

Relasi Kuasa dalam Konten Kuliner Sensual di TikTok: Perspektif Foucault

Power Relations in Sensual Culinary Content on TikTok: A Foucaultian Perspective

Almyra Diah Pangestu¹, Aceng Rahmat²

¹Freelance Writer, Indonesia

²Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Penulis koresponden: almyra.pangestu@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis relasi kuasa dalam konten kuliner sensual di TikTok dengan pendekatan Michel Foucault. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana algoritma, kreator, dan audiens berkontribusi dalam produksi dan distribusi konten bernuansa sensual. Dalam ekonomi perhatian, konten semacam ini digunakan untuk meningkatkan interaksi, yang kemudian diperkuat oleh algoritma media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok berperan dalam menormalisasi konten sensual dengan memberi eksposur lebih luas pada konten yang mendapat keterlibatan tinggi. Kuasa tidak hanya bersifat represif, tetapi juga produktif, mengarahkan preferensi pengguna tanpa mereka sadari. Kritik terhadap konten sensual justru meningkatkan *engagement* dan memperkuat tren tersebut.

Kata kunci: Foucault; konten; kuliner; TikTok

Abstract

This study analyzes power relations in sensual culinary content on TikTok through Michel Foucault's theoretical lens. A qualitative descriptive method is used to explore how algorithms, creators, and audiences contribute to the production and circulation of such content. Within the attention economy, sensual content functions as a tool to increase interaction, which is further reinforced by social media algorithms. The findings indicate that TikTok's algorithm normalizes sensual content by amplifying exposure to highly engaging posts. Power, in this context, is not merely repressive but also productive, subtly shaping user preferences. Moreover, criticism of sensual content does not inhibit its dissemination; instead, it generates higher engagement and further strengthens the trend.

Keywords: Foucault; content; culinary; TikTok

Riwayat Artikel: Diajukan: 27 April 2025; Disetujui: 19 Agustus 2025

1. Pendahuluan

Media adalah cerminan dari audiens tempatnya berada. Media berperan dalam membentuk cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Media sebagai alat atau sarana komunikasi yang memungkinkan seseorang merekam dan menyampaikan informasi serta pengalaman dengan cepat kepada khalayak yang luas, tersebar, dan beragam (Irsyadi dan Madamidola, 2023). Sifat manusia yang membutuhkan hubungan sosial menciptakan media sosial. Selanjutnya, media sosial memperluas

jangkauan pesan dan pengaruh, serta memfasilitasi interaksi antara komunitas dengan minat yang sama, contohnya kuliner.

Dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Dengan fitur-fitur seperti algoritma berbasis preferensi pengguna, format video pendek yang dinamis, serta integrasi musik dan efek visual yang menarik, TikTok menjadi wadah bagi berbagai bentuk kreativitas digital, termasuk konten kuliner. Video-video kuliner di TikTok menampilkan proses memasak, mencicipi makanan, mengulas restoran, dan menciptakan pengalaman visual yang menggugah selera melalui teknik pengambilan gambar, *editing*, dan narasi yang dirancang untuk menarik perhatian audiens.

Algoritma pada intinya merupakan serangkaian langkah atau prosedur komputasi yang dirancang untuk mengubah input menjadi output. Dalam konteks media sosial, algoritma bertujuan memberikan rekomendasi konten yang sesuai dengan minat pengguna. Hal ini dilakukan dengan mencocokkan jenis konten yang tersedia dengan preferensi pengguna, yang dapat dilihat dari berbagai faktor seperti riwayat pencarian, komentar, like yang diberikan pada foto atau video, durasi menonton suatu konten, serta tema atau topik yang sering dilihat secara berulang. Menurut Zafarani et al. (2014), semakin dekat kesesuaian antara konten yang ditawarkan dengan minat pengguna, semakin besar kemungkinan konten tersebut direkomendasikan oleh algoritma. Dengan demikian, algoritma TikTok berfungsi sebagai alat teknis dan sebagai mekanisme yang memengaruhi pengalaman pengguna secara personal.

Seiring dengan semakin kompetitifnya dunia digital, muncul tren yang mengeksploitasi sensualitas dalam penyajian konten kuliner. Fenomena ini tampak dalam berbagai bentuk, mulai dari ekspresi wajah yang menggoda saat mencicipi makanan, gestur tubuh yang dibuat seolah menggairahkan, hingga penggunaan suara atau deskripsi yang bernuansa erotis. Tren ini menimbulkan perdebatan mengenai batas antara seni, ekspresi, dan pornografi di ranah digital. Sedangkan, menurut Undang-Undang (UU) No. 44 Tahun 2008 pornografi mencakup gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, dan bentuk pesan lainnya yang memuat kecabulan atau eksploitasi sensual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat.

Faktor komodifikasi berupa monetisasi konten pun membuat penggunaan TikTok sebagai media beriklan semakin diminati. Iklan dan sponsor bertujuan mempromosikan dan memengaruhi calon konsumen agar terdorong untuk mencicipi makanan yang diulas atau

menggunakan bahan makanan yang diaplikasikan dalam sebuah resep. Harapan akhirnya adalah audiens akan memilih produk barang atau jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi kreator konten (Wicaksono et al., 2024).

Apa yang seseorang makan menunjukkan banyak hal tentang siapa dirinya dan budayanya (Utami, 2018). Konsumsi sebagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dasar dan memiliki berbagai manfaat bagi individu maupun masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Warde (Miles et al., 2005), konsumsi dapat menjadi sarana untuk memperoleh kebahagiaan dan kepuasan, baik melalui pengalaman langsung maupun sensasi yang dihasilkannya. Selain itu, konsumsi juga mampu merangsang intelektual seseorang dengan memperkenalkan ide-ide, tren, dan informasi terbaru. Ketika seseorang melakukan pilihan dalam berkonsumsi, berupa barang atau kegiatan, ia sebenarnya sedang mengekspresikan identitas dirinya, personal maupun sosial. Oleh karena itu, konsep konsumsi seharusnya dipahami sebagai kegiatan ekonomi dan fenomena sosial kompleks yang memberikan manfaat beragam bagi individu dan masyarakat secara luas.

Konsumsi merupakan tindakan memenuhi kebutuhan dan sebuah pernyataan identitas yang kuat. Tindakan konsumsi individu, dalam hal ini kreator konten atau *influencer* kuliner sebagai manifestasi dari identitas sosial dan personal. Rose (2021) menulis bahwa materi apa pun yang digunakan untuk membangkitkan gairah sensual dapat menjadi pornografi, meski hal itu bukan tujuan perancangannya. Akan tetapi, dalam upaya membangun identitas daring, mereka dengan sadar mengeksploitasi aspek sensual dari makanan untuk menarik perhatian dan meningkatkan *engagement*. Tindakan konsumsi yang mereka lakukan sebagai tindakan menikmati makanan dan menciptakan citra diri yang diinginkan.

Dalam perspektif filsafat dan teori sosial, fenomena ini dapat dikaji melalui pemikiran Michel Foucault tentang disiplin tubuh dan kuasa. Foucault menyoroti bagaimana individu secara tidak sadar dikondisikan oleh berbagai mekanisme pengawasan yang membentuk perilaku dan identitas mereka. Dalam konteks TikTok, algoritma platform menentukan distribusi konten, mengatur pola konsumsi, dan produksi konten yang dianggap menarik atau viral.

TikTok berperan sebagai mekanisme kuasa yang membentuk cara audiens memahami dan mengekspresikan diri melalui tubuh dan konsumsi makanan. Platform ini menciptakan norma-norma baru yang menguntungkan kepentingan tertentu. Foucault (1990) menjelaskan bagaimana kuasa yang bersifat represif dan produktif, terutama dalam regulasi

wacana tentang sensualitas. Tubuh dan cara tubuh ditampilkan dalam konten kuliner menjadi bagian dari strategi kuasa yang mengatur subjektivitas pengguna.

Fenomena konten kuliner bernuansa sensual di TikTok menarik untuk dikaji dalam perspektif relasi kuasa karena mencerminkan bagaimana individu dan platform digital saling membentuk dan dipengaruhi oleh sistem yang lebih besar. Dalam hal ini, konten kreator konten menjadi produsen informasi dan subjek yang berada dalam jaringan kuasa yang kompleks. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial berbasis algoritma, memiliki peran penting dalam menentukan visibilitas konten yang dikonsumsi pengguna.

Algoritma berfungsi sebagai teknologi netral serta sebagai mekanisme yang secara aktif mengarahkan perhatian, membentuk preferensi, dan mendisiplinkan perilaku kreator konten serta audiensnya. Dengan kata lain, kuasa dalam konteks digital bersifat langsung, terlihat, dan bekerja dalam bentuk yang lebih halus melalui regulasi wacana dan pola interaksi di dalamnya.

Penelitian mengenai kuliner telah banyak dilakukan, tetapi penelitian spesifik tentang konten kuliner di media sosial, khususnya di TikTok, memiliki unsur sensualitas, dan membahas relasi kuasa belum banyak dilakukan. McDonnell (2016) meneliti fenomena "*food porn*", yaitu representasi visual makanan yang sangat menggugah selera dan seringkali berlebihan, yang bertujuan untuk membangkitkan keinginan dan kenikmatan. Ia meneliti bagaimana praktik konsumsi makanan yang mencolok ini dipengaruhi oleh budaya digital, media sosial, dan teknologi reproduksi visual, serta dampaknya terhadap perilaku konsumsi, persepsi estetika, dan nilai-nilai sosial terkait makanan. Rahman (2019) melakukan penelitian tentang bagaimana topik makanan dapat menjadi sebuah kajian lintas disiplin.

Penelitian Schröer (2023) membantu memahami bagaimana konten kuliner di media sosial membentuk persepsi audiens tentang makanan, selera, dan budaya kuliner. Sedangkan, Pangestu et al. (2024) melakukan tinjauan gramatika visual mengenai tagar Foodporn. Tagar ini secara masif digunakan untuk menggambarkan kelezatan makanan sekaligus sering disalahartikan karena penyematan kata *porn* pada makanan.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana relasi kuasa bekerja dalam produksi dan konsumsi konten kuliner bernuansa sensual, bahkan seksual, di TikTok. Dengan menggunakan pemikiran Foucault, penelitian ini akan mengkaji bagaimana mekanisme kuasa membentuk cara kreator konten menyajikan tubuh dan makanan sebagai komoditas, serta bagaimana algoritma TikTok menjadi bagian dari struktur yang mengatur dan mengarahkan praktik ini. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis

bagaimana kuasa membatasi atau menekan ekspresi individu dan mendorong produksi konten yang sesuai dengan logika pasar digital dan sistem media sosial. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai peran media digital dalam membentuk norma sosial dan budaya terkait representasi tubuh dan sensualitas.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami bagaimana relasi kuasa bekerja dalam produksi dan konsumsi konten kuliner sensual di TikTok. Dengan menggunakan perspektif pemikiran Michel Foucault, penelitian ini menganalisis bagaimana mekanisme kuasa beroperasi dalam ruang digital, khususnya dalam konteks representasi tubuh, sensualitas, dan konsumsi. Fokus utama penelitian ini untuk melihat bagaimana kuasa hadir dan berfungsi dalam dinamika media sosial.

Data dalam penelitian ini meliputi tangkapan layar video TikTok serta literatur akademik yang membahas teori Foucault, konsumsi, dan media digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif, yaitu dengan mengamati konten kuliner di TikTok yang mengandung unsur sensual tanpa terlibat langsung dalam interaksi. Konten dipilih berdasarkan *engagement* tinggi, seperti jumlah tayangan, komentar, dan interaksi lainnya, yang mencerminkan relevansi fenomena ini dalam budaya digital.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan fenomenologis, yang berfokus pada bagaimana relasi kuasa bekerja dalam tiga aspek utama, yakni produksi konten, distribusi konten, serta konsumsi dan respon audiens. Wahyuddin et al. (2023) menyatakan bahwa penggunaan pendekatan fenomenologis untuk memahami esensi dari pengalaman tersebut dengan mengandalkan pengamatan langsung dan deskripsi yang detail dari pengalaman subjektif individu.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Produksi Konten: Sensualitas sebagai Strategi Digital

Di era digital, konten media sosial telah menjadi alat utama untuk menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Salah satu fenomena yang semakin populer adalah konten kuliner di TikTok yang menyisipkan unsur sensualitas. Sebagai platform video pendek dengan algoritma yang mendukung viralitas, TikTok memungkinkan berbagai strategi produksi konten untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas. Dalam konteks ini, penggunaan sensualitas dalam penyajian makanan sebagai ekspresi kreatif dan strategi yang sengaja digunakan untuk meningkatkan daya tarik visual dan potensi monetisasi.

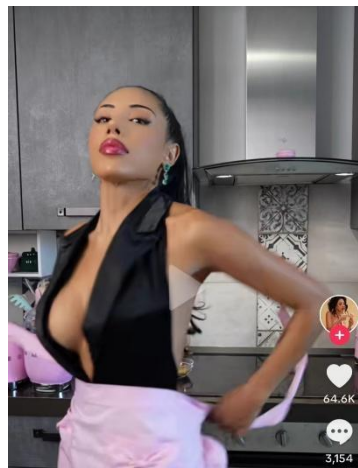
3.1.1 Gambaran Umum Konten Kuliner dengan Unsur Sensual di TikTok

Tren penggunaan unsur sensualitas dalam konten kuliner TikTok dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti pilihan pakaian kreator konten, gerakan tubuh, penggunaan bahasa eksplisit, hingga efek visual yang mendukung estetika sensual.

Beberapa pola utama yang bisa diidentifikasi seperti tampak pada paparan berikut.

3.1.1.1 Pilihan Pakaian dan Ekspresi Tubuh

Banyak kreator konten yang memilih pakaian ketat, terbuka, atau bahkan hanya mengenakan apron tanpa baju dalam saat memasak. Ekspresi wajah yang menggoda dan gerakan tubuh yang terkesan menggairahkan sering kali menjadi bagian dari strategi visual untuk menarik perhatian.



Gambar 1 Tangkapan layar akun @natalieospina

Dalam foto ini, kreator konten menggunakan pakaian yang terbuka, dengan atasan hitam berpotongan rendah yang menonjolkan bagian payudara. Ekspresi wajahnya tampak percaya diri dengan dagu yang sedikit terangkat dan bibir bergincu merah muda gelap yang memberi kesan sensual.

Dari segi gestur dan interaksi, meskipun tidak terlihat makanan dalam tangkapan layar ini, posisi tubuh dan gerakan tangan menunjukkan bahwa kreator konten sedang melakukan suatu aksi, seperti mengencangkan atau melepas apron. Gestur ini, dikombinasikan dengan pakaian dan ekspresi wajah, dapat dikaitkan dengan strategi membangun daya tarik visual yang mengarah pada simbolisme sensual.

3.1.1.2 Gestur dan Cara Menikmati Makanan

Penyajian makanan sering kali dikaitkan dengan gerakan tubuh yang memiliki makna sensual tersirat, seperti menjilat jari secara berlebihan setelah menyentuh makanan atau mengambil makanan dengan mulut secara perlahan. Cara makan yang ditampilkan bertujuan menunjukkan kenikmatan rasa dan dirancang untuk menciptakan daya tarik sensual.



Gambar 2 Tangkapan layar akun @cedriklorenzen

Dalam foto ini, kreator konten nampaknya mengenakan pakaian kasual berupa kaus lengan panjang. Ekspresi wajahnya terlihat intens dan penuh kenikmatan, dengan mata yang terpejam dan bibir yang menempel pada jari tengah, memberikan kesan sugestif dan sensual yang kuat mengingat apa yang direpresentasikan oleh jari tengah. Dari segi gestur dan interaksi dengan makanan, kreator konten menjilat jari yang dilapisi cokelat dengan cara yang ekspresif.

Posisi tubuh yang menunduk ke arah mangkuk dan cara ia menikmati makanan dengan kontak fisik langsung menambah unsur simbolisme sensual, terutama karena cokelat sering diasosiasikan dengan kenikmatan dan indulgensi. Sudut pengambilan gambar menyorot wajah dan interaksi dengan makanan secara *close-up*, dengan fokus pada ekspresi dan gestur, bukan pada makanan itu sendiri.

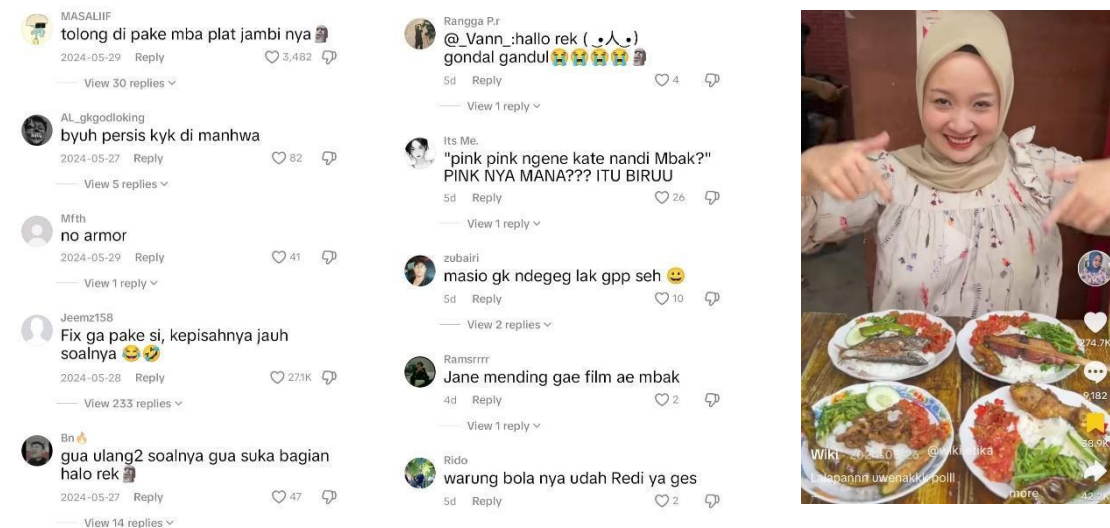
3.1.1.3 Penggunaan Bahasa dan Narasi

Penggunaan bahasa dan narasi berperan penting dalam menarik audiens dan meningkatkan keterlibatan (*engagement*). Beberapa kreator konten memanfaatkan kata-kata dengan konotasi sensual dalam mendeskripsikan makanan atau teknik memasak yang

mereka tampilkan. Strategi ini bertujuan membangun daya tarik visual dan menciptakan pengalaman konsumsi yang lebih imersif bagi audiens.

Bahasa memiliki kekuatan untuk membentuk makna dan membangun asosiasi tertentu di benak audiens. Dalam konteks konten kuliner dengan unsur seksual, kreator sering kali menggunakan judul video dan teks pendukung yang mengandung permainan kata atau frasa bermakna ganda. Misalnya, kata-kata seperti “leleh di mulut,” “menggoda selera,” atau “sensasi yang bikin nagih” digunakan untuk menggambarkan makanan, tetapi pada saat yang sama dapat memunculkan konotasi sensual. Pilihan kata semacam ini sengaja dirancang untuk membangun daya tarik emosional dan meningkatkan rasa penasaran *audiens*, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah tayangan, komentar, dan interaksi lainnya.

Dalam beberapa kasus, narasi dalam video tidak selalu berbentuk deskripsi makanan tetapi juga mencakup nada suara yang lebih lembut, intonasi tertentu, atau ekspresi verbal yang memperkuat nuansa sensual. Kreator bisa saja menggunakan suara mendesah saat mencicipi makanan, memainkan ekspresi wajah yang berlebihan, atau menyisipkan humor dengan nada menggoda.



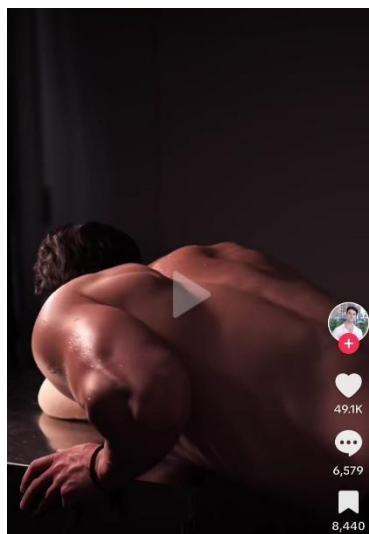
Gambar 3, 4, dan 5 Tangkapan layar akun @wiki_etika

Teknik semacam ini memanfaatkan aspek psikologis *audiens*. Elemen sensual sering kali lebih mudah menarik perhatian dan meningkatkan retensi penonton. Contohnya seperti pada akun @wiki_etika. Akun ini menampilkan wanita berhijab yang mengulas berbagai restoran di akun TikTok-nya. Ia memiliki salam khas Jawa Timuran “Halo, Rek” yang diikuti dengan menunjuk-nunjuk makanan yang berada di depannya dan menggoyangkan payudaranya. Hal ini membuat terjadinya beragam reaksi dalam kolom komentar.

Dari perspektif Foucault tentang kuasa dan normalisasi, penggunaan bahasa semacam ini menunjukkan bagaimana praktik diskursif dalam media sosial berkontribusi pada pembentukan norma-norma baru terkait makanan dan seksualitas. Audiens secara tidak sadar menjadi bagian dari mekanisme kuasa digital dengan terus berinteraksi dan memperkuat tren semacam ini. Algoritma berperan dalam mereproduksi serta menyebarkan konten yang memiliki keterlibatan tinggi, tanpa membedakan apakah konten tersebut sekadar hiburan atau mengandung implikasi budaya yang lebih dalam.

3.1.1.4 Efek Visual dan Penyuntingan

Sudut pengambilan gambar yang fokus pada bagian tubuh tertentu atau penggunaan *slow-motion* pada momen-momen tertentu sering dimanfaatkan untuk meningkatkan efek sensual dalam konten kuliner. Teknik ini memperkuat daya tarik visual dan menciptakan pengalaman menonton yang lebih menggugah bagi audiens. Selain itu, penggunaan filter tertentu semakin mempertegas nuansa sensual dengan menciptakan estetika yang lebih menggoda.



Gambar 6 Tangkapan layar akun @thedonutdaddy

Tangkapan layar di atas menggunakan pencahayaan redup dengan *tone* warna hangat dapat memberikan kesan intim dan dramatis. Minimnya pakaian meski kreator konten ini mengenakan celana ditambah dengan pencahayaan dramatis membuat *scene* pada video ini tidak terlihat selayaknya konten masak-memasak, sedangkan ia sedang membuat roti.

Efek *blur* atau *soft focus* sering digunakan untuk menonjolkan detail tertentu, seperti tekstur makanan atau ekspresi wajah kreator konten. Sudut kamera *close-up* sering digunakan untuk menangkap gerakan bibir, tangan, atau cara seseorang menikmati makanan.

Hal ini berfungsi untuk membangun ketertarikan emosional dan sensorik. Dengan kombinasi teknik ini, konten kuliner menampilkan makanan dan menyampaikan pesan visual yang dapat membangkitkan reaksi psikologis tertentu dari *audiens*, dalam bentuk apresiasi maupun kontroversi.

3.1.2 Pemanfaatan Sensualitas dalam Konten

Penggunaan unsur sensualitas dalam konten kuliner tidak lepas dari strategi pemasaran digital yang bertujuan meningkatkan daya tarik dan *engagement*. Kreator konten konten menargetkan *audiens* tertentu dengan dengan demografi spesifik. Mereka menyadari bahwa ada segmen audiens yang tertarik pada konten bernuansa sensual. Oleh karena itu, mereka menyesuaikan penyajian makanan dengan unsur-unsur yang dapat memancing reaksi emosional atau ketertarikan sensual.

Algoritma TikTok bekerja berdasarkan *engagement*, seperti jumlah *like*, komentar, dan durasi tonton. Konten dengan unsur sensual cenderung memiliki durasi tonton lebih lama karena memicu rasa penasaran, sehingga algoritma lebih mungkin merekomendasikannya ke lebih banyak pengguna. Perlu dicatat bahwa "menghasilkan uang" tampaknya menjadi jenis gratifikasi unik yang dicari oleh pengguna TikTok saat mereka secara aktif berkontribusi dalam pengembangan dan menciptakan konten baru dalam keterlibatan mereka dengan TikTok (Meng & Leung, 2021).

Penggunaan hashtag seperti #foodporn atau #foodgasm menjadi strategi umum untuk meningkatkan visibilitas. *Hashtag* ini menghubungkan konten dengan kategori tertentu yang sering dicari audiens, sehingga meningkatkan peluang viralitas. Namun, Ray (McBride, 2010) menyatakan bahwa *foodporn* dapat dikategorikan sebagai pornografi ketika seseorang hanya menonton tanpa terlibat langsung dalam memasak atau makan, tidak memiliki nilai edukatif, atau menampilkan cara bermain dengan makanan yang tidak senonoh. Faktanya, meskipun istilah ini merujuk pada makanan, banyak konten bertagar #foodporn di media sosial yang mengandung unsur pornografi.

Makanan seperti sosis, pisang, atau donat sering kali digunakan sebagai metafora visual dalam konten kuliner bernuansa sensual. Kreator konten sengaja memilih makanan dengan bentuk yang bisa diasosiasikan dengan bagian tubuh atau tindakan sensual untuk menarik perhatian. Sebagian besar kreator konten yang menggunakan unsur sensualitas dalam konten kuliner menyadari bahwa strategi ini dapat meningkatkan jumlah penonton dan *engagement* secara signifikan.

Daya tarik sensual membantu mereka mendapatkan lebih banyak eksposur dibandingkan konten kuliner biasa. Daya tarik seksual masih efektif dalam menjual; sejak dulu demikian, dan akan terus berlanjut, terutama di bidang media sosial dan pemasaran digital (Zachari, A., Nawar, Y. S., dan Javaherizadeh, 2018). Para kreator konten mungkin tidak sepenuhnya menyadari dampak jangka panjang dari praktik ini, terutama terkait perubahan norma sosial dan cara konten mereka dikonsumsi oleh berbagai kelompok usia.

Di sisi lain, beberapa kreator konten menghadapi tantangan dari regulasi platform. TikTok memiliki kebijakan moderasi yang dapat membatasi konten yang terlalu eksplisit. Oleh karena itu, banyak kreator konten mencari cara untuk menyajikan konten bernuansa sensual tanpa melanggar kebijakan platform, misalnya dengan menyamarkan kata-kata atau menggunakan teknik penyuntingan tertentu.

Dalam perspektif Foucault, kuasa bersifat represif tetapi juga produktif dan membentuk perilaku individu. Dalam konteks produksi konten kuliner bernuansa sensual di TikTok, relasi kuasa dapat dilihat dari bagaimana kreator menyesuaikan cara berpakaian, berbicara, dan berinteraksi dengan makanan agar sesuai dengan harapan audiens dan algoritma platform. Tubuh kreator konten sebagai alat ekspresi dan komoditas yang dikurasi dan dikontrol.

TikTok sebagai platform pun memiliki kuasa dalam mengatur jenis konten yang lebih mungkin viral dan yang dibatasi. Hal ini membuat para kreator konten mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan algoritma ini untuk mendapatkan eksposur maksimal. Regulasi platform yang ambigu membuat kreator konten terus mencari celah agar tetap bisa menyajikan konten bernuansa sensual tanpa terkena sanksi. Konten bernuansa sensual yang berhasil menarik *engagement* tinggi berpotensi menarik sponsor dan dimonetisasi. Relasi kuasa kapitalisme digital mendorong kreator konten untuk mengeksploitasi tubuh mereka demi keuntungan ekonomi.

3.2 Distribusi Konten: Peran Algoritma dalam Mengatur Visibilitas

TikTok menggunakan algoritma berbasis *machine learning* yang beroperasi melalui sistem rekomendasi untuk menentukan visibilitas konten di *For You Page* (FYP). FYP adalah istilah di TikTok untuk halaman utama yang menampilkan konten yang telah disesuaikan oleh algoritma dengan minat pengguna. Algoritma ini mengandalkan berbagai faktor, termasuk interaksi pengguna, metadata, dan perilaku tontonan. Nurhabibah et al. (2023) menulis bahwa FYP adalah tujuan utama para pembuat konten yang ingin

mendapatkan banyak penonton dan *follower*. Seiring bertambahnya jumlah pengikut, tawaran endorsement dari perusahaan juga semakin meningkat.

Dalam konteks konten dengan unsur sensual, distribusi seringkali dipengaruhi oleh *engagement* yang tinggi, seperti banyaknya *like*, *share*, dan komentar. Algoritma cenderung menafsirkan *engagement* sebagai sinyal ketertarikan. Waktu menonton dan banyaknya sebuah konten dimainkan oleh pengguna juga berperan penting. Semakin lama seseorang menonton video atau menontonnya kembali, semakin besar peluangnya untuk muncul di FYP orang lain.

Semakin banyak data yang dikumpulkan tentang minat pengguna, semakin akurat algoritma dalam merekomendasikan konten sesuai preferensi mereka (Zafarani et al., 2014). Saat pengguna mengetik sebuah kata, misalnya *foodporn*, di mesin pencari, sistem otomatis menampilkan konten-konten terkait. Meskipun pengguna dapat memilih hasil yang ingin diklik, ia tidak sepenuhnya dapat mengatur atau memfilter hasil yang disajikan. Jenis interaksi pengguna pun juga berpengaruh. Jika seorang pengguna sering memencet *like* atau berkomentar pada video dengan unsur sensual, algoritma akan menampilkan lebih banyak konten serupa di beranda mereka.

Semua media sosial memiliki pedoman komunitas atau *community guidelines*. Demikian pula TikTok yang menerapkan kebijakan ketat terhadap konten seksual dan eksplisit. Beberapa bentuk moderasi yang digunakan platform ini mencakup sensor dan *shadow banning*. Savolainen (2022) menjelaskan bahwa *shadow banning* adalah bentuk moderasi konten media sosial yang kontroversial dan sulit dideteksi. Istilah ini pertama kali digunakan oleh moderator situs web dan forum Something Awful pada tahun 2001 untuk menggambarkan praktik menyembunyikan unggahan pengguna dari orang lain, tanpa sepengetahuan mereka. Pengguna yang terkena *shadowban* tidak menyadarinya. Mereka tetap membuat unggahan seolah-olah masih memiliki *audiens*, padahal sebenarnya tidak ada yang melihatnya atau menonton konten mereka.

Penghapusan langsung adalah bentuk moderasi lainnya. Konten yang dianggap melanggar kebijakan akan dihapus secara otomatis atau setelah dilaporkan oleh pengguna lain. Selain itu, akun yang sering mengunggah konten vulgar dapat kehilangan kesempatan untuk memonetisasi videonya atau mendapatkan pembatasan iklan. Untuk menghindari sensor, banyak kreator konten menggunakan strategi tertentu, seperti menyamarkan kata-kata eksplisit dengan ejaan kreatif (misalnya, menulis ‘s3ksi’ untuk ‘seksi’).

Para konten kreator konten tersebut juga menggunakan sudut pengambilan gambar tertentu yang tetap menampilkan sensualitas tanpa terlalu eksplisit, memainkan durasi adegan tertentu, atau menggabungkan unsur humor atau edukasi agar video tidak sepenuhnya dianggap sebagai konten seksual. Adaptasi kreator konten terhadap regulasi ini menunjukkan bahwa ada tarik-menarik antara keinginan algoritma untuk mempromosikan *engagement* dan kebijakan moderasi TikTok yang berusaha menjaga citra platform.

Perspektif Foucault mengenai relasi kuasa dan pengawasan dapat diterapkan untuk memahami bagaimana algoritma TikTok membentuk persepsi tentang norma-norma sensual di media sosial. Foucault (1980) menekankan bahwa kuasa berada dalam tangan otoritas formal dan juga tersebar dalam berbagai praktik sosial. Dalam konteks TikTok, algoritma bertindak sebagai bentuk *panopticon digital*. Kreator konten diawasi secara terus-menerus oleh aturan platform tanpa tahu secara pasti kapan atau bagaimana mereka diawasi. Kreator konten, di sisi lain, menjadi subjek yang menyesuaikan diri untuk tetap mendapatkan visibilitas.

TikTok berada dalam dilema antara mengizinkan konten yang mendorong *engagement* tinggi dan menjaga regulasi yang ketat. TikTok tetap mempertahankan kontrolnya melalui algoritma yang dapat menekan atau mengangkat konten tertentu sesuai dengan kepentingan bisnis dan regulasinya. Indikasi bahwa platform lebih berpihak pada viralitas adalah fakta bahwa video dengan unsur sensual tetap bisa viral selama tidak secara eksplisit melanggar pedoman komunitas terlihat dari jumlah *view* konten-konten dengan unsur pornografi yang kental. Konten kontroversial dapat membuat penyebaran video dengan lebih cepat.

Dengan demikian, relasi kuasa dalam distribusi konten TikTok melibatkan kreator konten dan algoritma dan mencerminkan dinamika yang lebih luas antara kebebasan berekspresi, kepentingan bisnis, dan regulasi platform. Hal ini menunjukkan bagaimana media digital menjadi ruang ekspresi dan arena tempat norma-norma sosial dan kuasa terus diperebutkan.

3.3 Konsumsi dan Respon Audiens: Sensualitas dalam Ekonomi Perhatian

Dalam era digital, perhatian telah menjadi komoditas yang sangat berharga. Fenomena ini dikenal sebagai ekonomi perhatian atau ekonomi atensi. Goldhaber (1997) menjelaskan bahwa ekonomi global telah mengalami pergeseran dari yang sebelumnya berfokus pada materi menjadi berorientasi pada perhatian. Dalam ekonomi berbasis

perhatian ini, individu atau kelompok tertentu berupaya menarik perhatian sebanyak mungkin dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Dalam konteks media sosial, perhatian dapat diartikan sebagai proses selektif dalam mengalokasikan sumber daya mental yang terbatas dan saling bersaing untuk memproses informasi tertentu, dengan mengabaikan hal lainnya. Meskipun sebagian besar proses ini terjadi secara otomatis dan sering kali tanpa disadari, seseorang harus memiliki kemampuan untuk mengendalikan sumber daya mentalnya agar proses tersebut dapat dianggap sebagai bentuk perhatian (Loewenstein & Wojtowicz, 2023).

Ekonomi perhatian pertama kali dicetuskan pada tahun 1971 oleh Herbert A. Simon. Simon (1996) menjelaskan bahwa di era yang penuh dengan informasi, melimpahnya informasi justru membuat perhatian orang yang menerimanya menjadi minim. Informasi pada dasarnya mengonsumsi perhatian. Semakin banyak informasi yang tersedia, semakin sulit bagi seseorang untuk tetap fokus. Akibatnya, perhatian menjadi sumber daya yang semakin terbatas dan perlu dialokasikan dengan lebih efisien.

Dalam tulisannya, Suryandari (2024) juga menyoroti bahwa melimpahnya informasi di era digital membuat perhatian manusia semakin terbagi. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan konten di dunia maya, semakin sulit bagi sebuah informasi untuk benar-benar mendapat perhatian. Meskipun jumlah data digital terus bertambah dengan cepat, kemampuan manusia untuk menyerapnya tetap terbatas. Selain itu, seberapa besar perhatian yang diberikan terhadap suatu informasi juga bergantung pada siapa saja yang bisa mengaksesnya.

Konten yang mampu menarik dan mempertahankan perhatian *audiens* memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Salah satu strategi yang sering digunakan untuk menarik perhatian adalah dengan memanfaatkan unsur seksualitas, termasuk dalam konten kuliner. Di platform seperti TikTok, konten kuliner yang menggabungkan unsur sensual atau erotis sering kali mendapatkan respons yang besar dari audiens, baik dalam bentuk *like*, komentar, maupun *share*. Namun, di balik popularitasnya, terdapat dinamika kompleks yang melibatkan relasi kuasa, norma sosial, dan algoritma.

Respons *audiens* terhadap konten kuliner bernuansa seksual sangat beragam. Beberapa mengapresiasi daya tarik visualnya, terlihat dari komentar seperti "Bikin lapar dan gregetan!" atau "Kreator kontennya cantik, makanannya juga menggoda." Akan tetapi, tidak sedikit pula yang memberikan respons negatif, mempertanyakan relevansi unsur sensualitas dalam konten kuliner, seperti "Ini konten kuliner atau konten dewasa?" atau "Kenapa harus

pakai baju seksi cuma untuk masak?" Komentar-komentar ini menunjukkan adanya perdebatan tentang batas antara hiburan dan eksploitasi dalam dunia digital.

Di sisi lain, algoritma media sosial dirancang untuk mempromosikan konten dengan interaksi tinggi, terlepas dari apakah interaksi tersebut positif atau negatif. Dengan demikian, kontroversi sering kali menjadi alat pemasaran yang efektif. Dalam risetnya, Van Niekerk & Jenkinson (2013) menemukan bahwa iklan kontroversial seringkali menarik perhatian karena merujuk pada pemahaman masyarakat terhadap sistem sosial dan lingkungan budaya mereka. Dalam konteks konten kuliner dengan unsur sensualitas, kontroversi sebagai efek samping dan strategi yang disengaja untuk meningkatkan eksposur dan monetisasi dari sebuah konten atau akun.

Elemen visual juga memainkan peran penting dalam menarik perhatian *audiens*. Pakaian ketat atau terbuka, sudut kamera yang menyoroti bagian tubuh tertentu, pencahayaan dramatis, serta efek *slow-motion* sering digunakan untuk menciptakan kesan sensual. Teknik ini menarik perhatian dan membuat audiens lebih lama berinteraksi dengan konten, sehingga meningkatkan *engagement* dan nilai ekonomi konten tersebut.

Kuasa, normalisasi, dan algoritma memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konten digital, termasuk konten kuliner dengan unsur seksual, diproduksi, dan dikonsumsi. Perspektif Foucault tentang kuasa dan normalisasi menunjukkan bahwa kekuasaan tidak selalu beroperasi secara langsung melalui aturan atau larangan, tetapi juga melalui mekanisme yang lebih subtil seperti pembentukan norma dan internalisasi nilai oleh masyarakat.

Foucault (1980) menulis *power is everywhere, not because it embraces everything, but because it comes from everywhere*. Pernyataannya sangat relevan dalam konteks media sosial karena kuasa tidak dimiliki secara eksklusif oleh segelintir individu, melainkan tersebar dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Dalam dunia digital, algoritma berfungsi sebagai mekanisme kuasa yang tidak terlihat namun sangat menentukan. Algoritma mengatur konten mana yang lebih sering muncul dan mana yang tenggelam, sehingga memengaruhi preferensi dan pola konsumsi audiens. Ketika konten kuliner bernuansa seksual mendapatkan lebih banyak atensi, algoritma memperkuat tren ini dengan terus merekomendasikannya, membentuk dan mereproduksi norma baru terkait tubuh, makanan, dan sensualitas.

Konsep panoptikon yang dikemukakan Foucault juga relevan dalam memahami dinamika ini. Dalam model panoptikon klasik, individu yang merasa selalu diawasi akan menyesuaikan perilakunya secara otomatis. Di era digital, baik kreator maupun audiens

berada dalam panoptikon modern; kreator menyadari bahwa konten sensual lebih berpeluang viral sehingga mereka menyesuaikan strateginya dengan mekanisme algoritma. Sementara audiens berperan dalam mempertahankan dan mereproduksi norma yang telah dibentuk oleh platform digital.

Interaksi audiens dalam bentuk komentar dan *engagement* pun telah menjadi bagian dari mekanisme kuasa. Kritik terhadap konten seksual tidak selalu mengurangi popularitasnya. Sebaliknya, sering kali justru meningkatkan atensinya karena semakin banyak orang tertarik untuk mencari tahu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia digital, kuasa berada di tangan platform atau kreator konten dan diproduksi dan direproduksi melalui interaksi audiens.

Dalam skala yang lebih luas, konsumsi konten kuliner dengan unsur sensualitas berkontribusi pada pembentukan norma sosial baru terkait representasi tubuh dan cara menikmati makanan. Konten semacam ini memperkuat gagasan tentang tubuh "ideal" yang sering dikaitkan dengan standar kecantikan tertentu. Hal-hal yang sebelumnya berada di ruang privat bertransformasi ke ruang publik karena kepentingan untuk mengidentifikasi diri (Fajarwati et al., 2018). Norma-norma ini dikonstruksi oleh kreator konten dan diperkuat oleh audiens yang mengonsumsinya dan algoritma yang terus mendorong eksposur konten tersebut.

Di era digital, algoritma memainkan peran sentral sebagai agen kuasa yang bekerja secara halus namun efektif. Dengan memberikan eksposur lebih pada jenis konten tertentu, algoritma secara tidak langsung mengarahkan persepsi publik tentang apa yang dianggap normal atau diinginkan. Ini mencerminkan konsep biopolitik yang dikemukakan Foucault. Kuasa tidak lagi diterapkan secara koersif, melainkan melalui mekanisme pengaturan yang membentuk preferensi dan perilaku individu secara tidak langsung.

4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa relasi kuasa dalam konten kuliner sensual di TikTok melibatkan kreator dan audiens dan algoritma sebagai agen kuasa digital. Sensualitas dalam konten kuliner sebagai strategi kreatif dan mekanisme yang didorong oleh ekonomi perhatian untuk meningkatkan engagement dan monetisasi. Dalam perspektif Foucault, kuasa tidak bekerja secara represif, melainkan melalui normalisasi dan internalisasi nilai-nilai tertentu oleh masyarakat. Algoritma TikTok memainkan peran kunci dalam

mendistribusikan konten yang sesuai dengan tren dan preferensi *audiens*, sekaligus membentuk norma-norma baru terkait tubuh, makanan, dan seksualitas.

Konsumsi konten kuliner sensual di media sosial memperlihatkan bagaimana individu sebagai konsumen pasif sekaligus bagian dari mekanisme kuasa yang lebih luas. Kritik terhadap konten seperti ini sering kali justru memperkuat eksposur dan menjadikannya semakin populer. Dengan demikian, fenomena ini menegaskan bahwa kuasa dalam ruang digital bersifat produktif, membentuk praktik konsumsi, estetika, serta identitas sosial yang terus berkembang dalam ekosistem media sosial.

Daftar Pustaka

- Fajarwati, A. A. S., Koesoemadinata, F. H., & Sondakh, S. I. (2018). Ruang Kuliner dan Kelas Sosial di Jakarta. *Urban: Jurnal Seni Urban*, 2(1), 65–78. <https://doi.org/10.52969/JSU.V2I1.6>
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge : Selected Interviews and Other Writings 1972–1977*. New York : The Pantheon Books.
- Foucault, M. (1990). *The History of Sexuality*. Vol. I. New York: Vintage Books.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the Net. *First Monday*, 2(4). <https://doi.org/10.5210/FM.V2I4.519>
- Irsyadi, A. N., & Madamidola, O. (2023). Media in the Cultural Dissemination: A Study of Cultural Filming on YouTube. *Arif: Jurnal Sastra dan Kearifan Lokal*, 2(2), 308–322. <https://doi.org/10.21009/ARIF.022.07>
- Kamahi, U. (2017). *Teori kekuasaan Michael Foucault: tantangan bagi sosiologi politik*. *Jurnal Al-Khitaba*, Vol. III, No. 1, Juni 2017: 117–133
- Loewenstein, G., & Wojtowicz, Z. (2023). The Economics of Attention. CESifo Working Paper, 10712.
- McBride, A. E. (2010). Food porn. *Gastronomica : The Journal of Food and Culture*, 10(1), 38–46. <https://doi.org/10.1525/GFC.2010.10.1.38/0>
- McDonnell, E. M. (2016). Food Porn: The Conspicuous Consumption of Food in the Age of Digital Reproduction. *Food, Media and Contemporary Culture: The Edible Image*, 239–265. https://doi.org/10.1057/9781137463234_14
- Meng, K. S., & Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecommunications Policy*, 45(7), 102172. <https://doi.org/10.1016/J.TELPOL.2021.102172>
- Miles, S., Anderson, A., & Meethan, K. (2005). The changing consumer: Markets and meanings. In *The Changing Consumer: Markets and Meanings*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203994481/CHANGING-CONSUMER-ALISON-ANDERSON-KEVIN-MEETHAN-STEVEN-MILES-STEVEN-MILES/ACCESSIBILITY-INFORMATION>
- Nurhabibah, P., Hetilaniar, H., Santoso, B. W. J., & Rustono, R. (2023). A Multimodal

- Critical Discourse Analysis of TikTok FYP Video. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(2), 208–216. <https://doi.org/10.47814/IJSSRR.V6I2.829>
- Pangestu, A. D., Rahmat, A., & Anoegrajekti, N. (2024). Fenomena Tagar Foodporn di Instagram Berbahasa Indonesia: Sebuah Tinjauan Gramatika Visual. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(1), 59–65. <https://doi.org/10.30605/ONOMA.V10I1.3067>
- Rahman, F. (2019). Meneroka Kajian Makanan sebagai Wacana Lintas Disiplin. *Metahumaniora*, 9(1), 41–53. <https://doi.org/10.24198/METAHUMANIORA.V9I1.22870>
- Rose, K. (2021). *Allied: Fighting Porn with Accountability, Faith, and Friends*. Michigan: Covenant Eyes.
- Savolainen, L. (2022). The shadow banning controversy: perceived governance and algorithmic folklore. *Media, Culture & Society*, 44(6), 1091–1109. <https://doi.org/10.1177/01634437221077174>
- Schröer, M. (2023). Picturing Food: Sense and Sensuality of Culinary Content on Social Media. *Food - Media - Senses*, 209–228. <https://doi.org/10.1515/9783839464793-011>
- Simon, H. . (1996). Designing Organizations for an Information-Rich World. *International Library of Critical Writings in Economics*, 70, 187–202.
- Suryandari, R. (2024). *Ekonomi Kuning – Pusat Studi Lingkungan Hidup UGM*. <https://pslh.ugm.ac.id/ekonomi-kuning/>
- Van Niekerk, A., & Jenkinson, A. (2013). The use of sexual controversy in South African advertising: A pragmatic analysis. *Language Matters*, 44(2), 29–46. <https://doi.org/10.1080/10228195.2013.798022>
- Wahyuddin, Heryana, N., Yusmah, Zulkarnaini, Sulistiyani, Anna Sofia Atichasari, A. S., Simarmata, N., Hadawiah, Anna Triwijayati, A., & Ahmad Asroni, A. (2023). *Metode Riset Kualitatif*. Padang: Get Press Indonesia.
- Wicaksono, Y. P., Macaryus, S., Sudirman, A., & Putri, T. K. W. (2024). Iklan Rokok Sampoerna Go a Head: dari Komersial ke Edukatif. *Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*, 3(2), 266–287. <https://doi.org/10.21009/ARIF.032.04>
- Zachari, A., Nawar, Y. S., & Javaherzadeh, E. (2018). The impact of sexuality in advertisements on consumers purchase behaviour: A social media perspective. *He Business & Management Review*, 9(4), 458–475.
- Zafarani, R., Abbasi, M. A., & Liu, H. (2014). *Social Media Mining: An Introduction*. New York: Cambridge University Press.