

Digital Culinary Identity Through Food Porn: A Meta-Analysis of Trends and Theoretical Gaps

Identitas Kuliner Digital Melalui *Food Porn*: Meta-Analisis Tren dan Kesenjangan Teori

Farah Azirinda Fazrin¹, Deavenue Auralaila², Bambang Suharto³

^{1,2}Program Studi Pengembangan Sumber Daya Manusia, Sekolah Pasca Sarjana,
Universitas Airlangga, Indonesia

³Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Indonesia

¹farah.azirinda.fazrin-2024@pasca.unair.ac.id, ²deavenue.auraila-
2024@pasca.unair.ac.id, ³bambang.suharto@vokasi.unair.ac.id

Abstract

The rapid evolution of digital media has revolutionized the way society interacts with food, elevating it from a biological necessity to a symbol of cultural and social identity. The "food porn" phenomenon referring to aesthetically appealing and appetizing visual representations of food has become an integral part of digital culinary culture on platforms like Instagram and TikTok. As a result, food consumption now occurs visually, profoundly influencing the formation of both individual and group culinary identities. However, existing studies on food porn remain fragmented and have yet to fully integrate concepts of hyperreality, aestheticization, and socio cultural aesthetics shape both individual and collective identities. This study aims systematically review trends and theoretical gaps in food porn and digital culinary identity studies. Using a multidisciplinary approach, the review synthesizes literature to enrich the discourse on digital communication and food culture, while laying conceptual and methodological foundations for future research. The systematic literature review (SLR) method was employed by searching Google Scholar, ScienceDirect, and Scopus, with selection criteria based on topic relevance and publications from 2015-2025. Ten articles were selected and analyzed qualitatively, focusing on identity construction, visual consumption, power relations, and the role of social media. Results reveal a dominance of qualitative approaches and visual discourse analysis, and highlight food porn as a complex communication practice rich in cultural meaning that both reinforces and challenges identities based on class, gender, and race. This study emphasizes the importance of integrating visual approaches, digital ethnography, and quantitative social media data in future research.

Keywords: Food Porn, Digital Culinary Identity, Social Media, Visual Communication, Identity Construction.

Abstrak

Evolusi pesat media digital telah merevolusi cara masyarakat berinteraksi dengan makanan, mengangkatnya dari kebutuhan biologis menjadi simbol identitas budaya dan sosial. Fenomena "food porn" representasi visual makanan yang estetis dan menggugah selera kini menjadi bagian integral budaya kuliner digital di platform seperti Instagram dan TikTok, sehingga konsumsi makanan berlangsung secara visual serta memengaruhi pembentukan identitas kuliner individu maupun kelompok. Namun, studi terkait food porn masih terfragmentasi dan belum sepenuhnya mengintegrasikan konsep hiperrealitas, estetisasi, dan dinamika sosial-budaya digital. Permasalahan utama dalam riset ini adalah bagaimana estetika makanan digital membentuk identitas individual dan kolektif. Penelitian ini bertujuan melakukan tinjauan sistematis terhadap tren dan kesenjangan teoretis dalam studi *food porn* dan identitas kuliner digital. Dengan pendekatan multidisipliner, kajian ini menyintesis literatur untuk memperkaya wacana komunikasi digital dan budaya makanan, serta merumuskan dasar konseptual dan metodologis bagi penelitian lanjutan. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan penelusuran artikel melalui Google Scholar, ScienceDirect, dan Scopus, menggunakan kriteria seleksi berdasarkan relevansi topik dan periode publikasi 2015–2025. Sebanyak 10 artikel terpilih dianalisis secara kualitatif, dengan fokus pada konstruksi identitas, konsumsi visual, relasi kuasa, dan peran media sosial. Hasil menunjukkan dominasi pendekatan kualitatif dan analisis wacana visual, serta temuan bahwa *food porn* merupakan praktik komunikasi yang kompleks, sarat makna budaya, dan berperan dalam memperkuat maupun menantang identitas berbasis kelas, gender, dan ras. Studi ini menekankan pentingnya integrasi pendekatan visual, etnografi digital, dan data kuantitatif media sosial dalam riset mendatang.

Kata Kunci: Food Porn, Identitas Kuliner Digital, Media Sosial, Komunikasi Visual, Konstruksi Identitas.

1. Pendahuluan

Perkembangan pesat media digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dengan makanan, yang tidak hanya berfungsi sebagai

kebutuhan biologis, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya dan sosial. Fenomena food porn, mempresentasikan visual makanan yang estetis dan menggugah selera yang telah menjadi bagian integral dari budaya kuliner digital yang berkembang di platform seperti instagram dan tiktok (Koh, 2017). Melalui praktik ini, makanan tidak hanya dikonsumsi secara fisik tetapi juga “dikonsumsi” secara visual dan simbolis, yang berdampak pada pembentukan identitas kuliner individu dan kelompok.

Penelitian yang telah mengkaji *food porn* dari berbagai sudut pandang, termasuk aspek estetika, representasi sosial dan performativitas identitas. Studi Feldman & Goodman (2021) mengkritik bahwa estetika *food porn* di ruang digital beroperasi sebagai arena pertarungan kekuasaan, mereproduksi hierarki sosial dan membentuk identitas *wellness* neoliberal. Lebih lanjut, Calefato et al., (2016)) menggunakan Sosiosemiotika untuk menganalisis *food-ography* sebagai *simulakra* sebuah hiperrealitas yang vital bagi narasi diri dan penegasan identitas kelas borjuis baru, di mana citra visual menjadi penanda pembedaan sosial. Melengkapi hal ini, Krogager & Leer (2024) meninjau konsep *food porn 2.0* sebagai fenomena yang kini bersifat partisipatoris dan transgresif, dengan fokus pada performativitas identitas yang kompleks, yang menunjukkan potensi resistensi sekaligus represi. Ketiga penelitian ini secara kolektif menyoroti urgensi untuk memahami bagaimana representasi visual makanan secara mendalam mengkonstruksi identitas kuliner digital di era media baru. Namun sebagian besar studi masih terfragmentasi dan kurang mengintegrasikan konsep hiperrealitas, estetisasi, serta dinamika sosial-budaya yang kompleks dalam konteks digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatan sistematis untuk mengintegrasikan berbagai kerangka teori dan temuan empiris dalam menjelaskan fenomena *food porn* dan identitas kuliner digital secara menyeluruh. Melalui literatur review yang komprehensif, penelitian ini mengisisi kesenjangan antara kajian visualisasi makanan, komunikasi digital, dan konstruksi sosial identitas melalui media digital. Selain itu, studi ini juga menyoroti dampak sosial budaya serta implikasi etis dari praktik food porn yang belum banyak disentuh secara bersama-sama dalam literatur sebelumnya.

Didasarkan pada permasalahan mendasar mengenai bagaimana estetika makanan di ruang digital membentuk identitas individu dan kolektif, penelitian ini menyusun tinjauan sistematis atas tren dan kesenjangan dalam studi *food porn* dan identitas kuliner digital. Studi ini menawarkan sintesis multidisipliner yang memperkaya wacana komunikasi digital dan budaya makanan, sekaligus menyediakan fondasi teoretis dan metodologis bagi penelitian lanjutan.

2. Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (literature review) yang sistematis untuk menjawab permasalahan utama dan memenuhi fokus penelitian mengenai fenomena food porn dan identitas kuliner digital. Metode *Systematic Literature Review* (SLR) melibatkan proses yang terstruktur dalam mengidentifikasi, mengevaluasi secara kritis, menganalisis, dan mensintesis berbagai karya ilmiah yang relevan dengan topik yang dibahas. Sumber-sumber pustaka yang digunakan dalam penelitian ini meliputi artikel jurnal ilmiah dan publikasi dari institusi akademik maupun lembaga penelitian yang memiliki kredibilitas tinggi.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian ekstensif pada basis data ilmiah terkemuka seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan Scopus. Kata kunci yang

digunakan dalam pencarian ini dirancang secara spesifik dan meliputi istilah “food porn”, “identitas kuliner digital”, “media sosial”, “komunikasi visual makanan”, serta nama platform seperti “Tiktok” dan “Instagram”. Kombinasi kata kunci tersebut memastikan cakupan literatur yang luas, mendalam, dan relevan dengan fokus penelitian.

Kriteria utama dalam pemilihan sumber adalah relevansi langsung terhadap topik penelitian dan rentang tahun publikasi yang dibatasi antara tahun 2015 hingga 2025. Pembatasan tahun ini penting untuk memastikan analisis didasarkan pada penelitian paling terkini di bidang konstruksi identitas kuliner digital melalui food porn. Setelah sumber yang relevan teridentifikasi, dilakukan evaluasi kritis secara mendalam terhadap setiap artikel yang mencakup identifikasi argumen utama, temuan kunci, metodologi yang digunakan, serta kontribusi terhadap pemahaman topik, dari proses seleksi sistematis, 10 artikel terpilih untuk disintesis dari hasil pencarian awal yang lebih besar.

Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan fokus pada bagaimana konsep-konsep kunci seperti konstruksi identitas, konsumsi visual, *power relations*, dan peran media sosial termanifestasi dalam berbagai konteks penelitian. Sintesis informasi dari berbagai perspektif dan temuan bertujuan menyajikan analisis yang tidak hanya komprehensif dan mendalam sehingga memberikan pemahaman holistik mengenai kompleksitas identitas kuliner digital dalam ruang digital modern. Analisis data dilakukan dengan mengekstraksi informasi berdasarkan tiga pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, mencakup aspek metodologis, teoretis, dan kesenjangan penelitian.

3. Hasil Dan Pembahasan

Tren Penelitian Food Porn Dan Identitas Kuliner Digital

Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 artikel yang relevan, ditemukan beberapa tren signifikan dalam penelitian food porn dan identitas kuliner digital. Dari aspek metodologis, terdapat dominasi pendekatan kualitatif dengan 9 dari 10 studi menggunakan metode ini. Tren ini selaras dengan karakteristik objek penelitian yang memerlukan pendalaman makna. Dari sudut pandang ilmu komunikasi, metode yang dominan adalah analisis semiotika dan wacana visual (Calefato, 2016; Zappavigna, 2016; Ranteallo & Andilolo, 2025) yang menempatkan *food porn* sebagai teks visual penuh kode budaya dan ideologi dalam ranah komunikasi visual. Etnografi digital atau visual (Pera et al., 2022; Choe, 2019) juga menjadi metode penting yang memungkinkan peneliti memahami praktik komunikasi dan konstruksi identitas secara *in-situ* di lingkungan digital.

Tabel 1. Hasil Klasifikasi Data

Penulis	Judul	Definisi	Fokus Identitas	Teori Kunci	Temuan Utama
Feldman (2021)	Digital food culture, power and everyday life	Praktik komunikasi & pertarungan makanan melalui infrastruktur digital; fokus pada representasi & estetika.	Kelas, ras, gender, gaya hidup, politik, nasional.	Cultural Studies, Post-feminisme, Neoliberalisme, Critical Whiteness	Food porn sebagai arena kekuasaan; reproduksi elitisme & pembentukan subjek neoliberal.
Calefato (2016)	Food-ography: Food and new media	Representasi visual glamor & berlebihan untuk membangkitkan hasrat.	Ekspresi diri, gaya hidup, kelas baru (Bourgeois).	Sosiosemiotika, Mitos Barthes, Masyarakat Konsumsi	Pergeseran makanan dari kebutuhan ke simulakra; food-ography sebagai konstruktor identitas.
Krogager & Leer (2024)	Food Porn 2.0? Definitions, Challenges, and Potentials of an Elusive Concept	Estetika sensual, kaitannya dengan gender & tubuh, seks & transgresi.	Gender, seksualitas, politik, wellness.	Cultural Studies, Feminisme, Porn Studies, Semiotika Visual	Food porn terfragmentasi; potensi resistensi; pergeseran dari "unattainability" ke partisipasi.
Rani, Bhartwal, Raheja, & Simran (2025)	Food Photography 's Influence on Gastronomic Perception and Cultural Identity	Fotografi makanan yang membangkitkan respons emosional & sensorik.	Persepsi diri, preferensi kuliner, identitas budaya global.	Semiotika, Teori Komunikasi Visual, Perilaku Konsumen	Signifikan mempengaruhi persepsi & perilaku; memicu eksplorasi kuliner; implikasi etis kompleks.
Boro & Dixit (2024)	Exploring The Evolution: A Bibliometric Analysis Of 'Food Porn' From Culinary Identity To Digital Phenomenon	Representasi visual estetis & sensual; pergeseran dari akademis ke tagar #foodporn.	Gender, tubuh, seksualitas, kelas, politik identitas.	Bibliometrika, Analisis Konten Kuantitatif	Bidang interdisipliner yang berkembang; tema identitas dominan; evolusi dari elit ke partisipatoris.
Tania Lewis (2018)	Digital food: from paddock to platform	Fotografi makanan amatir sebagai penampilan	Gaya hidup, modal kuliner, sosialitas.	Pro-sumption, Ordinary Expertise, Compromised Connectivity	Foto makanan sebagai konsumsi mencolok & kepedulian sosial;

		gaya hidup & estetika.			sosialitas yang dikompromikan.
Michele Zappavigna (2016)	Social media photography : construing subjectivity in Instagram images	Foto media sosial sebagai penangkapan kehidupan sehari-hari dengan filter nostalgia.	Subjektivitas fotografer, keibuan, mikro-selebritas.	Subjektifikasi, Fokalisasi, Sudut Pandang	Genre visual baru (mediated portrait/still life); konstruksi identitas melalui aktivitas domestik.
Hanwool Choe (2019)	Eating together multimodally: Collaborative eating in mukbang, a Korean livestream of eating	Mukbang sebagai kepuasan tidak langsung melalui stimulasi visual & audio.	Identitas sosial/komunitas, peran BJ (Broadcasting Jockey).	Linguistik Sosial, Analisis Percakapan, Footing, Rekrutmen	Mukbang sebagai makan bersama kolaboratif; hubungan simbiotik BJ-pemirsa.
Rebecca Pera, Sarah Quinton, & Gabriele Baima (2022)	The use of embedded visual methods in unveiling consumers' values: A digital ethnography perspective	Tidak mendefinisikan food porn; fokus pada nilai konsumen melalui metode visual.	Nilai konsumen, identitas diri, pengalaman hidup.	Etnografi Digital, Metode Visual Tertanam, Taksonomi Sheth	Metode visual transformatif; nilai terungkap melalui interaksi teks, suara, & gambar.
Ikma Citra Ranteallo & Imanuella Romaputri Andilolo	Food representation and media: experiencing culinary tourism through foodgasm and foodporn	Makanan sebagai komodifikasi untuk kesenangan indera; foodgasm sebagai orgasme kuliner.	Identitas sosial & kelas, foodie, memori & nostalgia.	Representasi Media, Romantic Movement, Modal Kuliner Bourdieu	Hashtag #foodgasm & #foodporn promosikan pariwisata kuliner & kesadaran rantai makanan.

Kelangkaan pendekatan kuantitatif menjadi satu studi bibliometrik (Boro & Dixit, 2024) yang menggunakan metode ini. Hal ini menunjukkan eluan untuk penelitian masa depan yang mengintegrasikan analisis jejak digital kuantitatif (*big data*) dari platform media sosial dengan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik dalam studi media baru. Dari segi konteks, penelitian hampir seluruhnya berpusat pada platform media sosial dan ruang digital seperti instagram, youtube, dan tiktok. Hal ini menegaskan bahwa fenomena food porn adalah pintu utama dari studi media baru, di mana platform bukan hanya saluran, tetapi ekosistem yang aktif membentuk praktik komunikasi dan identitas.

Fokus pada kinerja identitas (*identity performance*) melalui konsumsi dan representasi makanan menghubungkan temuan ini dengan sosiologi komunikasi yang mempelajari bagaimana komunikasi memproduksi dan mereproduksi struktur

sosial seperti kelas, gender, dan ras. Sebaran geografis penelitian yang luas mencakup Inggris, Italia, India, Australia, Korea Selatan, Denmark, dan Indonesia menunjukkan bahwa *food porn* adalah fenomena global. Namun, setiap konteks budaya menawarkan nuansa berbeda dalam konstruksi identitas, yang membutuhkan kepekaan etnografi komunikasi untuk memahami makna lokal dari praktik komunikasi global ini.

Kerangka teori dan konsep kunci

Analisis terhadap kerangka teoretis yang digunakan dalam literatur menunjukkan dominasi beberapa pendekatan utama dari perspektif ilmu komunikasi. Cultural studies dan media studies yang digunakan oleh Feldman & Goodman (2021) Krogager & Leer (2024) menjadi fondasi bagi sosiologi komunikasi. Kerangka teori ini menganalisis bagaimana food porn menjadi medan pertarungan kekuasaan (power), di mana identitas gender, kelas, dan ras diperubutkan. Feldman & Goodman (2021) secara kuat menyoroti bagaimana budaya makanan digital mereproduksi dan memperkuat ketidaksetaraan identitas, dengan menunjukkan bahwa praktik representasi makanan digital tidak pernah netral melainkan menjadi situs tempat identitas dibentuk, ditantang, dan diperkuat.

Sosiosemiotika dan analisis wacana multimodal menjadi instrumen inti komunikasi visual. Hasil analisis dari penelitian Calefato et al. (2016) dan Zappavigna (2016) menghubungkan komunikasi visual dengan sosiologi komunikasi. Pilihan estetika makanan yang dibagikan bukanlah hal yang netral, melainkan strategi komunikasi untuk menegaskan posisi sosial dalam hierarki budaya. Lewis (2018) menjelaskan bahwa foto-foto makanan dipandang sebagai kinerja pengetahuan budaya yang diwarnai makanan, yang terkait dengan status sosial dan modal kuliner.

Konsep *prosumption* dan *user generated content* (UGC) dari studi media baru menjelaskan pergeseran paradigmatis di mana audiens aktif memproduksi makna. Food porn adalah bentuk kinerja identitas yang aktif, bukan konsumsi pasif. Etnografi visual atau digital menjadi metodologi kunci yang mempresentasikan pertemuan antara etnografi komunikasi dan studi media baru. Penelitian Pera et al. (2022) dan Choe, (2019) menunjukkan bagaimana metode ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga menangkap proses komunikasi yang multimodal dan kontekstual dalam membangun identitas dan komunitas.

Food porn sebagai praktik komunikasi multidimensi

Sintesis temuan mengungkapkan bahwa food porn bukan sekadar gambar makanan, melainkan sebuah praktik komunikasi yang kompleks. Sebagai komunikasi visual, food porn menyampaikan makna budaya dan ideologi melalui estetika. Sebagai praktik media baru, fenomena ini ditandai oleh logika *prosumption* dan interaktivitas platform. Sebagai objek sosiologi komunikasi, food porn menjadi cermin dan sekaligus agen dari pertarungan kekuasaan dan stratifikasi sosial. Sebagai fokus etnografi komunikasi, fenomena ini mengungkap bagaimana identitas dibangun secara kolaboratif dan kontekstual dalam komunitas tertentu.

Penelitian Feldman & Goodman (2021) mengidentifikasi food porn sebagai arena pertarungan kekuasaan yang penuh dengan stakes (power-full stakes), di mana praktik representasi makanan digital menjadi situs pembentukan, tantangan, dan penguatan identitas berdasarkan gender, kelas, dan ras. Platform seperti Instagram yang tampak demokratis ternyata sering mereproduksi hierarki selera kuliner tradisional sekaligus menciptakan bentuk eksklusif baru. Budaya makanan digital

membentuk identitas individu yang bertanggung jawab atas kesehatan dan tubuh mereka sendiri melalui pilihan konsumsi, yang sering kali mengaburkan determinan sosial dan ekonomi yang lebih luas.

Krogager & Leer (2024) menekankan bahwa food porn adalah fenomena yang terfragmentasi, mencakup beragam praktik dengan logika, politik, dan dampak identitas yang sangat berbeda, mulai dari kue feminin yang dipoles hingga mukbang yang transgesif. Definisi awal food porn yang menekankan pada “ketidakterjangkauan” (unattainability) sudah tidak relevan di era media sosial, di mana food porn justru bersifat partisipatif dan terintegrasi dalam praktik makanan sehari-hari, sehingga lebih terkait dengan kinerja identitas daripada hanya mengidam. Fenomena ini memiliki potensial resistensi dan represi, bukan hanya alat represi patriarkal atau kapitalis, tetapi juga bisa menjadi ruang permainan dan resistensi, misalnya bagi blogger perempuan untuk mengeksplorasi dan menertawakan stereotip gender.

Rani et al. (2025) memberikan bukti empiris bahwa *food porn* secara statistik terbukti membentuk persepsi masakan, mempengaruhi ekspektasi, minat pada tradisi kuliner, persepsi kualitas restoran, dan keyakinan akan keaslian makanan. Terdapat korelasi positif yang kuat antara paparan *food porn* dengan meningkatnya minat untuk menjelajahi tren kuliner baru dan keinginan untuk memasak. Namun, tingkat literasi digital mempengaruhi cara orang memandang implikasi budaya dan etika dari *food porn*, menunjukkan bahwa fenomena ini menimbulkan konsekuensi etika dan budaya yang signifikan dalam konteks gastronomi global, seperti isu apropriasi budaya dan stereotip.

Dinamika Identitas dalam Ruang Digital

Analisis lebih mendalam terhadap konstruksi identitas menunjukkan beberapa dimensi penting. Zappavigna (2016) mengungkapkan bahwa penggunaan *subjectification* (terutama kategori *as photographer: infer* dan *inscribe*) memungkinkan pemirsa untuk secara tidak langsung berbagi pengalaman subjektif fotografer, menciptakan rasa ko-kehadiran visual. Munculnya genre visual baru seperti *mediated portrait* dan *mediated still life* yang menempatkan bagian tubuh fotografer dalam bingkai menyoroti aktivitas yang sedang berlangsung dan membuat praktik-praktik domestik yang biasa menjadi sentral dalam konstruksi identitas.

(Choe, 2019) mendemonstrasikan bahwa *mukbang* adalah bentuk makan bersama secara kolaboratif yang dicapai secara *multimodally* melalui ucapan, teks tertulis, dan tindakan yang diwujudkan secara fisik. Tindakan makan di *mukbang* seringkali merupakan hasil dari rekrutmen pemirsa, di mana pemirsa mengarahkan *Broadcasting Jockey* (BJ) untuk makan hidangan tertentu. BJ menggunakan animasi yang diwujudkan (*embodied animating*) dan *puppeteering* untuk menampilkan tindakan makan pemirsa yang diketik, menciptakan keterlibatan dan agensi bersama. Hubungan antara BJ dan pemirsa bersifat simbiotik dan saling menguntungkan, di mana pemirsa mendapatkan kepuasan atau hiburan sementara BJ mendapatkan uang dan perhatian.

Lewis (2018) menyoroti bahwa foto-foto makanan amatir yang dikurasi dan dipoles secara bersamaan menampilkan konsumsi kuliner yang mencolok dan tindakan kepedulian sosial. Media sosial makanan adalah perpanjangan yang dipersonalisasi dari budaya media gaya hidup. Konsep *prosumption* (produser-konsumen) sebagaimana dijelaskan oleh (Ritzer & Jurgenson, 2010) merupakan

fenomena di mana peran produksi dan konsumsi melebur di ranah digital, sehingga pengguna tidak hanya mengonsumsi tetapi juga secara aktif memproduksi konten yang menjadi sumber nilai ekonomi bagi platform digital. Sementara itu, konsep *compromised connectivity* (sosialitas yang dikompromikan) menyoroti bagaimana keterlibatan digital membawa “harga tersembunyi” yaitu ketika interaksi sosial diubah menjadi data yang berharga dan tenaga kerja gratis, suatu bentuk eksploitasi kerja digital yang diuraikan oleh Van Dijck (2009) serta diperluas oleh (Ritzer & Jurgenson, 2010) dalam konteks kapitalisme digital. Dengan demikian, pengguna media digital tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produser sekaligus penyedia data dan tenaga kerja gratis yang bernilai komersial bagi perusahaan teknologi.

(Citra Ranteallo & Romaputri Andilolo, 2016) menemukan bahwa hashtag #foodgasm dan #foodporn digunakan oleh wisatawan di media sosial untuk berbagi pengalaman dan kesenangan kuliner. Representasi makanan melalui foto di media sosial meningkatkan kesadaran akan rantai produksi, distribusi, dan konsumsi makanan global dan lokal. Penggunaan hashtag ini mempromosikan pariwisata kuliner dan pemasaran destinasi, serta mendukung pengetahuan makanan yang memungkinkan pengguna menginformasikan kepada orang lain apa yang harus dilakukan dan bagaimana berpikir terkait pariwisata kuliner.

Implikasi dan Tantangan

Analisis sistematis mengidentifikasi beberapa kesenjangan penelitian yang signifikan. Dari aspek metodologis, terdapat kurangnya studi longitudinal yang dapat menjelaskan bagaimana identitas kuliner digital bertransformasi seiring waktu dari perspektif sosiologi komunikasi. Analisis platform yang tidak setara juga menjadi perhatian, di mana fokus berlebihan pada Instagram mengabaikan platform seperti TikTok yang memiliki logika komunikasi visual dan algoritma yang berbeda, menjadi kesenjangan dalam studi media baru.

Literatur mengenai *food porn* menunjukkan adanya minimnya sorotan komprehensif terhadap suara kelompok marjinal, padahal pendekatan etnografi komunikasi sangat potensial untuk menelaah strategi komunitas marjinal dalam membangun narasi tandingan melalui praktik visual ini, meskipun implementasi risetnya masih jarang ditemukan. Perdebatan teoretis utama berpusat pada ketegangan antara agensi dan struktur, di mana *food porn* dipandang baik sebagai instrumen reproduksi ketidaksetaraan (Feldman & Goodman, 2021) maupun sebagai ruang agensi kreatif, permainan, dan pembangunan komunitas (Choe, 2019; Krogager & Leer, 2024). Berbagai studi mengkonfirmasi peran *food porn* sebagai arena agensi. Penelitian (Mauriello & Cottino, 2022) menyoroti penggunaannya oleh kelompok marjinal untuk membalikkan narasi dominan dan membangun identitas kolektif; Nanjangud & Reddy (2020) menekankan perannya sebagai kanal resistensi identitas marginal melalui pembentukan imajinasi visual, sementara (Lee et al., 2025) membahas fungsi dokumentasi identitas pribadi dan agensi *influencer* dalam pembentukan komunitas virtual. Dalam konteks Indonesia, riset Diah Pangestu et al. (2024) menggunakan analisis wacana kritis atas #foodporn di Instagram untuk membedah makna keintiman visual dan perlawanan simbolik, sejalan dengan studi representasi makanan tradisional Jakarta yang menunjukkan konstruksi narasi kolektif lokal di ruang digital.

Dinamika antara tindakan individu dan sistem sosial ini menjadikan Ilmu Komunikasi berperan penting dalam menganalisis budaya visual masa kini, terutama

melalui pengembangan konsep seperti identitas online, analisis visual, dan etnografi media sosial. Oleh karena itu, arah penelitian ke depan sangat membutuhkan integrasi analisis visual, etnografi digital, dan pemetaan data kuantitatif media sosial guna memperkaya pemahaman relasi dinamis antara komunikasi, media, makanan, dan identitas, serta membandingkan praktik *food porn* lintas budaya dan *platform*.

4. Simpulan

Penelitian ini menegaskan pentingnya memahami representasi visual makanan di ruang digital sebagai bagian dari proses konstruksi identitas kuliner yang kompleks dan kontekstual. Melalui pendekatan sistematis dan multidisipliner, studi ini tidak hanya memetakan tren dan kesenjangan dalam kajian *food porn* dan identitas kuliner digital, tetapi juga menawarkan kerangka teoretis dan metodologis yang dapat menjadi landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya. Dengan membuka ruang bagi dialog lintas disiplin dan refleksi budaya yang lebih mendalam, sintesis ini diharapkan mampu mendorong lahirnya studi-studi yang lebih relevan terhadap dinamika konsumsi digital masa kini.

Implikasi praktis penelitian ini mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana platform media sosial membentuk praktik komunikasi dan konstruksi identitas, yang relevan bagi praktisi komunikasi, perancang platform digital, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan literasi digital yang kritis. Penelitian ini merekomendasikan pendekatan triangulasi metodologis untuk penelitian masa depan yang mengintegrasikan analisis visual, etnografi digital, dan data kuantitatif *big data*, serta memperluas fokus pada platform yang lebih beragam seperti TikTok dan komunitas marjinal untuk memperoleh pemahaman yang lebih holistik dan kritis tentang fenomena identitas kuliner digital dalam era media baru.

5. Daftar Pustaka

- Boro, S., & Dixit, S. K. (2024). EXPLORING THE EVOLUTION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF 'FOOD PORN' FROM CULINARY IDENTITY TO DIGITAL PHENOMENON. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(4). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i4.2024.2938>
- Calefato, P., La Fortuna, L., & Scelzi, R. (2016). Food-ography: Food and new media. *Semiotica*, 2016(211), 371–388. <https://doi.org/10.1515/sem-2016-0087>
- Choe, H. (2019). Eating together multimodally. *Source: Language in Society*, 48(2), 171–208. <https://doi.org/10.2307/26847787>
- Citra Ranteallo, I., & Romaputri Andilolo, I. (2016). *Food representation and media: experiencing culinary tourism through foodgasm and foodporn*.
- Diah Pangestu, A., Rahmat, A., & Anoegrajekti, N. (2024). ANALISIS WACANA KRITIS TAGAR FOODPORN DAN HALALFOOD PADA INSTAGRAM. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 2, 411–424.
- Feldman, Z., & Goodman, M. K. (2021). Digital food culture, power and everyday life. *European Journal of Cultural Studies*, 24(6), 1227–1242. <https://doi.org/10.1177/13675494211055501>
- Koh, G. (2017). *Food Porn as Visual Narrative: Food Blogging and Identity Construction* (Vol. 52, Issue 1).
- Krogager, S. G. S., & Leer, J. (2024). Food porn 2.0? Definitions, challenges, and potentials of an elusive concept. *Journal of Aesthetics and Culture*, 16(1). <https://doi.org/10.1080/20004214.2024.2354552>

- Lee, J., Lim, H., & Kim, W. G. (2025). Gestalt food presentation: Its influence on visual appeal and engagement in the Instagram context. *Tourism Management*, 107. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105080>
- Lewis, T. (2018). Digital food: from paddock to platform. *Communication Research and Practice*, 4(3), 212–228. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1476795>
- Mauriello, M., & Cottino, G. (2022). *Feeding genders*.
- Nanjangud, A., & Reddy, M. (2020). 'The Test of Taste': New Media and the 'Progressive Indian Foodscape.' *Journal of Creative Communications*, 15(2), 177–193. <https://doi.org/10.1177/0973258619893804>
- Pera, R., Quinton, S., & Baima, G. (2022). The use of embedded visual methods in unveiling consumers' values: A digital ethnography perspective. *Psychology and Marketing*, 39(2), 309–319. <https://doi.org/10.1002/mar.21596>
- Rani, M., Bhartwal, U., Raheja, S., & Simran. (2025). *Capturing Culinary Culture in Digital Era: Food Photography's Influence on Gastronomic Perception and Cultural Identity* (pp. 185–198). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-799-1_17
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital "prosumer." *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Van Dijck, J. (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture and Society*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. <https://doi.org/10.1177/1470357216643220>