

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan informasi merupakan kebutuhan yang dimiliki setiap orang untuk melengkapi tingkat pengetahuannya akan suatu hal. Kebutuhan tersebut timbul akibat kesenjangan pengetahuan pada diri seseorang, sehingga untuk mengatasi kesenjangan tersebut seseorang akan berusaha mencari informasi agar terpenuhi (Fadhli, dikutip dari Suliatiawati, 2023). Perkembangan dunia informasi kian hari makin pesat kemajuannya, berbagai hal yang ingin kita ketahui dapat dicari dan diketahui dengan cepat, informasi tersebut menyebar dengan mudah karena dukungan teknologi yang canggih. Pesatnya kemajuan teknologi memberikan dampak positif bagi manusia, dahulu informasi tidak cepat didapatkan karena hanya mengandalkan media massa yang khusus mengangkat topik yang ingin diketahui. Namun, kini dengan perkembangan zaman informasi yang diinginkan bisa didapat dengan mudah menggunakan media sosial, sebab kini hampir setiap orang menggunakannya.

Media sosial adalah media *online* yang mana penggunanya dapat dengan mudah berinteraksi, berpartisipasi, juga berbagi (Rafiq, 2020). Media sosial kini semakin cepat perkembangannya mengikuti zaman, dengan kemajuan yang memberikan keuntungan bagi pengguna dengan bebasnya berkreasi. Berbagai media sosial yang saat ini banyak digunakan pengguna internet, seperti TikTok, Instagram, YouTube, Telegram, X, dan sebagainya. Hadirnya media sosial yang dapat diakses dari berbagai kalangan memberikan peluang tersebarnya suatu informasi dengan cepat, seperti halnya TikTok menjadi salah satu media sosial yang banyak sekali jumlah penggunanya. DataIndonesia.id mencatat, per-April 2023 sebanyak 1,08 miliar pengguna TikTok di dunia dengan mayoritas pengguna berusia 18-24 tahun (Rizaty, 2023). Menurut data yang berasal dari databoks per-April 2023 Indonesia menduduki dua terbanyak pengguna TikTok di dunia dengan jumlah 113 juta pengguna (Annur, 2023).

TikTok dikenal sebagai aplikasi yang memberikan informasi berupa konten video dan foto bersifat menghibur, mengedukasi, serta wadah untuk promosi. Media sosial tersebut pada awalnya hanya sebagai media yang menyuguhkan hiburan musik, tetapi kini berkembang menjadi platform tayangan video pendek dengan beraneka ragam isinya (Setiawati, Krisnawati & Yuliani, 2023). Di Indonesia, TikTok pernah ditentang masyarakat sebab sebagian besar penggunaanya hanya memberikan video menari yang dianggap kurang mendidik. Namun, semakin berjalannya waktu para penggunaanya sadar terhadap konten yang disajikan dan konten yang diberikan mengedukasi penontonnya. Konten TikTok dapat digunakan sebagai media pembelajaran sebagai sebuah sumber belajar berbasis audio visual. Tak sedikit para *creator* menyajikan video yang sejalan dengan profesi maupun latar belakangnya (Setiawati, Krisnawati & Yuliani 2023).

TikTok dapat digunakan sebagai media mengekspresikan sesuatu, menjadi wadah jual-beli dengan kembalinya TikTok Shop, penggunaanya juga dapat memanfaatkan sebagai media edukasi melalui pesan informasi, misalnya informasi seputar halal *and safe foods*. Dapat diketahui makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi makhluk hidup. Tanpa keduanya, tidak bisa bertahan untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Setiap orang apapun jenis kelaminnya baik perempuan maupun laki-laki, baik dalam keadaan sehat ataupun sakit membutuhkan jenis dan porsi makanan berbeda. Sesuatu yang dikonsumsi haruslah memiliki komponen dan manfaat yang baik bagi konsumennya serta dijamin ke-halalannya. Segala sesuatu yang dikonsumsi akan memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan jasmani maupun rohaninya, apabila makanan yang masuk ke tubuhnya baik dan halal maka dengan sendirinya manusia tersebut akan selalu condong pada perbuatan baik sehingga dapat melaksanakan ibadah dengan sebaik-baiknya, sebab ibadah adalah salah satu cara untuk menuju hidup sejahtera dan bahagia (Muzaki, 2021).

Laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) yang bertajuk *The Muslim 500*, menyatakan Indonesia sendiri memiliki populasi muslim terbanyak di dunia dengan jumlah 240,6 juta jiwa. Jumlah tersebut setara dengan 86,7 persen dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta orang (Annur, 2023). Oleh karena itu, informasi mengenai makanan halal dan aman bagi umat muslim sangatlah penting, terlebih jika disebar luaskan melalui media sosial. Islam melarang sesuatu untuk dikonsumsi apabila makanan atau minuman tersebut memiliki dampak negatif bagi tubuh, sebaliknya Islam memperbolehkan mengonsumsi apabila baik manfaatnya. Iman kepada Allah Swt. mengharuskan seorang muslim mengonsumsi makanan yang diharamkan dan menghindari yang diharamkan-Nya (A-Za'balawi, dikutip dari Setiawan, 2020).

Allah Swt. telah menyediakan semua yang dibutuhkan makhluk hidup di bumi ini. Namun, tidak semua dapat dikatakan halal dan aman untuk dikonsumsi atau dikenakan. Perintah untuk mengonsumsi makanan halal dan baik terdapat dalam Q.S Al-Baqarah [2]: 168, Q.S Al-Maidah [5]: 88, dan Q.S An-Nahl [16]: 114.

Pada Q.S Al-Baqarah [2]: 168, Allah Swt. memerintahkan pada manusia agar memakan makanan yang halal dan baik, ayat tersebut berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu” (Q.S Al-Baqarah [2]:168).

Allah Swt. kembali memerintahkan kepada umat-Nya tentang aturan mengonsumsi makanan yang halal dan baik dalam Q.S Al-Maidah [5]: 88, yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Q.S Al-Maidah [5]: 88).

Perintah pentingnya memakan makanan yang halal lagi baik ditekankan kembali dalam Q.S An-Nahl [16]: 114, ayat tersebut berbunyi:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya” (Q.S An-Nahl [16]:114).

Halal dalam ensiklopedia hukum Islam adalah segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakan atau mengonsumsinya. Makanan halal merupakan pangan yang memenuhi syariat agama Islam baik dari bahan utama, bahan tambahan yang digunakan maupun cara mengolahnya, sehingga produk tersebut dapat dikonsumsi umat Islam tanpa menimbulkan dosa (Dahlan, dikutip dari Gunawan dkk., 2020). Enam prinsip pokok dari konsep *halalan toyyiban* mencakup halal, sesuai dengan akal sehat, keamanan, kebersihan, dan bebas dari *syubhat* (ketidakpastian). Pada konteks konsep *halalan toyyiban*, prinsip utama yang sangat penting adalah prinsip kehalalan. Aspek spiritual individu terkait erat dengan prinsip ini, di mana seseorang yang mengonsumsi makanan atau produk yang halal menciptakan hubungan khusus dengan penciptanya (Fadzli, Adnan, Baharuddin & Harun, 2021).

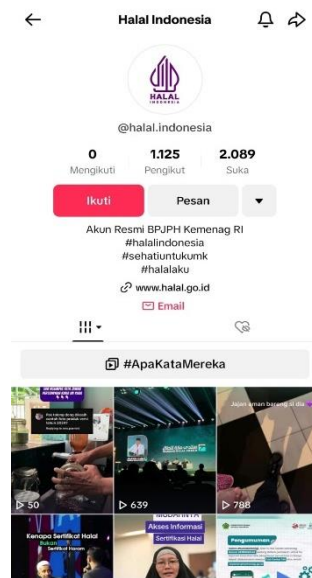
Banyaknya jumlah penduduk beragama Islam di Indonesia mendorong diperlukannya informasi perihal halal *and safe foods*. Informasi perihal halal *and safe foods* dapat disampaikan melalui media sosial. Media sosial berfungsi sebagai wadah untuk memberikan informasi, pesan sebab penggunaannya sangat tak terbatas jumlahnya, media sosial harapannya

dapat memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya kaum muslim. Saat ini marak restoran menyajikan menu pedas dan digemari, salah satu contohnya Restoran Mie Gacoan, melabelkan produknya sebagai mie pedas no 1 di Indonesia. Komponen atau bahan-bahan yang dipakai memang tidak mengandung sesuatu yang haram. Namun, rasa pedas yang ditimbulkan sebenarnya tidak baik untuk dikonsumsi untuk jangka panjang. Jadi, dapat ditarik garis jika informasi mengenai makanan halal dan aman bagi umat muslim sangatlah penting, terlebih jika disebar luaskan melalui media sosial TikTok melihat penggunaannya sangat banyak.

Akun TikTok dengan nama pengguna @leli.azizah memberikan konten informasi seputar halal *and safe foods*. Pemilik akun tersebut memiliki latar belakang pendidikan strata 1 (S1) Universitas Padjajaran dengan Program Studi Agroteknologi, memiliki pengalaman selama 6 tahun di bidang *Food and Beverage (FnB)* di bagian *quality food safety* dan *quality* secara keseluruhan, saat ini pengikut akun @leli.azizah sebanyak 94,5 ribu pengikut dengan 3,3 juta jumlah *likes*. Di zaman ini media sosial banyak menciptakan *influencer* dan hal tersebut dapat kategorikan berdasarkan jumlah pengikut yang dimilikinya. Menurut Werner (dikutip dari Hapsari, Manalu & Rahmiaji, 2022) *influencer* dapat dikelompokkan ke dalam enam kategori berdasarkan jumlah pengikut, yaitu: *micro influencer* dengan pengikut kurang dari 15.000, *regular influencer* dengan pengikut antara 15 ribu hingga 50 ribu, *rising influencer* jumlah pengikut 50 ribu sampai 100 ribu, *mid influencer* dengan pengikut 100 ribu hingga 500 ribu, *macro influencer* memiliki jumlah *followers* 500 ribu - 1 juta, dan *mega influencer* dengan lebih dari 1 juta pengikut.

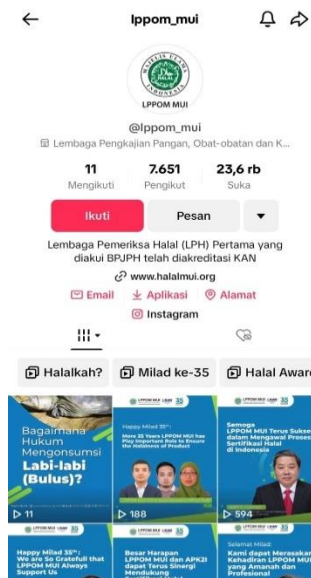
Akun TikTok @leli.azizah masuk kedalam kategori *rising influencer*. Konten yang diberikan tak hanya seputar halal *and safe foods*, tak jarang juga akun tersebut memberikan informasi mengenai bahan baku dari barang yang sering digunakan oleh manusia. Berdasarkan penelitian, peneliti menemukan gaya bahasa yang digunakan oleh pemilik

akun TikTok @leli.azizah dapat dengan mudah dipahami oleh penontonnya, @leli.azizah juga memberikan kesempatan bagi penonton konten untuk *request* topik atau informasi apa yang ingin diketahui. TikTok menjadi wadah yang berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi (Setiawati, Krisnawati & Yuliani, 2023). Media sosial TikTok telah menjadi media sosial populer di kalangan masyarakat umum, difungsikan untuk berbagi informasi, pandangan, dan pengetahuan dalam berbagai bidang (Bur, Ayunigtyas & Muqsith, 2023).



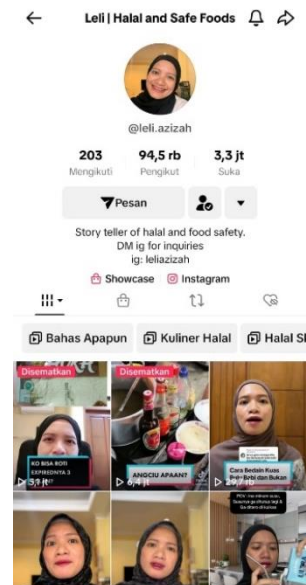
Gambar 1.1 Profil TikTok @halal.indonesia

Sumber: TikTok @halal.indonesia (2024). Diakses pada 1 Februari 2024



Gambar 1.2 Profil TikTok @lppom_mui

Sumber: TikTok @lppom_mui (2024). Diakses pada 1 Februari 2024



Gambar 1.3 Profil TikTok @leli.azizah

Sumber: TikTok @leli.azizah (2024). Diakses pada 1 Februari 2024

Gambar 1.1, gambar 1.2, dan gambar 1.3 merupakan tampilan *profile* TikTok resmi milik Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dengan nama pengguna @halal.indonesia memiliki jumlah pengikut 1.125, akun TikTok resmi milik Lembaga Penyelenggara Halal (LPH) dengan nama pengguna @lppom_mui dengan jumlah pengikut 7,651, dan @leli.azizah sendiri memiliki pengikut sebanyak 94,5 ribu.

Berdasarkan jumlah pengikut ketiga akun TikTok tersebut, akun milik @leli.azizah menduduki posisi terbanyak, jika dibandingkan dengan dua akun lainnya persebaran konten informasi mengenai halal & *safe foods* milik @leli.azizah lebih luas, sebab dilihat dari jumlah pengikutnya dapat dikatakan jauh dari akun TikTok milik BPJPH dan LPH, dapat dilihat juga bahwa konten yang disajikan @halal.indonesia dan @lppom_mui tidak ada yang mencapai jutaan jumlah penontonnya, jika ditelusuri lebih lanjut konten yang disajikan akun @halal.indonesia dan @lppom_mui cenderung kaku dan kurang menarik perhatian penonton, sementara milik @leli.azizah sebaliknya. Sehingga, akun @leli.azizah yang menjadi pilihan para pengguna TikTok untuk mencari informasi terkait halal *and safe foods*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, TikTok @leli.azizah merupakan akun yang memberikan informasi seputar halal *and safe foods* sebagai upaya mengedukasi umat Islam dan pengguna TikTok untuk memperhatikan apa yang mereka konsumsi. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap akun TikTok @leli.azizah sejak aktif menggunakan media sosial tersebut. Maka peneliti mengambil judul Konten TikTok @leli.aziah Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Halal & *Safe Foods*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan masalahnya yaitu “Apakah konten TikTok @leli.azizah memiliki pengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai halal *and safe foods followers*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dicantumkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten TikTok @leli.azizah dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai halal *and safe foods* pada *followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam ranah kajian media sosial serta pesan verbal maupun pesan nonverbal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembaca dan pengguna TikTok mengenai halal *and safe foods*, serta memberikan ide baru untuk para *creator* dalam pengemasan video pendek yang menarik. Namun, tidak menghilangkan manfaat dari konten yang disajikan.