.or.id/56518-haramnya-daging-anjing.html>.
- Putranto, Wahyu Gilang. 2021. "Temuan. DMFI Di Solo: Anjing Tak Cuma Marak Dikonsumsi, Kulitnya Jadi Bahan Pembuatan Shuttlecock." *Tribunnews.Com*, April 22, 2021. [https://www.tribunnews.com/regional/2021/04/22/temuan-dmfi-di-solo-anjing-tak-cuma-marak-dikonsumsi-kulitnya-jadi-bahan-pembuatan-shuttlecock?page=2,.](https://www.tribunnews.com/regional/2021/04/22/temuan-dmfi-di-solo-anjing-tak-cuma-marak-dikonsumsi-kulitnya-jadi-bahan-pembuatan-shuttlecock?page=2,)
- Simmel, Georg. 1991. "The Problem of Style." *Theory, Culture, Society* 08: 63–71.
- Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Supriatna, Antonius Made Tony. 2021. "Politik Makanan Massal Dan Penyeragaman Selera Nusantara." *Prisma, Vol 40*, 2021.

- Susetyohadi, Agus, Mufti Alam Adha, Afrilia Dwi Utami, and Dwi Esti Sekar Rini. 2021. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan Dan Minuman: Studi Kasus Konsumen Non-Muslim Di Daerah Istimewa Yogyakarta ." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 07, no. 01. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1866>.
- Toffler, Alvin. 1970. *Future Shock* . New York: Penguin Random House.
- Tomlinson, John. 2007. "Globalization and Cultural Analysis ." In *Globalization Theory: Approaches and Controversies*, edited by David Held and A MacGrew, 148–68. Cambridge: Polity.
- Wiener, Antje. 2014. *A Theory of Contestation* . New York, Dordrecht, London: Springer Heidelberg.
- Wiener, Antje, and U Puetter. 2009. "The Quality of Norms Is Hat Actors Make of It: Critical Constructivist Research on Norms." *International Law and International Relations* 05, no. 01: 0–16.
- Windisukma, Dewi Kirana, and Ibnu Widiyanto. 2015. "Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Produk Makanan Non-Halal Di Kota Semarang ." *Diponegoro Journal of Management* 04, no. 02 (May): 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

JURNAL SOSIOLOGI AGAMA

Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial

Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

