

Makanan, Globalisasi dan Agama: Ekspresi Keberagamaan Kelas Menengah Muslim dalam Globalisasi Makanan

Muhammad Misbahuddin

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo

Email: historianmisbahuddin@gmail.com

Abstrak

Setiap orang membutuhkan makan. Makanan menjadi sumber nutrisi bagi tubuh. Namun dalam era modern, makanan tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan tubuh semata, tetapi juga berfungsi simbolik. Dalam konteks simbolik itu, pemilihan makanan dan rasa dari makanan tersebut tidak lagi dibentuk oleh pengecap yang bersumber dari pengetahuan. Pengetahuan tersebut dituntun oleh rasa yang mengglobal dan terus mempermainkan pengetahuan tentang makanan. Namun demikian, globalisasi bukanlah satu-satunya pembentuk pengetahuan atas makanan. Agama turut pula mempengaruhinya. Sehingga tercipta narasi yang indah antara makanan, globalisasi dan agama. Narasi itu membentuk hubungan sebuah rasa, rasa lokal dan rasa global. Tulisan ini mencoba menyetengahkan bagaimana globalisasi membentuk ekspresi beragama khususnya dalam hal makanan. Penulis bermaksud mengemukakan bahwa makanan yang setiap saat dimakan oleh manusia sejatinya tidak dapat dilepaskan proses sosial, terutama globalisasi. Proses globalisasi yang tengah terjadi pada saat ini sedikit banyak dapat membentuk pola keberagamaan khususnya dalam sistem makan sebuah masyarakat.

Kata Kunci: Makanan; Rasa; globalisasi; agama; simbolik

Abstract

Everyone needs food. Food becomes a source of nutrition for the body. But in the modern era, food does not only function as the fulfillment of bodily needs, but also functions symbolically. In this symbolic context, the choice of food and the taste of the food is no longer shaped by taster sourced from knowledge. This knowledge is guided by a globalized taste and continues to play with knowledge about food. However, globalization is not the only form of knowledge of food. Religion also influences it. So as to create a beautiful narrative between food, globalization and religion. The narrative forms the relationship of a taste, local flavor and global flavor. This paper tries to present how globalization forms religious expressions, especially in terms of food. The author intends to suggest that food that is eaten every time by humans can not really be released social processes, especially globalization. The process of globalization that is happening at the moment more or less can form a religious pattern, especially in a community's food system.

Keywords: Food; Rasa; globalization; religion; symbolic

Pendahuluan

Dalam kebudayaan Islam, makanan tidak hanya dipandang sebagai sebuah kebutuhan pokok semata, tetapi melalui makanan, proses beragama seseorang dapat terlihat jelas. al-Qur'an dalam berbagai kesempatan acapkali menganjurkan untuk menjaga makanan yang masuk dalam tubuh, agar tidak merusak kemurnian beribadah.

Di era modern, apa yang dikembangkan dalam masa awal Islam tersebut direproduksi sebagai pembentukan identitas diri, "*kamu adalah apa yang kamu makan*". (Nutzenadel et al, 2008: 1). Dalam konteks itu, Indonesia yang termasuk *negara ketiga* tidak dapat lepas dari jaring-jaring globalisasi. Meskipun demikian, sebagai masyarakat yang kuat dalam memegang konsep-konsep agama, masyarakat Indonesia tidak dapat di lepaskan seratus persen dari unsur agama.

Agama masih menjadi panglima tertinggi dalam membentuk peradaban yang ada di Indonesia. Terbukti wisata halal, makanan halal yang tengah booming di dunia, kontribusi terbesar dari sekian banyak negara muslim di dunia adalah Indonesia. Karena itu, narasi-narasi publik di Indonesia, khususnya dalam hal makanan terkesan dibentuk oleh narasi Islam, padahal tidaklah demikian dalam realitanya. Terdapat pencampuran kebudayaan yang terjadi dalam makanan. Percampuran narasi terbentuk dengan dinamis dalam persoalan makanan. Terlihat bagaimana munculnya aneka makanan yang dilarang ditengah-tengah kampung atau kota yang dihuni mayoritas Muslim. Memang, isu makanan memang tidak seseksi isu politik. Namun, ikatan kultural dalam dunia makanan terkadang tersentak dan menjadi isu nasional ketika sebuah makanan bersentuhan dengan makanan pemeluk agama lain atau bersinggungan dengan kelompok pecinta hewan.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa manusia Indonesia sangat adaptif terhadap globalisasi. Adaptifnya masyarakat Indonesia ini tidak lepas dari massifnya mereka dalam penggunaan media sosial. Dalam data yang diungkapkan oleh Rudiantara, Indonesia adalah penyokong utama dari tumbuhnya media sosial di dunia. We Are Social-Hoot Suite- mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 130 juta pengguna, yang hampir separuhnya adalah kaum milineal. Padahal pengguna internet di dunia hanya sekitar 132 juta. (Kompas, 21/05/2018). Hal itu menunjukkan globalisasi mempengaruhi laju perkembangan komunikasi masyarakat muslim, khususnya kaum milineal. Lantas apa hubungannya dengan persoalan makanan.?

serbuan globalisasi yang tengah terjadi di masyarakat Indonesia tersebut melunturkan kesadaran konsep makan dan makanan masyarakat Indonesia itu sendiri, tergantikan dengan konsep-konsep global. Rasa dan dunia global mengkoptasi dan mengintervensi secara kuat pola dan konsep makanan.

Lunturnya kesadaran akan makanan tersebut mengartikulasikan bahwa masyarakat Indonesia mulai tercerabut identitas keindonesiaannya. Levi Strauss sebagaimana yang dikutip oleh Redem Kono menyebutkan bahwa makanan merupakan sebuah cara untuk mendeteksi terhadap ketidaksadaran sebuah masyarakat atas identitasnya. (Kono, 2013: 123). Hal ini karena pola produksi, konsumsi dan distribusi sebuah makanan merupakan identitas kultural, sosial dan segala tatanan masyarakat yang ada. Hal ini karena makan dan makanan bukan saja berhubungan kebutuhan biologis, tetapi juga simbolik. Lantas, bagaimana sebetulnya politisasi makanan yang pernah terjadi dalam sejarah sebuah bangsa? Bagaimana pula narasi globalisasi mempengaruhi sebuah makanan di Indonesia? Tidakkah dalam kesengkarutan tersebut memberikan dampak juga dalam pemahaman keagamaan?

Kontruksi Politisasi Makanan

Makanan adalah kebutuhan yang penting bagi manusia, tidak saja sebagai eksistensi manusia itu sendiri, tetapi juga dapat pula menjaga eksistensi sebuah bangsa dimana manusia itu hidup. Dalam sejarah sebuah bangsa dapat ditemui bagaimana makanan mempengaruhi stabilitas sebuah bangsa, dan kemenangan seorang dalam berperang. Bagaimana peliknya Nabi Muhammad ketika beliau dan keluarganya diblokade oleh suku Qurasy, sehingga beliau beserta keluarganya tidak diperkenankan untuk keluar dan mencari makan. Hampir saja Nabi dan keluarganya tidak mampu menghadapi blokade makanan tersebut, kalau tidak ada keluarga nabi yang lainnya “tersentuh” dan merasa kasihan. Karena itulah, pengalaman atas blokade makanan ketika beliau di Makkah beliau jadikan strategi perang dalam melenyapkan musuh-musuhnya ketika beliau di Madinah. (Antonio, 2008).

Tidak jauh berbeda dengan yang dialami oleh Nabi Muhammad, politik blokade makanan pun terjadi di Indonesia. Di Asia Tenggara, beras menjadi komoditi yang begitu signifikan bagi perdagangan. Kondisi ini menyebabkan beras menjadi komoditas perdagangan terbesar di antara komoditas-komoditas perdagangan lainnya. Hal ini

karena tradisi dan kebutuhan makan di Asia Tenggara menduduki peringkat pertama dibanding kebutuhan lainnya. Para pejabat, anggota kerajaan kerap kali menjamu para tamunya dengan pesta-pesta besar. (Reid, 20014: 42-50). Mengapa para pejabat sering melakukan pesta. Hal ini karena semakin seringnya mengkonsumsi makanan, maka akan meneguhkan identitas diri secara simbolis. Untuk mencukupi kebutuhan akan gaya para pejabat tersebut, penduduk dibebankan pajak-pajak padi.

Sultan Agung, raja Mataram Islam, pun harus mengalami kekalahan yang telak dengan pemerintah VOC, karena ia tidak tersistematis dalam menjaga pasokan pangannya. Untuk tidak mengalami hal yang sama, pada akhir abad ke- 19 dan awal abad ke-20 pemerintah kolonial kemudian mengeluarkan kebijakan yang dinamai dengan Ordonasi Tumpangan. Ordonasi ini mewajibkan setiap masyarakat sekitar untuk menyediakan tumpangan dan makanan ketika rumahnya atau kawasan dimana ia tinggal dilewati oleh para prajurit yang sedang bertugas. (Anonim, 1900: 18). Oleh karena itu, dalam kaitannya ordonasi ini dapat dikatakan bahwa makan dan makanan mengandung esensi kekuatan yang dapat mempersatukan seluruh komunitas dalam masyarakat. Kesatuan -meskipun terkesan dipaksa- masyarakat direpresentasikan dengan beras sebagai komoditas terpenting di Indonesia, khususnya di Jawa. Hal ini tidak jauh berbeda dengan apa yang terjadi di Amerika, khususnya di Indian Pucblo, dimana jagung di yakini sebagai simbol atas esensi kebersatuan masyarakat. (Kono, 2013: 123).

Makanan dalam Pusaran Globalisasi dan Naiknya Kelas Muslim Menengah

Dewasa ini budaya makan semakin menggila. Makanan tidak hanya dijadikan komoditas politik semata, tetapi masuk dalam relung-relung budaya yang paling dasar. Budaya konsumsi yang dilempar oleh negara-negara adikuasa pasca ditemukannya teknologi menemukan momentumnya. Bagaimana tidak tersentak dan kagetnya masyarakat di Hinda Belanda, tidak saja dari golongan masayarak Belanda, Masyarakat timur, tetapi masyarakat muslim pribumi yang terkagum-kagum ketika balok es yang di impor dari Amerika datang di pelabuhan tanjung priuk pada awal abad ke-19. Ia menjadi minuman yang prestise di masyarakat. Sejak saat itu, perkembangan konsumerisme, tidak dapat dicegah oleh setiap negara, termasuk di Indonesia. Produk-produk baru diperkenalkan melalui iklan-iklan yang bertebaran. (Riyanto, 2000).

Dalam konteks yang lebih modern, konsumerisme yang terjadi di Indonesia telah menjadi sebuah proses kebudayaan yang menjadi ideologi tata dunia baru. Tata baru dunia itu yang mereka namakan dengan nama globalisasi. Di mana unsur-unsur kebudayaan dunia yang saling berserak disatukan dalam sistem global. (Hornsby, 2005: 659). Globalisasi tersebut dalam prakteknya cenderung menggunakan perusahaan-perusahaan besar dalam menyebarkan ide-idenya. Hal ini karena dengannya ide-ide global dapat tersebar dengan mudah.

Melalui perusahaan tersebut kemudian industri global memproduksi pelbagai produk, untuk disebar ke seluruh dunia. Termasuk juga makanan. Makanan sebagai produk konsumsi di *breanding* sedemikian rupa agar memberikan keuntungan besar bagi perusahaan. Dengan keuntungan tersebut perusahaan global mengkonsep budaya baru. Budaya baru tersebut ini bukan hanya secara gejala sosial, melainkan gejala budaya yang sengaja dirancang untuk melancarkan mesin industri gaya hidup yang terus berputar. Nilai-nilai modern terus di produksi oleh perusahaan. Produksi nilai tersebut mempertegas makna simbolik makanan. Taste bukan lagi sebagai penentu pembelian, tetapi kebutuhan praktis yang menjadi sebuah penentunya.

Terus naiknya dan massifnya perusahaan-perusahaan tersebut, bandul politik yang ada di Indonesia berubah. Soeharto harus pasrah dan tunduk dengan kekuasaan besar yang bernama krisis ekonomi yang mengguncang hampir seluruh kawasan Asia Tenggara, yang di mulai dari Thailand. (Zaroni, 2015: 10). Krisis ekonomi juga merupakan bagian dari globalisasi. Ia akhirnya turun dari tampuk kekuasaan yang digenggamnya selama 32 tahun. Bersamaan dengan hal tersebut tumbuh pula geliat masyarakat muslim untuk mewarnai konstelasi globalisasi tersebut. Konsepsi masyarakat Islam tentang pembangunan menjadi model baru dalam *treadmak* masyarakat muslim.

Kemunculan itu terlihat dari masifnya partai-partai politik Islam pada tahun 2003. Pada tahun tersebut jumlah pemilih muslim naik secara drastis, sehingga tidak ada partai Islam yang tidak berada dalam panggung dewan. Tentunya hal itu bersamaan dengan munculnya kelas baru dalam masyarakat Indonesia. Warsito Jati menamakan sebagai kelas muslim menengah. (Jati, 2017: 114). Mereka semula mengusung konsep-konsep agama, sehingga membentuk spiritualisme dalam kehidupan. Namun

bergesernya bandul politik tersebut mereka justru mengarah kepada konsep-konsep material dalam ekonomi.

Masifnya pasar yang tengah terjadi di Indonesia, sekalipun dalam kondisi krisis ekonomi pada 1998 membuat kalangan kelas menengah melirik arus global ini. meskipun demikian, kelas menengah muslim tersebut tetap menampilkan wajah inklusif agama dalam pengembangan ekonomi. Beragam koridor agama menjadi sebuah patokan dalam mengembangkan arus ekonomi Islam. Harapan mereka, nilai-nilai spiritual dalam agama dapat dibawa dalam dunia material, sehingga menjadi sebuah kesalehan sosial yang menyebar. (Mahmood, 2005: 65). Konsep-konsep syariah mulai diperkenalkan di masjid-masjid tentang keislaman sebuah komoditas.

Pasca tahun 2003-an, dikursus-dikursus mengenai kesalehan mulai mengemuka di setiap masjid-masjid. Sedekah melalui makanan mulai populer ketika Ramadhan. Fenomena ini merata di kota-kota besar di Indonesia. Di Yogyakarta, muncul istilah pemberian takjil di setiap masjid yang ada di Yogyakarta. Meskipun pemberian takjil ini telah lama ada, tetapi hanya beredar di masjid-masjid besar, seperti masjid Agung dan masjid Syuhada' yang roda pemasukan kas keuangannya berputar sangat kuat. Mahasiswa yang kuliah pada era 2000-an, akan menikmati *booming* kesalehan ini. Mereka tidak akan kebingungan dalam mencari makan ketika akan berbuka, mulai dari takjil yang berupa minuman ringan hingga makanan berat, mudah dijumpai di setiap masjid yang ada di Yogyakarta.

Selama beberapa tahun belakangan ini, kelas muslim di Yogyakarta menampakkan perannya dalam menciptakan pembentukan kelompok pengajian. Hal ini karena kesalehan yang solid menekankan pentingnya komunitas bagi proses menjadi muslim yang taat. Melalui kelompok-kelompok pengajian tersebut komunitas muslim membangun jaringan solidaritas kesalehan. Hal ini terlihat di kelas muslim di Demangan Baru Yogyakarta. Doktrin Islam mengenai sedekah makanan, merupakan diskusi paling praktis yang berkaitan dengan kehidupan muslim yang taat. Seiring proses edukasi moral keagamaan tumbuh sebuah gerakan yang mereka namakan gerakan jum'at sedekah dengan membagikan makanan pada setiap jamaah sholat Jum'at. (Wawancara dengan Ketua Takmir al Hidayah, Demangan, Yogyakarta)

Menurut Riesebrodt sebagaimana yang dikutip oleh Warsito Jati bahwa penyebaran kesalehan sosial yang ditiupkan dalam gelanggang globalisasi dapat

dibedakan menjadi empat kategori. Pertama, intensitas ibadah wajib dan sunnah. Kedua, kepatuhan terhadap apa yang dikatakan dalam al-Qur'an dan Hadits. Ketiga, selebrasi perayaan keagamaan dan keempat adalah interaksi nilai-nilai sosial ekonomi dalam religiusitas. (Jati, 2017: 114). Dalam konteks itu, identitas keislaman dalam makanan dicoba ditampilkan melalui produk-produk yang ditawarkan. Dalam pengertian lain, bila kamu makan sesuatu yang sesuai dengan Qur'an dan hadits maka kamu telah bersyariah dengan baik.

Yang Lokal dan Yang Global

Agama nyatanya memainkan peran yang sangat vital dalam proses pembentukan identitas terhadap setiap konsumsi. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa agama harus bersaing dengan globalisasi untuk membentuk konstruksi identitas. Namun pada masyarakat Indonesia perebutan identitas tersebut kerap kali diabaikan. Masyarakat cenderung menerima secara terbuka atas sesuatu yang datang dari luar. Hal ini terlihat ketika Islam transnasional berkembang di Indonesia dengan membawa seperangkat pengetahuan tentang identitas dalam sebuah makanan. Seruan islamisasi makanan mulai lantang disuarakan oleh para tokoh yang mewakili para pendukung Islam transnasional tersebut.

Seruan tersebut ditangkap dengan mudah oleh kelas muslim menengah. Kurma, tamarin mulai melihat bahwa makanan ini telah menjadi makanan islami. Yang paling mencengangkan bahwa meskipun kurma telah beredar lama di Indonesia, namun makanan ini mulai mewabah sebagai komoditas yang wajib hadir di setiap bulan-tidak saja sebagai oleh-oleh setelah pulang haji- pasca naiknya kalangan muslim menengah. Hal ini karena keberadaan mereka lebih banyak berada di kota-dalam konteks dewasa ini, istilah kota dan desa telah terjadi redefinisi istilah. Adapun yang dimaksud kota dalam tulisan ini adalah, lebih kepada *space* dimana konsumsi menjadi prioritas hidup - lebih merupakan *consumer space* yang diharapkan mampu memuaskan diri kelas menengah muslim.

Televisi, iklan dan benner, merupakan media yang penting dalam membentuk realitas sosial terhadap makanan. Tidak saja sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai komunikasi kelas baru dalam masyarakat muslim. Pada era saat ini, menurut Irwan, media massa memainkan peran yang penting dalam mempromosikan gaya hidup baru. (Abdullah, 2010: 47). *Halal food* adalah sesuatu yang diburu oleh kalangan kelas

menengah muslim. *Halal food* kini bukan hanya terkait gastronomi sebuah makanan dan proses penjualan, tetapi sebuah kebutuhan masyarakat muslim. Dalam sebuah rumah makan, penggunaan kartu kredit menjadi hal yang umum ditemui. Namun, hal ini berbeda dengan apa yang terlihat dalam rumah makan di Kartasura. Mereka menolak penggunaan kartu kredit yang menurut sebagian dari kalangan kelas menengah muslim adalah sesuatu yang membawa sifat riba.¹

Konsep *halal food* tersebut memicu lahirnya konsep lokal dan global dalam makanan. Dalam konsepnya A.S Hornsby, ia memberikan batasan tentang “lokal” dan “global”. Menurutnya, lokal itu berkaitan daerah tertentu yang hanya mempengaruhi satu bagian tubuh. Adapun global adalah melingkupi dan mempengaruhi seluruh dunia. Dari konsep tersebut, bila dikaitkan dengan konsep makanan, maka makanan lokal berarti makanan yang khas suatu daerah, dan makanan global mengarah kepada keumumann yang universal. Dua konsep itu membuat kontruksi identitas itu terjadi, baik ditingkatan kolektif dan individual masyarakat kelas menengah muslim. Dimana kontruksi identitas tersebut merupakan sebuah proses dialektika antara mengenali kesamaan dan perbedaan. (Weichart, 2004: 63).

Dalam proses kesamaan dan perbedaan makanan bukanlah menjadi posisi binner, namun globalisasi membentuk sebuah budaya baru yaitu dengan diplomasi makanan. Diplomasi makanan bukanlah hal baru dalam ranah politik dunia, namun di Indonesia semakin populer pasca Joko Widodo sebagai presiden mempopulerkan istilah politik beranda. Perbedaan budaya makan antara lokal dan global disatukan dalam satu meja. Diplomasi makanan adalah upaya mendekatkan antara lokal dan global dalam makanan, terus dilakukan oleh para diplomat negara ini. (Bowoleksono, 2018: 170). Namun demikian, upaya mendekatkan lokal dan global ini bukan menjadi sebuah jalan yang mulus.

Rengkanan jurang kian lebar, ketika “global” berusaha menganeksasi “lokal”, terutama pada pangan-pangan tradisional. Fenomena video larangan pemotongan anjing yang digunakan sebagai makanan tradisional di Minahasa menjadi sebuah upaya pengerdilan makanan lokal. Globalisasi menguniversalisasi makanan sehat dengan menambahkan nilai-nilai HAM (Hak Asasi Mamalia), kemajuan, nilai kompetisi sebagai interaksi budaya dunia. Nilai etis adat istiadat dalam masakan daging anjing

sebagai makanan lokal dikeberi oleh makanan global, sehingga identitas karakteris masyarakat Minahasa mulai tergerus. Di sini identitas sebuah masyarakat dapat ditentukan oleh konsumsinya terhadap makanan.

Penolakan “rasa” makanan terhadap “rasa” kekuasaan

Tidak dapat dipungkiri bahwa “rasa” bukan hanya ditentukan dan dipengaruhi oleh indera pengecap yang kita bawa semenjak lahir semata, akan tetapi merupakan sesuatu yang didapatkan dari proses sosialisasi pengetahuan yang didapat dalam proses hidup. (Scholliers, 2001: 87). Kesukaan dan ketidaksukaan terhadap makanan dan minuman dibentuk oleh pengalaman hidup seseorang dalam ruang lingkup sosial tertentu. Seseorang muslim Jawa yang berada daerah Jawa bagian tengah, tidak terlalu menyukai makanan yang berasal dari Minahasa atau Jawa bagian timur yang lebih menekankan penggunaan rempah yang kuat. Demikian pula sebaliknya, masyarakat muslim Jawa yang berada di timur “kurang” menyenangi makanan muslim Jawa bagian tengah yang cenderung manis. Oleh karena itulah, para antropolog mengatakan bahwa budaya memasak dan makan merupakan sebuah tindakan yang cenderung aman dari provokasi arus globalisasi untuk memperlihatkan keterlibatan dan identitas “rasa” sebuah makanan. (Weichart, 2004: 73).

Namun demikian, apakah anggapan para antropolog itu terus berlaku? Nyatanya tidak seindah yang dibayangkan. Serangan globalisasi terus digelorakan melalui “institusi-institusi” yang berkembang di dunia. Isu-isu mengenai kesehatan, keamanan produk, menghargai sebuah kehidupan, terus disampaikan. Meskipun masyarakat muslim pada awalnya tidak memperdulikan idiom-idiom baru tersebut. Namun, proses industrialisasi telah menjadi kekuatan penting selain dalam memproduksi pengetahuan baru, tetapi juga memaksa agar terjadi penyesuaian nilai-nilai etis yang berlaku dalam masyarakat.

Di sisi lain, ketergerusan nilai-nilai etis makanan tidak saja dipengaruhi oleh faktor eksternal semata, faktor internal budaya masyarakat muslim kelas menengah setidaknya turut mempengaruhi. Di kalangan masyarakat muslim kota misalnya budaya mengolah makanan di kalangan kelas muslim menengah mulai “memudar”-kalau tidak dikatakan menghilang-. Mereka lebih menikmati hidangan dan kudapan di luar rumah, daripada mengajarkan putra-putrinya untuk memasak dan menikmati makanan

rumahan. (Kompas, 26/10/2008). Proses memasak yang memakan waktu lama, membuat sebagian orang enggan untuk melakukannya. Meskipun harus disadari, sesekali mereka tetap mengolah makanan dirumah, namun hanya dalam makanan-makanan yang praktis.

Budaya praktis yang menggurita setidaknya menjadi budaya yang menggerus ‘rasa’ dalam makanan lokal-meskipun agak terlihat simplistik-, akan tetapi makanan global tetap mengarah ke arah universalitas makanan. Memasak bukan lagi sebuah pekerjaan yang mengasikkan dan memuaskan, pekerjaan yang awalnya berkaitan tentang *taste*, kini disandingkan dengan waktu. Ukuran waktu menjadi penting dalam melihat makanan.

Namun, ditengah pandangan yang terlalu negatif atas geliat globalisasi terhadap “rasa” lokal makanan, perlu difikirkan bahwa sejatinya telah terjadi *Sharing* makanan lokal dengan global. Hal ini dapat terlihat dari masuknya makanan lokal dalam pelbagai jamuan kenegaraan di pelbagai kesempatan di istana Negara. Joko widodo sebagai kepala negara menjadi agency yang aktif dalam melakukan penolakan atas “rasa kekuasaan” yang menjadi habitus dalam masyarakat milenial. Istana dianggap tempat makanan global yang berterbangan di penjuru tembok, tetapi Joko widodo menjungkir balikkan logika tersebut. Kiranya, ia ingin memperjelas kembali kategori dan identitas makanan lokal.

Kesimpulan

Uraian dimuka membawa pada suatu kesimpulan teoritis bahwasanya persoalan makanan merupakan persoalan yang kompleks. Yang awalnya hanya berkaitan dengan perut, namun dalam perkembangannya menjadi persoalan yang penuh simbol. Simbol rasa global yang terus menghantui dan menekan rasa lokal. Memasak yang awalnya merupakan kegiatan yang mengasyikkan harus tergeser. Namun demikian, *agency-agency* lokal dalam mempertahankan identitas kelokalan terus bermunculan dalam masyarakat, sehingga rasa lokal tetap terus terjaga, ditengah kepuangan globalisasi.

Referensi

- Ahmad Nur Zaroni,' Globalisasi Ekonomi dan implikasinya bagi negara-negara berkembang: Telaah Pendekatan Ekonomi Islam” dalam jurnal *al-Tijary* Vol 1, No.1. 2015
- Alexander Nutzenadel dan Frank Tentmann, “Introduction: Mapping Food and Globalization” dalam *Food and Globalization, Consumption, Market and Politics in Modern World* Oxford University Press, 2008.
- Anonim, *Handleiding fen diensfe van de Inlandsche Bestuursamblenenaren Militaire Zaken* No 29 Batavia: Van het Departement van Binnenlandsch Besturr, 1900.
- Anthony Reid, *Asia Tenggara Dalam Kurun Niaga 1450-1680* jilid 1 Jakarta: Pustaka Obor, 2014
- Baty Subakti dkk, *Reka Reklame; Sejarah Periklanan Indonesia 1774-1984* Yogyakarta: galang Press, 1993
- Bedjo Riyanto, *Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial (1870-1915)*, Yogyakarta: Terawang, 2000.
- Budi Bowoleksono, “Diplomasi Kuliner” *Tempo* 30 April-6 Mei 2018.
- Gabriele Weichart, “Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner” dalam jurnal *Antropologi Indonesia* No. 74 tahun 2004.
- Hornsby, A.S. *Oxford Advanced Learners Dictionary* New York: Oxford University Press, 2005.
- Irwan Abdullah, *Kontruksi dan Reproduksi Kebudayaan* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Jyut Fitra,” Jendela Tua” *Kompas* Minggu 26 Oktober 2008.
- Lilawati Kurnia, “ Seni Kuliner, Kekuasaan dan Multikulturalisme dalam Master Cooking Boy/ The Real Master Cooking Boy karya Etsushi Ogawa” dalam jurnal *Wacana* vol 9 no 2 2006.
- Muhammad Syafii Antonio, *Muhammad SAW The Super Leader Super Manager* Jakarta: Mutiara Qolbu Salim, 2008
- Nawal Nasrallah, *Annals of The Chaliphs Kitchens* Leiden, Brill, 2007.
- P. Scholliers, *Food, Drink and Identity; Cooking, Eating and Drinking in Europe Since the Middle Ages* Oxford, N.Y, Breg, 2001.

Redem Kono, “ Globalisasi: Antara Makanan dan Urgensi Pendidikan” dalam Kletud\Hekong (ed.), *Kiblat Pendidikan Kita* Yogyakarta: Moya Zama-Zam Printika, 2013

Rudi Setiawan, “Memaknai Kuliner Tradisional di Nusantara; Sebuah Tinjauan Etis” jurnal *Respons; jurnal Etika sosial* Vol. 21 No. 01 Juli 2016.

Rudiantara, “Social Wellness” di Media Sosial” *Kompas*, 21 Mei 2018

Saba Mahmood, *Politics of Piety: The Islamic and Revival and the Feminist Subject* New Jersey: Princenton University Press, 2005.

Warsito Raharjo Jati, *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia* Jakarta: LP3ES, 2017.

Wawancara dengan Takmir Masjid al Hidayah Demangan Baru Yogyakarta