

**UPAYA K-FOOD MEMPROMOSIKAN MAKANAN HALAL DALAM
WEB DRAMA
(Analisis Semiotik Pada Video Webdrama Seri “Lunch Box” Di YouTube)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun oleh :

**KHAIRUNNISA
12210048**

Pembimbing:

**Dr. H M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-207/Un.02/DD/PP.00.9/03/2017

Tugas Akhir dengan judul : UPAYA K-FOOD MEMPROMOSIKAN MAKANAN HALAL DALAM WEB
DRAMA
(ANALISIS SEMIOTIK PADA VIDEO WEB DRAMA SERI "LUNCH BOX" DI
YOUTUBE)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KHAIRUNNISA
Nomor Induk Mahasiswa : 12210048
Telah diujikan pada : Senin, 27 Februari 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. H M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 003

Penguji I

Khadiq, S.Ag.,M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

Penguji II

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 27 Februari 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN



Dr. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb,

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Khairunnisa
NIM : 12210048
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Representasi Makanan Halal Oleh K-Food Dalam Web Drama (Analisis Semiotik Pada Video Web Drama Seri "Lunch Box" Di YouTube)

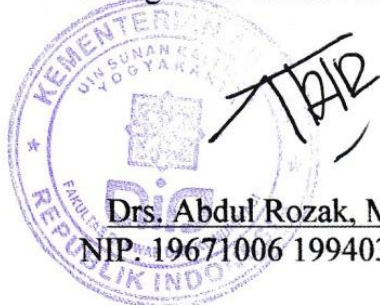
Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb,

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Mengetahui Ketua Prodi KPI



Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

Pembimbing


Dr. H M. Kholili, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005

SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairunnisa

NIM : 12210048

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Representasi Makanan Halal Oleh K-Food Dalam Web Drama (Analisis Semiotik Pada Video Webdrama Seri “Lunch Box” Di YouTube)”** adalah hasil karya saya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang di publikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang di benarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 25 Januari 2017

Mengetahui,



Khairunnisa

NIM 12210048

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terutuk yang tersayang kedua orang tuaku, Ayah dan Mama. Bapak Ismail S.ST dan Ibu Yulia Dwi yang telah memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan untukku.

Adikku Vivid Noor Cholifah, terima kasih telah memberi dukungan kepada Mbak dan telah menemani Ayah dan Mama selama Mbak pergi menuntut ilmu.

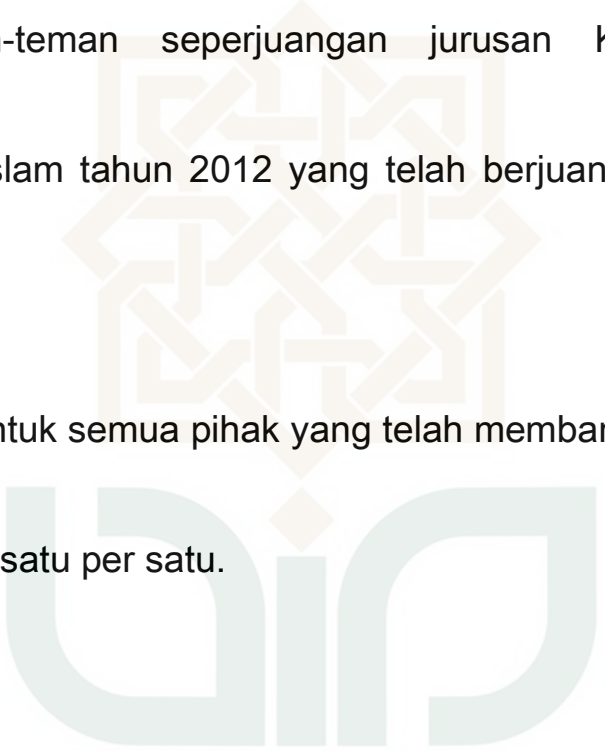
Kakek, Nenek dan Mbah, terima kasih karena telah melahirkan anak-anak yang luar biasa, dan terima kasih atas segala dukungan dan do'anya.

Keluarga besar, saudara, teman, sahabat di Belitung yang selalu memberikan semangat dan do'a kepada saya.

Keluarga KPI B 2012 terima kasih telah menjadi teman sekaligus keluargaku selama di UIN Sunan Kalijaga.

Teman-teman seperjuangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2012 yang telah berjuang bersama sejak awal.

Dan untuk semua pihak yang telah membantu saya yang tak bisa disebut satu per satu.

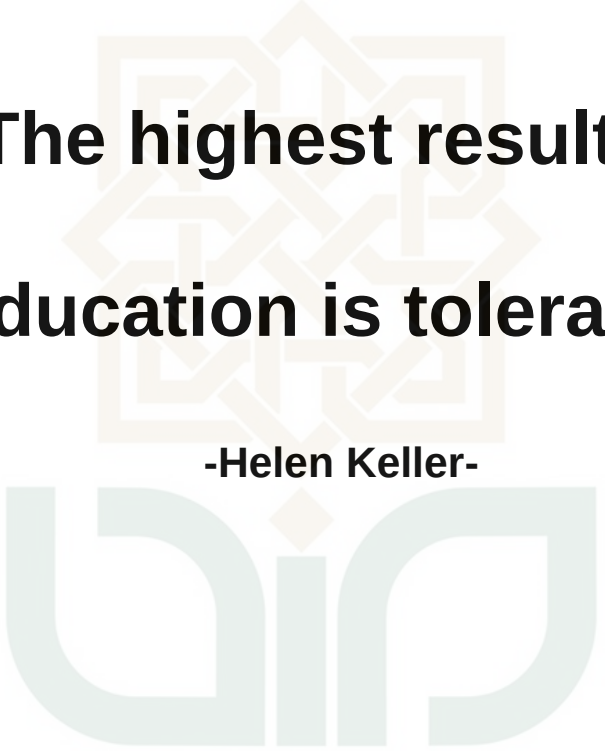


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

**The highest result of
education is tolerance**

-Helen Keller-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat dan karunia-Nya. Tak lupa Shalawat teriring salam teruntuk Baginda Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Setelah melalui berbagai proses dan perjalanan yang panjang akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Upaya K-Food Mempromosikan Makanan Halal Dalam Web Drama (Analisis Semiotik Pada Video Webdrama Seri “Lunch Box” Di YouTube)”. Peneliti menyadari karya ini tidak berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penelitian, serta bimbingan yang telah diberikan kepada penelitian selama persiapan sampai skripsi ini selesai. Penelitian ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.
3. Bapak Drs. Abdul Rozak M.Pd Selaku Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.
4. Ibu Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi peneliti.

5. Bapak Dr. H M. Kholili, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan jajarannya, atas perhatian dan ilmu yang telah diberikan.
7. Keluarga Tersayang, Kedua Orang Tua, Bapak Ismail, S.ST. dan Ibu Yulia Dwi dan adik tersayang Vivid Noor Cholifah, yang telah memberikan dukungan, perhatian, motivasi serta doanya untuk penulis.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan KPI 2012.
9. Sahabat seperjuanganku F4 tersayang, Abanggg, Ayuk, dan Endah. Terima kasih atas kebersamaan kita sejak awal kuliah hingga sekarang.
10. Sahabatku di AAB, Ayu, Duduw , Alm. Eca, Nanda, Dhila dan Ranti yang selalu memberi dukungan, semangat dan do'a selalu walaupun kita terpisah daerah.
11. Mbak-mbak Kos Lawang Sewu, Mbak Dede, Mbak Vero, Mbak Maria, Saras dan Oktri yang sudah memberikan dukungan dan menjadi keluarga baruku.
12. Teman-teman KKN, Mas Alpan, Taufik, Wulan, Sri, Fitra, Kak Halimah, Ulfa. Serta terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 25 Januari 2017
Penulis

Khairunnisa

ABSTRAK

Khairunnisa, 12210048, 2017, **Upaya K-Food Mempromosikan Makanan Halal Dalam Web Drama (Analisis Semiotik Pada Video Webdrama Seri “Lunch Box” Di YouTube)**, Skripsi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.

Makanan halal merupakan sebutan untuk makanan yang dikonsumsi oleh umat muslim. Mengonsumsi makanan yang halal dan baik merupakan perintah Allah SWT langsung yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat yang beriman. Hal tersebut membuat K-Food yang merupakan suatu badan yang bertanggung jawab dalam mempromosikan bahan makanan halal Korea membuat web drama seri berjudul “Lunch Box” dan publikasikan melalui YouTube.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya K-Food dalam mempromosikan makanan halal, serta mengetahui bagaimana web drama “Lunch box” berusaha menampilkan makanan halal dan tentang bagaimana web drama “Lunch box” meyakinkan penonton bahwa makanan yang ditampilkan halal. Jenis penelitian ini adalah analisis isi kritis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes. Barthes memiliki gagasan yang dikenal dengan *order of significations* yang terdiri dari dua tingkat pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi kemudian tanda yang ada dipisahkan berdasarkan penanda dan petanda lalu diuraikan berdasarkan strukturnya. Kemudian diidentifikasi untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitosnya.

Hasil penulisan Tugas Akhir ini mempunyai kesimpulan yaitu, Melalui “Lunch Box” K-Food berupaya mempromosikan makanan halal dengan bahan Korea namun sesuai dengan syariat Islam. Makanan halal pada “Lunch Box” ditunjukkan melalui bahan-bahan halal berdasarkan syarat halal menurut MUI dan label halal yang terdapat dalam web drama.

Kata Kunci: Web Drama, Makanan Halal, K-Food

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	10
F. Metode Penelitian	26
G. Sistematika Pembahasan	33
BAB II: GAMBARAN UMUM WEB DRAMA LUNCH BOX	
A. Sekilas Tentang Web Drama Lunch Box	34
B. Produksi dan Pemain Web Drama Lunch Box.....	36
C. Halal Korea	40
BAB III: ANALISIS DAN PEMBAHASAN WEB DRAMA	
A. Makanan Halal Berdasarkan Bahan-bahan Yang Digunakan ..	47
B. B. Makanan Halal Berdasarkan Label Halal	65
C. Promosi Makanan Halal K-Food	85
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Peta Tanda Roland Barthes	31
Tabel 2	Penanda dan petanda scene Yong mencari informasi Online	49
Tabel 3	Denotasi dan konotasi Yong mencari informasi online	50
Tabel 4	Penanda dan petanda adegan Yong masak	55
Tabel 5	Denotasi dan konotasi adegan Yong memasak	55
Tabel 6	Penanda dan petanda adegan Yong meletakkan bekal di loker Lia	62
Tabel 7	Denotasi dan konotasi adegan Yong meletakkan bekal di loker Lia	62
Tabel 8	Penanda dan petanda scene pemilik toko menunjuk pada logo Halal	67
Tabel 9	Denotasi dan konotasi scene pemilik toko menunjuk pada logo halal	68
Tabel 10	Penanda dan petanda scene Yong mencari informasi tentang Halal	71
Tabel 11	Denotasi dan konotasi scene Yong mencari informasi tentang Halal	73
Tabel 12	Penanda dan petanda scene Lia menemukan bekal di Lokernya	77
Tabel 13	Denotasi dan konotasi scene Lia menemukan bekal di Lokernya	77
Tabel 14	Penanda dan petanda scene Lia melakukan <i>video call</i> dengan Ibunya	82
Tabel 15	Denotasi dan konotasi scene Lia melakukan <i>video call</i> dengan Ibunya	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Gambar 2.1: Poster webdrama Lunch Box	35
Gambar 2	Gambar 2.2: Ji Soo sebagai Yong	38
Gambar 3	Gambar 2.3: Amelia Tantonono sebagai Lia	39
Gambar 4	Gambar 2.4: Kang Seungmin sebagai Ayah Yong	39
Gambar 5	Gambar 2.5: Jo Jaehyun sebagai Pemilik Toko	40
Gambar 6	Gambar 2.6: Anisa Luthflarrahman sebagai Teman Lia	40
Gambar 7	Gambar 2.7: Logo Halal Korea	42
Gambar 8	Gambar 2.8: Petunjuk Untuk Mengerti Makanan Halal Versi Korea	44
Gambar 9	Gambar 2.9: Makanan Halal dan Makanan Haram Versi Korea	45
Gambar 10	Gambar 2.10: Peraturan Penyajian Makanan Halal Versi Korea	46
Gambar 11	Gambar 3.1 Yong mencari informasi tentang makanan halal di internet	49
Gambar 12	Gambar 3.2: Bahan makanan yang akan Yong masak	54
Gambar 13	Gambar 3.3: Daging ayam yang akan dimasak Yong	58
Gambar 14	Gambar 3.4: Daging Ayam di web drama	59
Gambar 15	Gambar 3.5: Daging ayam	59
Gambar 16	Gambar 3.6: Daging babi	59

Gambar 17	Gambar 3.7: Yong dan bekal untuk Lia	79
Gambar 18	Gambar 3.8 :”100% halal”	79
Gambar 19	Gambar 3.9: Pemilik toko menunjukkan gambar logo halal dan gambar logo halal Korea	50
Gambar 20	Gambar 3.10: Yong sedang mencari informasi tentang makanan halal di internet dan terdapat logo halal pada Situs pencarian tersebut	75
Gambar 21	Gambar 3.11: Yong dan bahan-bahan yang akan dimasak...	76
Gambar 22	Gambar 3.12: Bekal dengan logo halal KMF di atasnya	76
Gambar 23	Gambar 3.13 Lia Membawa Bekal dari Yong	59
Gambar 24	Gambar 3.14: Yong Membeli Bahan Nasi Goreng Di Toko Halal.....	79
Gambar 25	Gambar 3.15: Nasi Goreng Untuk Lia	80
Gambar 26	Gambar 3.16: Lia menunjukkan bekal yang di dapatkan kepada Ibunya	81
Gambar 27	Gambar 3.17 Lia Menunjukkan Label Halal di Atas Bekalnya	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah memungkinkan berbagai hal terwujud, salah satunya adalah dengan adanya web drama. Web drama adalah bentuk tayangan program berseri seperti yang ada di televisi namun distribusinya melalui *website* seperti YouTube. YouTube merupakan situs web untuk berbagi video, dengan YouTube pengguna dapat mengunggah, menonton dan berbagi video. YouTube merupakan situs jejaring sosial yang hampir setiap individu atau organisasi dengan akses Internet dapat meng-upload video yang dapat dilihat segera oleh khalayak luas. Sebagai *platform* video terbesar di dunia,¹ YouTube memiliki dampak di berbagai bidang, dengan beberapa video YouTube individu memiliki berbentuk langsung peristiwa dunia. Indonesia menjadi salah satu negara pengakses YouTube terbesar se-Asia Pasifik. Tahun 2015 ini, jumlah waktu orang Indonesia yang dihabiskan untuk menonton YouTube (*watch time*) meningkat sebesar 130 persen dibandingkan tahun 2014. Bahkan, jika dikombinasikan dengan pengakses YouTube dari perangkat *smartphone*, jumlah jam nonton pengguna YouTube bertambah hingga 250 persen,

¹ Id.wikipedia.org, "Pengaruh sosial Youtube ",
https://id.wikipedia.org/wiki/Pengaruh_sosial_YouTube, diakses pada 25 September 2016

atau 2,5 kali lebih tinggi dibanding tahun 2014.² Hal tersebut membuktikan jika YouTube merupakan media komunikasi yang cukup efektif karena jumlah penggunaanya yang banyak sehingga menyebarkan video di YouTube merupakan salah satu alternatif komunikasi yang baik. Selain itu YouTube dapat dijadikan pilihan penyebaran informasi karena melalui YouTube semua orang dapat mengunggah video secara cepat, mudah dan hemat biaya tidak seperti menyebarkan informasi melalui televisi. Televisi merupakan media yang paling efektif dalam menyebarkan informasi tetapi tidak semua orang bisa melakukannya karena beberapa keterbatasan salah satunya biaya, karena itu dengan adanya YouTube dapat menjadi jalan keluar yang efektif.

YouTube menjadi media pendistribusian web drama, *web series*, video musik hingga berbagai macam video lainnya. Didistribusikan melalui YouTube, web drama yang pada dasarnya merupakan konten digital memiliki peluang menjadi viral karena penyebarannya yang melalui *website* sehingga memiliki peluang penyebaran tanpa batas. Salah satu negara tempat berkembangnya web drama adalah Korea Selatan, di Indonesia web drama belum menyebar luas seperti di Korea Selatan tetapi ada salah satu cara penyebaran video melalui YouTube yang dibuat seperti web drama, tetapi lebih dikenal dengan nama *web series*. Salah satu *web series* yang populer di Indonesia adalah *web series* berjudul “Malam Minggu Miko” yang dirilis pada tahun 2012, *web series* ini dibuat oleh Raditya Dika dan disebarakan secara independen

² Reska K. Nistanto, “Indonesia, penonton Youtube terbesar se-Asia Pasifik”, Kompas.com <http://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/17315317/Indonesia.Penonton.YouTube.Terbesar.se-Asia.Pasifik>, diakses pada 25 September 2016.

melalui *channel* YouTube miliknya, namun setelah beberapa episode mulai ditayangkan di Kompas TV pada akhir tahun 2012.³

Web drama pada umumnya bersifat sebagai hiburan karena dibuat berdasarkan naskah fiksi namun berbentuk drama singkat. Namun web drama dibuat tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai media promosi seperti iklan dalam bentuk drama berseri. Dewasa ini banyak usaha yang dilakukan pengusaha untuk memperkenalkan produk mereka, salah satunya dengan iklan. Melalui iklan dapat divisualisasikan bagaimana produk yang ditawarkan. Iklan disebarluaskan melalui televisi, radio, koran, hingga majalah. Tetapi saat ini ada satu cara unik untuk memperkenalkan suatu produk yaitu dengan dibuat dalam bentuk drama singkat. Korea Selatan merupakan salah satu Negara yang melakukan cara ini, saat ini beberapa produk menggunakan cara promosi dengan membuat web drama dan dipublikasikan melalui media sosial yaitu YouTube. Salah satu yang menggunakan web drama sebagai media komunikasi adalah K-Food.

K-Food yang merupakan suatu badan yang bertanggung jawab dalam mempromosikan bahan makanan halal Korea sedang gencar mempromosikan bahan makanan pokok yang halal dan kehalalannya sudah dijamin. Saat ini penyediaan makanan halal di Korea Selatan merupakan salah satu konsen dari Kementerian Pertanian, Makanan dan Urusan Pedesaan Korea Selatan atau *Korean Ministry of Algculture, Food, and Rural Affairs (MAFRA)* karena melihat banyaknya wisatawan

³ Lusi Triana, 2014. “ Malam Minggu Miko, Komedi Galau Para Jomblo”, <http://www.muvila.com/film/artikel/malam-minggu-miko-komedi-galau-para-jomblo-140910x.html>, diakses pada 19 Januari 2017.

muslim yang berkunjung ke Korea. Untuk itu Korea Selatan membuat produk makanan halal Korea yang bahan dasarnya asli dari Korea. Salah satu penyebarannya agar menyebar secara luas adalah melalui web drama yang didistribusikan di YouTube. Sebagai langkah mempromosikan makanan Halal Korea serangkaian promosi dilakukan. Promosi makanan Korea halal terdiri dari diadakannya *K-Food Fair* di beberapa negara berpenduduk mayoritas muslim, seperti Indonesia, Malaysia dan UEA.⁴ Kemudian dibuat web drama tentang makanan halal Korea yaitu “Lunch Box” dan dibuatnya Iklan dan serangkaian promosi makanan Korea halal tersebut berdiri di bawah nama K-Food.

Pada dasarnya makan adalah kebutuhan utama makhluk hidup, makhluk hidup makan agar tetap mampu bertahan hidup lebih lama. Hal tersebut membuat makhluk hidup berusaha setiap hari mencari makan untuk kelangsungan hidup, terutama manusia. Makanan pokok manusia adalah nasi, roti atau bisa pula gandum. Manusia memanfaatkan apa yang ada di alam seperti tumbuhan dan hewan untuk dikelola menjadi bahan makanan. Namun tidak semua yang disediakan Allah SWT di alam ini dapat dimanfaatkan menjadi sumber bahan makanan, terutama bagi umat muslim. Umat muslim mengenal sebutan makanan halal. Makanan halal merupakan sebutan untuk makanan yang dikonsumsi oleh umat muslim. Mengonsumsi makanan yang halal dan baik merupakan perintah Allah SWT langsung yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat yang beriman. Perintah ini dapat disejajarkan dengan bertaqwa

⁴ Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, “Korean Wave of Korean foods in the World’s Biggest Halal Food Market, Indonesia!”, English.mafra.go.kr <http://english.mafra.go.kr/main.jsp>, diakses pada 02 Maret 2017.

kepada Allah, karena itu mengkonsumsi makanan halal dengan berlandaskan iman dan taqwa kepada Allah SWT termasuk kepada ibadah yang mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan di dunia dan akhirat, begitu pula sebaliknya. Al-Qur'an telah ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan, seperti bangkai, darah, babi, binatang yang disembelih bukan menyebut nama Allah SWT, dan minuman yang memabukkan.

Allah Ta'ala telah menghalalkan makanan dan mengharamkan sebagian, menghalalkan minuman dan mengharamkan sebagian, kemudian manusia mengolah makanan dan minuman hingga merusaknya, yang mana dengan demikian banyak menjadikan yang halal menjadi haram.⁵ Allah telah menyatakan kepada kita bahwa banyak di antara makanan yang diciptakan-Nya adalah sebagai rezeki yang baik, kemudian manusia mengolahnya sehingga menjadi haram. Contohnya, buah kurma dan anggur. Allah menciptakan kedua buah tersebut sebagai makanan yang manis dan enak serta mengandung banyak manfaat bagi manusia. Namun kemudian manusia mengolahnya dengan cara tertentu, hingga merubahnya menjadi haram, yaitu *khamr* yang merusak akal⁶. Selain itu daging ayam atau sapi yang biasanya kita makan dapat menjadi haram jika disembelih tidak sesuai dengan ketentuan Allah SWT. Hendaknya kita lebih berhati-hati dalam memilih bahan makanan, salah satu cara agar terhindar dari mengkonsumsi makanan tidak halal adalah membeli produk makanan yang menggunakan label halal. Di Indonesia yang bertanggung jawab

⁵ Prof. Dr. M. Mutawalli Sya'rawi, *Halal dan Haram*, (Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 1994), cet. 1, hlm. 76.

⁶ *Ibid.*, hlm. 76.

dalam memberikan label halal pada produk makanan adalah Majelis Ulama Indonesia atau MUI.

Dalam webdrama lunch box ditampilkan bagaimana tokoh utama membuat makanan yang halal. Makanan halal berdasarkan syariat Islam tetapi ditampilkan dengan berbeda yaitu dengan percampuran antara Indonesia dan Korea. Hal tersebut akan menjadi bahan yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu tentang bagaimana makanan halal dalam web drama tersebut direpresentasikan.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini akan membahas tentang beberapa hal, diantaranya:

1. Bagaimana web drama “Lunch box” berusaha menampilkan makanan halal ?
2. Bagaimana web drama “Lunch box” meyakinkan penonton bahwa makanan yang ditampilkan halal ?
3. Bagaimana K-Food berupaya dalam mempromosikan makanan halal?

Untuk menjawab hal tersebut, peneliti akan menggunakan analisis semiotik, dengan data-data yang diambil dari hasil dokumentasi dari sumber yang ada.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana usaha web drama “Lunch box” dalam menampilkan makanan halal.

- b. mengetahui bagaimana web drama “Lunch Box” menampilkan makanan halal sehingga penonton yakin bahwa makanan yang ditampilkan halal.
- c. Untuk mengetahui bagaimana upaya K-Food dalam mempromosikan makanan halal Korea.

2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

- a. Hasil penelitian diharapkan berguna bagi kajian penelitian pada fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- b. Hasil penelitian diharapkan mampu menambah bahan diskusi dan referensi khususnya bagi penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sejenis.

2. Kegunaan praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mahasiswa tentang webdrama dan pesan-pesan atau isi yang terkandung di dalamnya.
- b. Dapat menjadi sumber pengetahuan bagi masyarakat yang menyukai makanan korea.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti ada beberapa penelitian yang sejenis dengan penelitian yang penulis teliti. Beberapa di antaranya menjadi acuan pada penelitian ini, yaitu:

Penelitian pertama yaitu penelitian dari Danastri Rizqi Nabilah Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada tahun 2015. Penelitiannya berjudul *Youtube Sebagai Media Ekpresi Alternative Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia Dalam Webseries "CONQ"*⁷. Dalam penelitian ini, peneliti meneliti tentang bagaimana homoseksualitas pria dipresentasikan dalam web series "CONQ". Web series ini berdasarkan website yang sudah ada sebelumnya, yaitu conq.me yang merupakan blog berbasis komunitas kamu LGBT dan tema yang diangkat dalam web series tersebut merupakan topik yang dibahas dalam website. Peneliti menemukan kesamaan penelitian yang hendak dilakukan dengan penelitian karya Saudari Danastri ini yang terletak pada media yang digunakan yaitu menggunakan media youtube sebagai sumber media penyebaran webseries. Selain itu terdapat kesamaan lain yaitu menggunakan analisis semiotik Roland Barthes, dan terakhir terdapat kemiripan antara web series dengan webdrama yang menjadi bahan penelitian. Perbedaannya hanya terletak pada objek yang diteliti.

Penelitian kedua yang menjadi bahan acuan dalam penelitian ini adalah penelitian karya Andrean Kennardi Julianto, Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada. Penelitian yang diberi judul strategi komunikasi *Kampanye Sosial Berbentuk Video Berseri Di Youtube Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014 (Studi Kasus Strategi Komunikasi "Cameo Fun Campaign" Oleh*

⁷ Danastri Rizqi Nabilah, *Youtube Sebagai Media Ekpresi Alternative Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia Dalam Webseries "CONQ"*, skripsi (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, 2015).

Cameo Production Sebagai Kampanye Sosial Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014)⁸. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi Cameo Production dalam membangun konten video berseri dalam *Cameo Fun Campaign* sebagai aksi kampanye sosial pada Pemilu Presiden Indonesia 2014. Dalam menjalankan strategi membuat konten, Cameo Production menetapkan tema *fun* sebagai paying tema yang kemudian diturunkan menjadi pesan-pesan yang berbeda di setiap video berseri yang diproduksi. Peneliti menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan karena penelitian ini juga menggunakan youtube sebagai media penyebaran untuk menarik minat masyarakat, selain itu konten videonya sama-sama dibuat berseri. Perbedaannya terletak pada tujuan penelitiannya.

Penelitian ketiga yang menjadi bahan acuan dalam penelitian ini penelitian tahun 2016 karya Irma Putri Setiawan. Penelitian tersebut berjudul *Deskripsi Bahan Produk Makanan Olahan Korea Yang Halal Untuk Dikonsumsi*⁹. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya Pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan produk makanan olahan Korea yang halal untuk dikonsumsi, serta mengetahui bagaimana dan apa saja bahan yang terdapat pada produk makanan olahan Korea yang halal untuk dikonsumsi. Peneliti menjadikan penelitian ini menjadi bahan acuan karena

⁸ Andrian Kennardi Julianto, *Kampanye Sosial Berbentuk Video Berseri Di Youtube Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014 (Studi Kasus Strategi Komunikasi "Cameo Fun Campaign" Oleh Cameo Production Sebagai Kampanye Sosial Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014)*, skripsi (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, 2015).

⁹ Irma Putri Setiawan, *Deskripsi Bahan Produk Makanan Olahan Korea Yang Halal Untuk Dikonsumsi*, skripsi (Yogyakarta: Program Studi Diploma III Bahasa Korea Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada 2016).

penelitian ini meneliti makanan Korea yang halal untuk dikonsumsi sama seperti penelitian yang akan peneliti teliti serta penelitian dilakukan dengan melihat dari tanda-tanda yang ada. Perbedaannya terletak pada model analisisnya serta subyek dan obyek penelitiannya

E. Kerangka Teori

1. Tinjauan Makanan Halal

a.) Dakwah dan Makanan Halal

Dakwah (Arab: دعوة, da'wah ; "ajakan") adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam. Kata dakwah merupakan masdar (kata benda) dari kata kerja *da'a yad'u* yang berarti panggilan, seruan atau ajakan. Kata dakwah sering dirangkaikan dengan kata "Ilmu" dan kata "Islam", sehingga menjadi "Ilmu dakwah" dan Ilmu Islam" atau *Ad-Dakwah Al-Islamiyah*.

Banyak hal yang dapat disampaikan atau didakwahkan salah satunya adalah tentang memakan makanan halal. Seperti yang sudah diketahui bahwa Allah SWT memerintahkan umat muslim untuk memakan makanan halal. Segala perintah Allah patut dikerjakan karena pasti di balik semua perintah-Nya, Allah telah memberikan hikmah, tidak mungkin Allah memerintahkan sesuatu yang akan merugikan manusia. Seperti perintah memakan makanan halal dan minuman halal. Allah tidak akan memerintahkan untuk tidak

memakan babi atau meminum minuman keras jika ada manfaatnya. Kedua hal tersebut dilarang karena tidak bermanfaat bagi manusia.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ
لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
رَّحِيمٌ

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi, barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang” (QS. al-Baqarah [2]: 173)¹⁰.

Sebenarnya apa yang diharamkan oleh Allah SWT di bumi ini untuk dimakan jumlahnya tidak banyak, kecuali yang terdapat pada perintah Allah SWT dan selebihnya boleh dimakan atau halal. Namun kemudian perkembangan teknologi yang membuat terciptanya produk makanan olahan yang membuat kehalalannya diragukan. Misalnya teknologi yang membuat ayam menjadi haram untuk dikonsumsi, hal itu karena tidak menutup kemungkinan yang ada jika ayam disembelih tanpa menyebut nama Allah, seperti memotongnya secara massal dengan menggunakan mesin. Kemudian ada contoh lain yaitu buah anggur yang seharusnya halal dimakan menjadi

¹⁰ Al Qur'an, 2: 173, *Al Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 1999).

haram karena buatan manusia, seperti menjadikan anggur minuman beralkohol.

Mengkonsumsi makanan yang halal dan baik (*thayib*) merupakan perintah Allah SWT yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang yang beriman seperti pada Surah Al-Maidah ayat 88. Perintah ini dapat disejajarkan dengan bertaqwa kepada Allah. Dengan demikian, mengonsumsi makanan halal dengan dilandasi iman dan taqwa karena mengikuti perintah Allah SWT merupakan ibadah yang mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan dunia dan akhirat. Sebaliknya, mengonsumsi yang haram merupakan perbuatan maksiat yang mendatangkan dosa dan keburukan baik dunia maupun akhirat.¹¹

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

“ Dan makanlah makanan yang halal lagi baik, dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu telah beriman kepadaNya”.(QS.Al-Maidah: 88)¹².

b). Halal Dan Haram Berdasarkan Al Qur'an

Halal adalah boleh. Pada kasus makanan, kebanyakan makanan termasuk halal kecuali secara khusus disebutkan dalam Al Qur'an atau Hadits.

¹¹ Halal MUI

¹² Al Qur'an, 5: 88, *Al Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 1999).

Haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarang untuk dilakukan dengan larangan yang tegas. Setiap orang yang menentanginya akan berhadapan dengan siksaan Allah di akhirat. Bahkan terkadang juga terancam sanksi syariah di dunia ini.¹³ Dalam Al-Qur'an beberapa firman Allah SWT menyebutkan tentang halal dan haram, antara lain:¹⁴

- 1.) Al-Baqarah 168 : “ Hai sekalian umat manusia makanlah dari apa yang ada di bumi ini secara halal dan baik. Dan janganlah kalian ikuti langkah-langkah syetan. Sesungguhnya ia adalah musuh yang nyata bagi kalian”.
- 2.) Al-Baqarah 172-173 : “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepada kalian dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kalian menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi dan binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barang siapa dalam keadaan terpaksa, sedangkan ia tidak berkehendak dan tidak melampaui batas, maka tidaklah berdosa. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Pengasih”.
- 3.) Al-Anam 145 : “Katakanlah, saya tidak mendapat pada apa yang diwahyukan kepadaku sesuatu yang diharamkan bagi yang memakannya, kecuali bangkai, darah yang tercurah, daging babi karena ia kotor atau binatang yang disembelih dengan atas nama selain Allah. Barangsiapa dalam keadaan terpaksa sedangkan ia tidak menginginkannya dan tidak melampaui batas, maka tidaklah berdosa. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Pengasih”.
- 4.) Al-Maidah 3 : “Diharamkan bagi kalian bangkai, darah, daging babi, hewan yang disembelih dengan atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas kecuali yang kalian sempat menyembelihnya. Dan diharamkan pula bagi kalian binatang yang disembelih di sisi berhala”.
- 5.) Al-Maidah 90-91 : “Wahai orang-orang yang beriman sesungguhnya meminum khamr, berjudi, berkorban untuk berhala, mengundi nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syetan. Maka

¹³ Panduan Umum Sistem Jaminan Halal

¹⁴ *Ibid*

jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kalian mendapat keberuntungan. Sesungguhnya syetan itu hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kalian lantaran meminum *khamr* dan berjudi dan menghalangi kalian dari mengingat Allah dan shalat, maka apakah kalian berhenti dari mengerjakan pekerjaan itu.”

6.) Al-Maidah 96 : “Dihalalkan untuk kalian binatang buruan laut dan makanannya”.

7.) Al-A’raf 157 : “Dia menghalalkan kepada mereka segala yang baik dan mengharamkan kepada mereka segala yang kotor”.

Berdasarkan hal diatas, maka di dalam Al-Qur’an ditegaskan bahwa makanan dan minuman yang diharamkan ada beberapa, diantaranya:

1. Bangkai

Bangkai ialah binatang yang mati dengan sendirinya tanpa ada suatu usaha manusia yang memang sengaja disembelih atau dengan berburu. Diharamkannya bangkai mengandung hikmah yang sangat besar yaitu naluri manusia yang tidak akan makan bangkai karena menganggapnya kotor. Selain itu binatang yang mati dengan sendirinya pada umumnya mati karena suatu sebab, mungkin karena penyakit atau memakan sesuatu yang beracun sehingga tidak dapat menjamin untuk tidak membahayakan. Lalu Allah mengharamkan bangkai bagi umat manusia berarti dengan begitu Ia memberi kesempatan kepada hewan atau burung untuk memakannya sebagai tanda kasih sayang Allah kepada makhluk tersebut.¹⁵

¹⁵ Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan haram dalam Islam*, (Yogyakarta: Bina Ilmu, 1980), hlm. 56.

2. Darah

Rahasia diharamkannya darah yang mengalir adalah karena kotor, yang tidak mungkin jiwa manusia yang bersih suka kepadanya. Dan inipun dapat diduga akan berbahaya, sebagaimana halnya bangkai.¹⁶

3. Babi

Ilmu kedokteran sekarang ini mengakui, bahwa makan daging babi itu sangat berbahaya untuk seluruh daerah, lebih-lebih di daerah panas. Ini diperoleh berdasarkan penyelidikan ilmiah, bahwa makan daging babi itu salah satu sebab timbulnya cacing pita yang sangat berbahaya.¹⁷

4. Binatang yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah SWT

Diharamkannya binatang yang disembelih bukan karena Allah adalah karena *illah* (sebab) agama, dengan tujuan untuk melindungi aqidah Tauhid, kemurnian aqidah dan memberantas kemusyrikan. Menyebut nama Allah ketika menyembelih itu berarti suatu pemberitahuan bahwa Dialah yang menjadikan binatang yang hidup ini, dan ini telah memberi perkenan untuk menyembelihnya.¹⁸

¹⁶ *Ibid*, hlm. 57.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 57.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 58.

5. Khamr atau minuman yang memabukkan.

Sesuatu yang memabukkan adalah sesuatu yang menghilangkan kesadaran untuk meraih kelezatan dan kesenangan. Dan hilangnya kesadaran ada macam-macam bentuknya, semuanya bertujuan untuk mendapatkan kelezatan, kesenangan, mabuk-mabukan, melayang dan merasa hebat. Itulah yang disebut sakaw.¹⁹ Ketika sedang dibawah pengaruh minuman yang memabukkan maka kesadaran akan hilang dan bisa mengakibatkan seseorang melakukan perbuatan diluar kendali akal sehatnya dan dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

c.) Syarat Kehalalan Produk Menurut MUI

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), merupakan sebuah lembaga yang dibentuk oleh MUI dengan tugas menjalankan fungsi MUI untuk melindungi konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika²⁰.

Sebagai lembaga otonomi bentukan MUI, LPPOM MUI tidak berjalan sendiri. Keduanya memiliki kaitan erat dalam mengeluarkan keputusan. Sertifikat Halal merupakan langkah yang berhasil dijalankan sampai sekarang.

¹⁹ Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 2013), hlm. 497.

²⁰ Panduan Umum Sistem Jaminan Halal

Di dalamnya tertulis fatwa halal MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam dan menjadi syarat pencantuman labelan halal dalam setiap produk makanan minuman, obat-obatan, dan kosmetika.²¹

Syarat kehalalan produk tersebut meliputi:

1. Tidak mengandung DNA [babi](#) dan bahan-bahan yang berasal tradisional dari babi. Semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan [transportasinya](#) tidak boleh digunakan untuk daging babi; jika pernah digunakan untuk daging babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti; bahan yang berasal dari [organ](#) tubuh manusia, [darah](#), dan kotoran-kotoran.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan yang di[sembelih](#) dengan [syariat Islam](#). Daging yang berasal dari hewan halal dapat menjadi tidak halal jika disembelih tanpa mengikuti aturan syariat Islam. Berdasarkan hal ini berkaitan dengan web drama yang diteliti, pada web drama tidak terdapat adegan menyembelih hewan secara langsung. Mewakili syarat ini mengacu pada adegan yang menunjukkan bahwa toko tempat menjual bahan makanan yang ada di web drama tersebut memiliki logo halal, jadi dapat diasumsikan bahwa bahan makanan yang dijual

²¹ Halal MUI

di toko tersebut termasuk daging ayam sudah melewati syarat ini yaitu disembelih berdasarkan syariat Islam.

d.) Label Halal

Berdasarkan Peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan menyebutkan label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.²² Label halal adalah keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan dan sesuai dengan spesifikasi halal dalam Islam.

Berdasarkan Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di sebutkan bahwa untuk menjamin setiap pemeluk agama untuk beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban

²² Peraturan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, pasal 1 ayat [1], [3], [5].

memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.

2. Tinjauan New Media

a.) Pengertian New Media

*New media most commonly refers to content available on-demand through the Internet, accessible on any digital device, usually containing interactive user feedback and creative participation. Common examples of new media include websites such as online newspapers, blogs, wikis, video games and social media. A defining characteristic of new media is dialogue. New Media transmit content through connection and conversation. It enables people around the world to share, comment on, and discuss a wide variety of topics. Unlike any of past technologies, New Media is grounded on an interactive community.*²³

New media sering mengacu pada konten yang tersedia melalui permintaan di internet, diakses pada setiap perangkat digital, biasanya mengandung interaktif umpan balik pengguna dan partisipasi kreatif. Contoh umum dari media baru termasuk website seperti surat kabar *online* , blog , wiki , *video game* dan media sosial. Sebuah ciri khas dari media baru adalah dialog. *New Media* menyebarkan konten melalui koneksi dan percakapan.

²³En.wikipedia.org, “New media”, https://en.wikipedia.org/wiki/New_media, diakses pada 13 oktober 2016.

Hal ini memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berbagi, mengomentari, dan membahas berbagai topik. Tidak seperti teknologi masa lalu, *New Media* didasarkan pada komunitas interaktif.

Dikutip berdasarkan Wikipedia yang merupakan salah satu *New Media*, *New Media* adalah Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Realita yang terjadi saat ini media sosial merupakan salah satu yang menjadi kebutuhan masyarakat. Semakin hari media semakin berkembang hingga manfaatnya memudahkan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Setelah *New Media* kemudia berkembang lagi menjadi *New New Media*, hal tersebut membuktikan jika perkembangan media tidak ada habisnya. YouTube merupakan salah satu sosial media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. salah satu kelebihan YouTube adalah acara

televisi yang dulu hanya dapat disaksikan melalui layar televisi saat ini sudah dapat ditemukan tayangan yang sama di YouTube. Berdasarkan kelebihan YouTube tersebut dan manfaatnya yang banyak maka *New Media* yang menjadi tempat acuan penelitian adalah YouTube dan web drama.

2.) YouTube

YouTube merupakan *website* berbagi video gratis dan terbuka yang dalam pendiriannya terinspirasi dari *website* berbagi foto bernama Flickr dimana YouTube berawal dari sebuah ide untuk menciptakan wadah bagi keluarga, teman, dan kerabat untuk saling bertukar video rumahan²⁴. YouTube mempunyai lebih dari satu miliar pengguna yang hampir dari sepertiga dari semua pengguna internet, dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan.²⁵ Dengan lebih dari 3 miliar video dilihat setiap harinya pada akhir 2011, YouTube dapat dikatakan lebih besar dari pada Facebook dan Twitter bersama. Tetapi ini dikatakan lebih besar dalam konteks yang berbeda, video mengajak penonton dengan cara yang sangat berbeda dari menulis kata seperti di Facebook dan Twitter.²⁶ Umumnya pengguna media sosial lebih tertarik dengan informasi yang berupa video karena video dapat menjelaskan dengan jelas detail situasi dan kondisi yang sebenarnya terjadi, tidak seperti informasi

²⁴ Jin Kim. *User-generated content (UGC) revolution?: Critique of the promise of Youtube*. (Lowa: University of Iowa, 2010). hlm. 4.

²⁵ www.youtube.com, "Youtube statistik", Diakses pada, 16 oktober 2016.

²⁶ Paul Levinson, *New new media*. (Boston : Pearson, 2009), hlm. 7.

melalui tulisan seperti pada Twitter yang memiliki keterbatasan jumlah karakter huruf membuat informasi harus ditulis secara singkat dan jelas namun tidak memiliki jaminan yang membacanya akan memahami maksudnya.

YouTube dapat digunakan sebagai wadah berbagi kreativitas, hal ini berhubungan dengan pemanfaatan YouTube sebagai sarana untuk berbagi karya, baik karya amatir maupun karya hasil bekerjasama secara professional dengan pihak tertentu dengan berbagai macam tujuan tertentu. YouTube memiliki kebebasan bagi siapa saja untuk menonton berbagai konten video yang tersebar di situs ini, namun jika ingin mengunggah video pengguna harus terdaftar secara resmi agar dapat mengunggah video. Konten-konten pada YouTube sebagian besar diunggah oleh individu, meskipun banyak juga perusahaan media besar dari berbagai negara juga mengunggah materi mereka ke YouTube.

YouTube dilihat sebagai medium yang mampu menghantarkan konten berupa konsep identitas secara semiotik. Konsep semiotik-diri tersebut lebih lanjut dipahami sebagai contoh esensial dan perilaku secara semiotik dianggap serius sehingga mampu ‘mendikte’ seseorang untuk berperilaku tertentu.²⁷ Namun disadari jika hal tersebut dapat menjadi nyata atau efektif jika ditekankan kepada masyarakat secara sungguh-sungguh agar mampu

²⁷Nancy Thumim, *Self-Representation and Digital Culture*. (Palgrave MacMillan: Hampshire, 2012), hlm. 37.

merubah elemen sosial tertentu pada masyarakat. Pengguna YouTube dalam level korporat menjadikan YouTube sebagai teknologi adopsi *broadband* dan *streaming* yang membuka lahan yang lebih luas bagi para produsen video yang masing-masing memiliki konsentrasi yang berbeda, baik perbedaan *genre*, model penceritaan (serial atau non-serial), hingga model penceritaan (serial atau non-serial), hingga model bisnis (jaringan *web-grown*, televisi tradisional, tau omnibus dalam web dengan akses bebas-terbuka seperti YouTube).²⁸ Pemanfaatan YouTube dalam skala industri menjadikan YouTube sebagai salah satu kanal yang tak hanya berorientasi pengguna amatir atau UCG (*User-Generated Content*) tetapi juga profesional (*Professionally-Generated Content* atau PGC).²⁹

Kemajuan teknologi saat ini berdasarkan beberapa aspek yang harus ditekankan, yaitu kemudahan, aksesibilitas, dan mobilitas yang akan mempengaruhi beberapa hal yang akan menimbulkan nilai viral. Nilai viral adalah ketika sesuatu menjadi perhatian publik. Kata viral sering digunakan untuk menunjukkan video pada YouTube yang menjadi perhatian publik. Suatu video yang menjadi viral tidak selalu video yang memiliki *genre* sama tetapi *random* karena video apa saja bisa memiliki kesempatan menjadi viral di YouTube hingga menimbulkan perbincangan di masyarakat. Berdasarkan

²⁸Aymar Jean Cristian, *The Web as Television Reimagined? Online Networks and the Pursuit of Legacy Media* dalam *Journal of Communication Inquiry*. (London: Sage Publication, 2012), hlm. 351.

²⁹Jin Kim, *The Institutionalization of Youtube: From user-generated content to professionally generated content* dalam *Media, Culture, & Society*. (London: Sage Publication, 2012), hlm. 53.

hasil survei google, pengguna YouTube di Indonesia mengalami peningkatan. Peningkatan YouTube Indonesia dari tahun ke tahun mencapai 600 persen berdasarkan kuarta ketiga 2015 dibandingkan tahun sebelumnya dan pertumbuhan ini lebih besar tiga kali lipat dari negara di Asia Pasifik lainnya.³⁰ Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa YouTube merupakan media yang efektif untuk berbagi informasi, karena itu jika suatu video menjadi viral di YouTube maka penyebaran informasi kepada masyarakat akan langsung menyebar secara luas.

3.) Web Drama

Web series belakangan ini sedang banyak dibicarakan di beberapa golongan di masyarakat, karena ada salah satu web series yang sempat *booming* di Indonesia yaitu *web series* “Malam Minggu Miko”. *Booming* Malam Minggu Miko memiliki keuntungan sendiri selain pada penciptanya, yaitu bagi para pekerja kreatif karena web series dapat menjadi wadah untuk menyalurkan ide kreatif yang sulit untuk ditampilkan di televisi. Jika di Indonesia web series sedang jadi bahan perbincangan, maka begitu juga di Korea Selatan. Namun di Korea Selatan web series lebih dikenal dengan nama web drama.

Web drama merupakan drama pendek yang didistribusikan melalui media *online*, seperti website resmi atau melalui YouTube. Web drama paling

³⁰Fahmi Abidin, “Pengguna Youtube Indonesia meningkat 600 persen di Q3 tahun 2015”, Mix.co.id/news-trend/pengguna-youtube-indonesia-meningkat-600-persen-di-q3-tahun-2015, diakses pada 16 oktober 2016.

sedikit terdiri dari 3 episode hingga belasan episode. Setiap episode web drama berdurasi minimal 7 menit. Sama hanya dengan drama televisi, web drama bisa mengangkat tema apa saja, namun karena durasi yang singkat web drama tidak memiliki banyak adegan tambahan. Melihat dari durasinya, web drama hampir seperti film pendek, hanya saja web drama di buat berseri. Web drama dapat digunakan sebagai salah satu media promosi suatu produk, karena web drama ditayangkan melalui website tertentu dan youtube maka webdrama dapat menjadi salah satu media promosi yang menarik karena berbeda dengan media promosi lainnya yang sudah ada. Sama halnya dengan film, webdrama memiliki unsur yang sama dan dapat menjadi media promosi.

Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi harus dipikirkan secara matang, karena media merupakan salah satu saluran penyampaian komunikasi kepada khalayak. Pemilihan media yang tepat dapat membuat sekali proses komunikasi langsung menjadi efektif. Web drama merupakan salah satu media komunikasi massa yang ada, walaupun belum terlalu dikenal di Indonesia tetapi web drama sudah populer di Korea. Menyajikan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada dan menarik seperti web drama dapat menarik minat khalayak, tinggal bagaimana cara membuat banyak orang menonton web drama tersebut. Kesulitannya memang terletak pada bagaimana membuat banyak khalayak yang menonton web drama

tersebut karena web drama belum akrab di masyarakat Indonesia dan hanya dapat ditonton di *website-website* tertentu.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki asumsi-asumsi filosofis, strategi-strategi penelitian, dan metode-metode pengumpulan, analisis dan interpretasi data yang beragam lebih dari penelitian kuantitatif.³¹ Prosedur penelitian kuantitatif mengandalkan data berupa teks dan gambar, memiliki langkah-langkah unik dalam analisis datanya, dan berseumber dari strategi-strategi penelitian yang berbeda-beda.³²

2. Subyek dan obyek penelitian

Subyek dari peneitian ini adalah web drama “Lunch Box” di YouTube. Sedangkan obyek penelitian ini adalah representasi makanan halal oleh Kfood. Pada penelitian ini obyek yang akan diteliti diambil dari *scene-scene* dan dialog yang terdapat pada web drama “Lunch Box”, di antaranya:

- 1.) Adegan pada *scene* di toko. Pada *scene* tersebut pemilik toko menunjukkan logo halal, *scene* ini akan dianalisis sesuai dengan teori tentang label halal.

³¹John W. Creswell, *Research Design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), hlm. 258.

³²*Ibid*, hlm. 258.

- 2.) Adegan pada *scene* di restoran dimana tokoh utama pria sedang mencari informasi mengenai makanan halal. Pada *scene* ini terdapat gambar tentang bahan makanan apa saja yang halal, *scene* ini akan dianalisis menggunakan teori tentang makanan halal berdasarkan ketentuan dalam Al-Qur'an.
- 3.) Adegan pada *scene* yang sama dengan sebelumnya yaitu tokoh utama pria sedang mencari informasi mengenai makanan halal. Pada *scene* terdapat gambar halaman *website* mengenai makanan halal, *scene* ini akan dianalisis dengan teori yang berhubungan dengan label halal.
- 4.) Adegan pada *scene* tokoh utama memasak. Pada *scene* ini terdapat bahan makanan yaitu buah-buahan dan sayuran, *scene* ini akan dianalisis menggunakan teori tentang makanan halal berdasarkan ketentuan dalam Al-Qur'an.
- 5.) Adegan tokoh utama menemukan bekal di lokernya. Pada *scene* tersebut tulisan halal di atas bekal. *Scene* ini akan dianalisis dengan teori yang berhubungan dengan label halal.
- 6.) Adegan pada *scene* Lia sedang berbicara dengan Ibunya melalui *video call*. Pada *scene* ini Lia mengatakan dan menunjukkan bahwa di lokernya ia mendapatkan makanan dengan tulisan halal. *Scene* ini akan dianalisis dengan teori yang berhubungan dengan label halal.
- 7.) Adegan pada *scene* tokoh utama Lia menemukan bekal di lokernya. Pada *scene* tersebut terdapat gambar yang menunjukkan bahwa makanan tersebut

dibuat dari bahan halal. *Scene* ini akan dianalisis menggunakan teori tentang makanan halal berdasarkan ketentuan dalam Al-Qur'an.

3. Metode pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi berupa web drama "Lunch Box". Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang³³. Dokumentasi dapat menggunakan dokumen publik, seperti makalah ataupun koran. Selain itu dapat menggunakan dokumen pribadi, seperti buku catatan harian atau surat. Saat ini dokumentasi bisa berupa dokumen berbentuk digital, seperti dari *website* atau berupa video yang berkaitan dengan penelitian.

Langkah-langkah yang penulis ambil untuk mengumpulkan data yaitu:

- a. Mengidentifikasi web drama "Lunch Box" dari YouTube.
- b. Mengamati dan mengamati jalan cerita web drama tersebut yang ada pada YouTube dan beberapa sumber lain yang sesuai dengan objek penelitian serta makanan halal.
- c. Memilih dan memilah data yang berkenaan dengan objek penelitian, yaitu tentang makanan halal.
- d. Mengumpulkan informasi mengenai upaya pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan produk makanan Korea halal melalui K-Food.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 240.

4. Metode Analisis Data

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik, karena penelitian ini perlu menginterpretasi simbol dan tanda yang ada, baik secara audio maupun secara visual. Suatu simbol, dari perspektif kita, adalah sesuatu yang memiliki signifikasi dan resonansi kebudayaan. Simbol tersebut memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan memiliki makna mendalam.³⁴

Analisis semiotik yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu analisis semiotik yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Roland Barthes merupakan penerus pemikiran semiotik yang sebelumnya dikembangkan oleh Ferdinand Saussure. Saussure tertarik pada acara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang berbeda situasinya.³⁵ Roland Barthes kemudian meneruskan pemikiran tersebut dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antar konvensi dalam teks dan konvensi yang dialami dan diharapkan penggunanya. Gagasan Barthes tersebut

³⁴Arthur Asa Bergerf, *Pengantar semioyika: tanda-tanda dalam kebudayaan kintemporer*. (Yogyakarta: Tiara wacana, 2010), hlm. 28.

³⁵Rachmat Kriyantono, *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. (Jakarta: Prenada media, 2006), hlm. 270.

dikenal dengan “*order of significations*”.³⁶ “*order of significations*” terdiri dari dua tingkat pemaknaan, yaitu:³⁷

a. Denotasi

Denotasi diartikan sebagai makna sesungguhnya. Selain itu denotasi merupakan level dasar dan deskriptif dari pemaknaan dimana konsensus atas makna disetujui oleh banyak orang secara luas. Penanda berhubungan dengan pertanda yang merupakan representasi mental atau konseptual dari suatu benda.

b. Konotasi

konotasi dimaknai sebagai makna yang muncul dari pengalaman dan kultural personal. Proses penandaan lebih luas dengan menghubungkan Bahasa ke dalam tema dan makna tertentu sehingga diperoleh pertanda baru yang sangat terkait dengan konteks sosial, budaya, dan sistem nilai yang ada. Selain itu menurut Barthes konotatif tidak sekedar mengandung makna tambahan tapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Salah satu tulisan Barthes yang berjudul “Pengantar Analisis Struktur Narasi” berkaitan dengan hubungan antara struktur narasi dengan struktur kalimat, yang memungkinkan Barthes untuk mengamati hal tersebut dalam lini linguistik.

³⁶*Ibid.*, hlm. 270.

³⁷Dirangkum dari Alex Sobur, *Semiotik Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 68-69 ; Danastri Rizqi Nabilah, *Youtube Sebagai Media Ekspresi Alternative Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia Dalam Webseries “CONQ”*, skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2015), hlm. 26.

Semiotika melihat peran tanda linguistik sebagai bagian dari kehidupan sosial. Tanda dan peran linguistik yang dikaji dipandang memiliki peran representasi atas suatu budaya mengingat budaya itu sendiri terbentuk melalui unsur-unsur linguistik seperti Bahasa.³⁸ Barthes membagi karyanya menjadi tiga tingkatan hirarkis: “Fungsi,” “aksi,” dan “narasi.”³⁹ “Fungsi” adalah bagian elemen dari suatu karya, seperti kalimat deskripsi tunggal yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi suatu karakter. Karakter tersebut akan menjadi “aksi” dan karenanya menjadi salah satu elemen yang membentuk “narasi.”⁴⁰

Tabel 1: Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Sumber: Alex Sobur. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hal. 69.

³⁸ Dirangkum dari Galuh Indah Banyuntaridewi, *Blog Dan Identitas Masyarakat Korea Selatan (Analisis Semiotik Terhadap Representasi Identitas Budaya Populer Korea Selatan Dalam Artikel Cutlute Dan Lifestyle Situs <http://blog.korea.net>)*, skripsi tidak di terbitkan, (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2012), hlm.19-20 ; Arthur Asa Berger, *Media Analysis Technique*, (Los Angeles: Sage Publication, 2014), hlm. 3.

³⁹ Roland Barthes, *Membedah mitos mitos budaya massa: semiotika atau sossilogi tanda, symbol, dan representasi*. (Yogyakarta : Jalasutra, 2010). Hlm. Xix.

⁴⁰ *Ibid* ., Hlm. Xix.

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan pertanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4).⁴¹ Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Penanda konotasi dan denotasi bermuara pada pembongkaran sebuah ideologi atau mitos yang terjadi pada masyarakat pada periode tertentu. Karenanya, setiap teks yang lahir dalam berbagai medium pesan termasuk film merupakan sebuah proses interpretasi dalam membuat film.⁴²

Untuk analisis data yang telah diperoleh dari berbagai sumber maka data tersebut diolah dengan langkah-langkah:

- 1) Mengidentifikasi tanda-tanda yang mengacu pada indikator makanan halal dalam setiap adegan (visual) dan percakapan (verbal) → memisahkan berdasarkan *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) kemudian diuraikan berdasarkan strukturnya.
- 2) Menganalisis tanda tersebut untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitosnya.
- 3) Melakukan interpretasi dan menarik kesimpulan.

⁴¹Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. (Remaja Rosdakarya, Bandung: 2006), hlm. 69.

⁴²*Ibid* ., hlm. 69.

G. Sistematika Pembahasan

Kerangka penelitian dalam penelitian ini terdiri dari persiapan penelitian, penelitian dan hasilnya, serta penutup. Hal-hal tersebut akan terbagi menjadi empat bab, antara lain:

Bab I memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, Metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang gambaran umum web drama Lunch Box.

Bab III berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang representasi makanan halal dalam web drama Lunch Box yang hasilnya berupa analisis semiotik pada adegan dan dialog yang di ambil dari scene dalam web drama Lunch Box.

Bab IV merupakan penutup yang berisi kesimpulan, kritik dan saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis tanda verbal dan non verbal dari web drama "Lunch Box" mengenai makanan halal dalam web drama tersebut. Penelitian ini membahas bagaimana K-Food berupaya dalam mempromosikan makanan halal, lalu bagaimana web drama "Lunch box" berusaha menampilkan makanan halal dan tentang bagaimana web drama "Lunch box" meyakinkan penonton bahwa makanan yang ditampilkan halal. Dari web drama ini terdapat tujuh *scene* yang mendukung dan telah dianalisis menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Dari tujuh *scene* tersebut terbagi menjadi 2 indikator yang mengklasifikasikan makanan halal untuk menunjukkan makanan halal dan untuk meyakinkan penonton, antara lain: (A) Makanan Halal Berdasarkan Syarat Halal Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan (B) Makanan Halal Berdasarkan Label Halal.

Makanan halal pada web drama "Lunch Box" ditampilkan berdasarkan bahan-bahan yang digunakan. Dalam penelitian ini digunakan syarat makanan halal menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI). Terdapat 3 *scene* yang berkaitan. *Pertama*, *scene* Yong mencari informasi mengenai makanan halal. *Kedua*, *scene* Yong memasak. *Ketiga*, *scene* 100% halal. Dari ketiga *scene* tersebut yang menjadi persamaan adalah terfokus pada bahan-bahan yang digunakan dan kesesuaian dengan

ketentuan bahan halal dalam Al-Qur'an. Pada web drama tersebut *scene* kedua dan ketiga merupakan makanan yang dimasak langsung oleh Yong. Sedangkan untuk mengetahui makanan tersebut halal atau tidak dilihat berdasarkan bahan-bahan yang digunakan. MUI menetapkan syarat-syarat makanan halal, persyaratan ini dibuat berdasarkan ketetapan Allah SWT dan berdasarkan surah-surah yang terdapat dalam kitab suci Al-Qur'an. Selain bangkai, babi, darah, *khamr* dan binatang yang disembelih dengan menyebut selain nama Allah bahan makanan lainnya halal. Bahan-bahan makanan yang halal antara lain buah-buahan, sayuran, telur, bahan makanan yang berasal dari laut serta daging, seperti daging ayam dan sapi. Pada web drama "Lunch Box" ini dianalisis sesuai syarat ketentuan halal menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI). Web drama ini menonjolkan bahan-bahan berupa sayur dan buah-buahan. Menggunakan teknik pengambilan gambar yang baik dan memfokuskan pada bahan makanan yang segar dan adegan memasak ditampilkan dengan mode *zoom* sehingga penonton dapat melihat dengan jelas kesegaran bahan makanan yang disominasi oleh buah dan sayur-sayuran ini.

Indikator makanan halal berdasarkan tiga syarat MUI yaitu, tidak mengandung babi, bahan-bahan yang diharamkan dan disembelih dengan syariat Islam. Berdasarkan ketiga syarat tersebut *scene* yang sesuai adalah *scene* Yong memasak. Pada *scene* tersebut terdapat bahan-bahan yang digunakan yaitu sayur, buah dan daging yang diperkirakan merupakan daging ayam. Sayur dan buah bukan bahan yang diharamkan, sama halnya dengan daging ayam tergantung bagaimana

ayam tersebut disembelih. Tidak mengandung DNA babi dan disembelih sesuai dengan syariat Islam merujuk pada daging diperkirakan merupakan daging ayam tersebut. Untuk memastikan hal ini dijelaskan pada bagian analisis bahwa daging tersebut merupakan daging ayam sebagaimana peneliti juga menyisipkan gambar daging ayam dari web drama, lalu gambar daging ayam hasil pencarian dari situs *online* serta gambar daging babi, kemudian membandingkannya berdasarkan ketiga gambar tersebut. Hasilnya daging yang didapat adalah daging dalam web drama tersebut menyerupai daging ayam, dilihat dari warna dan bentuk serta teksturnya. Mengenai apakah daging tersebut disembelih berdasarkan syariat Islam atau tidak hal ini tidak tergambar langsung di jalan cerita web drama tersebut. Karena itu untuk meyakinkannya hal tersebut kembali pada *scene* yang pertama di teliti yaitu label halal pada toko yang menjual bahan-bahan makanan yang dibeli Yong dan digunakan untuk memasak. Dengan adanya label halal pada toko tersebut diyakini bahwa bahan-bahan makanan yang dijual halal sesuai dengan syarat-syarat kehalalan bahan makanan yang sudah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan.

K-Food berusaha meyakinkan bahwa Pada umumnya bahan makanan halal yang sudah ditentukan lembaga yang mengatur makanan halal bersifat sama di negara mana pun. Dibantu dengan *scene* sebelumnya tentang label halal dari negara lain, K-Food berusaha menyampaikan bahwa bahan halal yang mereka gunakan sama dengan standar bahan makanan halal dari negara lain. Berbagai negara tidak memiliki perbedaan yang signifikan karena syarat-syarat yang dibuat berdasarkan ketetapan

Allah SWT. Jadi, walaupun menggunakan klasifikasi halal selain dari lembaga halal di Indonesia hal tersebut tetap diperbolehkan.

Untuk meyakinkan penonton bahwa makanan yang ada pada web drama halal karena dari bahan yang halal adalah dengan label halal. Label halal dalam web drama tersebut terdapat empat *scene* yang menggambarkan makanan halal. *Pertama*, *scene* pemilik toko menunjuk pada logo halal yang ada pada tokonya. *Kedua*, *scene* Yong mencari informasi mengenai makanan halal. *Ketiga*, *scene* Lia menemukan bekal di lokernya. *Keempat*, *scene* Lia sedang berbicara dengan Ibunya melalui *video call*. Pada empat *scene* tersebut tanda visualnya tergambar dengan jelas, tetapi tanda verbalnya tersirat sehingga perlu dipahami dengan baik agar maksud sebenarnya dari web drama tersebut tersampaikan dengan baik dan benar. Jika dilihat dari empat *scene* ini K-Food menampilkan makanan halal melalui label halal yang terdapat pada di web drama tersebut. Mulai dari label halal yang terdapat di toko, K-Food berusaha membuat penonton memahami bahwa label tersebut menjadi tanda bahwa bahan-bahan yang dijual di toko tersebut halal. Jadi, walaupun tidak terdapat *scene* khusus tentang proses mendapatkan bahan makanan yang halal, label tersebut mewakili bahwa toko itu menjual bahan makanan halal. Lalu label halal yang terdapat pada *scene* Yong mencari informasi mengenai makanan halal di internet. Pada *scene* tersebut terdapat tiga logo halal dari tiga negara berbeda, yaitu Indonesia, Malaysia dan Singapura. Dengan ditampilkannya label-label halal tersebut K-Food ingin menunjukkan bahwa web drama ini tentang makanan halal. Kemudian *scene* ketiga

dan keempat, kedua *scene* ini berkaitan karena menampilkan label halal yang sama. Label halal pada kedua *scene* ini secara tersirat dibuat oleh Yong, hal tersebut menjadi masuk akal karena label tersebut diletakkan di atas bekal yang Yong buat sendiri. Walaupun bukan label yang dibuat secara resmi oleh lembaga halal namun dilihat dari *scene* Lia menunjukkan label tersebut ketika sedang *video call* dengan Ibunya membuat label tersebut terlihat jelas dikamera. Adegan tersebut menjadi satu upaya K-Food dalam menampilkan label halal untuk meyakinkan penonton jika makanan yang ditampilkan pada web drama tersebut halal.

Web drama “Lunch Box” ini menjadi salah satu media K-Food dalam mempromosikan makanan halal Korea. Menampilkan label halal dan bahan-bahan makanan yang halal web drama ini berusaha menarik minat penonton. Selain itu bahan-bahan makanan yang ditampilkan memiliki visualisasi yang menarik dan masakan yang dibuat merupakan masakan Indonesia yang sering dijumpai sehari-hari seperti nasi goreng sehingga membuat penonton menjadi tertarik tentang bagaimana masakan tersebut dibuat di Korea. Selain web drama, K-Food juga membuat iklan dan mengadakan pameran makanan halal langsung di tiga negara yaitu Indonesia, Malaysia dan UEA yang membuat jangkauan mereka semakin meluas dan dapat dirasakan secara langsung bagi pengunjung.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang representasi pada web drama “Lunch Box” ini maka peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi semua pihak yang ingin atau sedang melakukan penelitian lebih lanjut tentang web drama ataupun tentang representasi makanan halal.

1. Untuk para produser atau pembuat film maupun web drama yang akan membuat karya yang melibatkan dua agama atau dua negara agar tidak menonjolkan salah satu agama atau negara saja, jadi porsinya harus dibagi secara adil. Isi pesan yang akan disampaikan juga harus melalui riset dan observasi yang mendalam karena menyangkut agama agar ketika sampai kepada masyarakat tidak menimbulkan kesalahpahaman.
2. Untuk penonton khususnya yang menyukai film atau web drama karya luar negeri, hendaknya dapat menjadi penonton yang cerdas karena mungkin perbedaan negara dan budaya membuat apa yang tersaji dalam film tidak sama atau tidak cocok dengan budaya kita. Selain itu, jika terdapat perbedaan agama antar tokoh, penonton hendaknya tetap memiliki sikap toleransi walaupun itu hanya cerita dalam web drama atau film saja.
3. Bagi teman-teman yang hendak melakukan penelitian, meneliti web drama saat ini belum banyak dilakukan. Jadi, web drama bisa menjadi salah satu media yang dapat diteliti selain film atau drama televisi karena saat ini

tema web drama sudah semakin bervariasi dan banyak sehingga peneliti dapat memilih tema sesuai dengan yang diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Fahmi “Pengguna Youtube Indonesia meningkat 600 persen di Q3 tahun 2015”, Mix.co.id/news-trend/pengguna-youtube-indonesia-meningkat-600-persen-di-q3-tahun-2015, diakses pada 16 oktober 2016.

Al Qur'an Karim dan Terjemahan, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 1999.

Al-Utsaimin, Muhammad bin Shalih, *Halal dan Haram dalam Islam*, Jakarta:

Ummul Qura, 2013.

Bergerf, Arthur Asa, *Pengantar semiotika: tanda-tanda dalam kebudayaan kintemporer*, Yogyakarta: Tiara wacana, 2010.

Banyuntaridewi, Galuh Indah, *Blog Dan Identitas Masyarakat Korea Selatan (Analisis Semiotik Terhadap Representasi Identitas Budaya Populer Korea Selatan Dalam Artikel Cutlute Dan Lifestyle Situs <http://blog.korea.net>)*, Skripsi , Yogyakarta: Program Sarjana S1 Universitas Gajah Mada, 2012.

Barthes, Roland, *Membedah mitos mitos budaya massa: semiotika atau sosiologi tanda, symbol, dan representasi*, Yogyakarta : Jalasutra, 2010.

Berger, Arthur Asa, *Media Analysis Technique*, Los Angeles: Sage Publication, 2014.

Creswell, John W, *Research Design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*, Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010.

Cristian, Aymar Jean , *The Web as Television Reimagined? Online Networks and the Pursuit of Legacy Media* dalam *Journal of Communication Inquiry*, London: Sage Publication, 2012.

En.wikipedia.org, “New media”, https://en.wikipedia.org/wiki/New_media, diakses pada 13 oktober 2016.

Halal MUI

Id.wikipedia.org, “Pengaruh sosial Youtube”, https://id.wikipedia.org/wiki/Pengaruh_sosial_YouTube, diakses pada 25 September 2016.

Julianto, Andrean Kennardi, *Kampanye Sosial Berbentuk Video Berseri Di Youtube Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014 (Studi Kasus Strategi Komunikasi "Cameo Fun Campaign" Oleh Cameo Production Sebagai Kampanye Sosial Pada Pemilu Presiden Indonesia 2014)*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, 2015.

Kim, Jin, *The Institutionalization of Youtube: From user-generated content to professionally generated content dalam Media, Culture, & Society*, London: Sage Publication, 2012.

Kim, Jin, *User-generated content (UCG) revolution?: Critique of the promise of Youtube*, Iowa: University of Iowa, 2010.

Koreahalal.org

Kriyantono, Rachmat, *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Prenada media, 2006.

Levinson, Paul, *New new media*, Boston : Pearson, 2009.

Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, "Korean Wave of Korean foods in the World's Biggest Halal Food Market, Indonesia!", English.mafra.go.kr <http://english.mafra.go.kr/main.jsp>, diakses pada 02 Maret 2017.

Nabilah, Danastri Rizqi, *Youtube Sebagai Media Ekspresi Alternative Gay Indonesia: Analisis Semiotik Gay Indonesia Dalam Webseries "CONQ"*, Skripsi Yogyakarta: Program Sarjana S1 Universitas Gajah Mada, 2015.

Nistanto, Reska K. "Indonesia, penonton Youtube terbesar se-Asia Pasifik", Kompas.com <http://tekno.kompas.com/read/2015/10/20/17315317/Indonesia.Penonton.YouTube.Terbesar.se-Asia.Pasifik>, diakses pada 25 September 2016.

Panduan Umum Sistem Jaminan Halal

Peraturan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, pasal 1 ayat [1], [3], [5].

- Prof. Dr. M. Mutawalli Sya'rawi, *Halal dan Haram*, Jakarta: Pustaka Al Kautsar, 1994, cet. 1.
- Setiawan, Irma Putri Setiawan, *Deskripsi Bahan Produk Makanan Olahan Korea Yang Halal Untuk Dikonsumsi*, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Diploma III Bahasa Korea Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, 2016.
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006.
- Triana, Lusi 2014. “ Malam Minggu Miko, Komedi Galau Para Jomblo”, <http://www.muvila.com/film/artikel/malam-minggu-miko-komedi-galau-para-jomblo-140910x.html>, diakses pada 19 Januari 2017.
- Thumim, Nancy, *Self-Representation and Digital Culture*, Palgrave MacMillan: Hampshire, 2012.
- Tuasikal, Muhammad Abduh, 2016. “Tidak ada sertifikat halal, pastikah haram?”, <https://rumaysho.com/13083-tidak-ada-sertifikat-halal-pastikah-haram.html>, diakses pada 18 desember 2016.
- Vicar, “Makanan Halal dan Bergizi”., <http://islam-itu.blogspot.co.id/2007/11/makanan-halal-bergizi.html>, diakses pada 10 november 2016.
- Youtube, “Youtube statistik”, www.youtube.com, diakses pada, 16 oktober 2016.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Khairunnisa
Tempat dan Tanggal Lahir : Tanjungpandan, 03 Januari 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia
Alamat : Jln. Kamboja B.88 AKA, Rt. 1 Rw. 1,
Lesungbatang, Tanjungpandan, Belitung.
Status Perkawinan : Belum Menikah
Nama Ayah : Ismail S.ST
Nama Ibu : Yulia Dwi
No. HP : 082136230697
E-Mail : khairunnisaa95@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan :

1. Pendidikan Formal

- | | |
|----------------------------------|------------|
| a. TK Angkasa Tanjungpandan | Lulus 2000 |
| b. SD Negeri 16 Tanjungpandan | Lulus 2006 |
| c. SMP Negeri 1 Tanjungpandan | Lulus 2009 |
| d. SMA Negeri 1 Tanjungpandan | Lulus 2012 |
| e. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta | Lulus 2017 |