

JURNAL HARMONI

ISSN:1412-663X, e-ISSN:2502-8472

SENTIMEN PERCAKAPAN PENGGUNA TWITTER PADA HASHTAG #NONHALAL DALAM TIPOLOGI EKSKLUSIVISME, INKLUSIVISME, PLURALISME DAN TOLERANSI BERAGAMA

TWITTER USERS' CONVERSATIONAL SENTIMENT ON THE HASHTAG #NONHALAL IN THE TYPOLOGY OF EXCLUSIVISM, INCLUSIVISM, PLURALISM AND RELIGIOUS TOLERANCE

Dessy Kushardiyanti

Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, Jawa Barat, Indonesia
dessykushardiyanti@syekhnurjati.ac.id

Novy Khusnul Khotimah

Badan Narkotika Nasional Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, Indonesia
novy.khusnul@bnn.go.id

Zaenal Mutaqin

Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, Jawa Barat, Indonesia
z.mutaqin@syekhnurjati.ac.id

Artikel diterima 29 Juli 2022, diseleksi 16 November 2022, disetujui 15 Desember 2022

DOI:<https://doi.org/10.32488/harmoni.v21i2.630>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sentimen negatif dampak pemberitaan salah satu rumah makan Padang di Jakarta dengan inovasi rendang berbahan dasar daging babi. Fenomena tidak berprinsip dari asal usul filosofi budaya yaitu *Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah* dikaitkan dengan prinsip kehalalan produk sebagai salah satu ciri khas makanan Padang. Namun ternyata banyak tanggapan masyarakat yang memandang hal tersebut tidak mencerminkan toleransi dalam budaya dan agama, salah satu media sosial yang digunakan dalam menganalisis opini dan tanggapan tersebut adalah media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* dengan mengumpulkan data percakapan (*tweet*) dari aplikasi media sosial Twitter dengan pendekatan topik khusus menggunakan fitur '*hashtag*'. Pengambilan data dilakukan dengan

Abstract

This study was conducted to analyze the negative sentiment of the impact of news coverage at a Padang restaurant in Jakarta with rendang innovation made from pork. This is unprincipled from the origins of the cultural philosophy, namely Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah associated with the principle of halal products as one of the characteristics of Padang food. However, it turns out that there are many public responses that view this as not reflecting tolerance in culture and religion, one of the social media used in analyzing these opinions and responses is the social media Twitter. This study uses a mix method approach with the data collection technique used is conversations (tweets) from the Twitter social media application with a special topic approach using the 'hashtag' feature. Data collection was carried out using the Twitter API (Application Programming Interface) tool. The text and sentiment analysis is carried out using

menggunakan *tool* Twitter API (*Application Programming Interface*). Adapun analisis teks dan sentimen dilakukan dengan beberapa alat dan tahapan analisis data antara lain bantuan *data mining* yaitu menggunakan *Python* dengan tahapan meliputi proses *crawling data*, *text preprocessing*, penyesuaian bahasa, dan hasil klasifikasi sentimen (*labelling*) secara teknis menggunakan *Vader-TDIF*. Hasil *sentiment-sentimen* tersebut oleh peneliti kemudian ditransformasikan kedalam teori Alan Race. Hal ini bertujuan untuk menerapkan, menerjemahkan, dan mempersepsikan secara lebih sederhana persepsi sosial-psikologis. Tipologi Alan Race yang meliputi eksklusivisme, inklusivisme, pluralisme menjadi dasar kategorisasi terhadap sentimen pengguna Twitter dalam memaknai suatu isu populer. Hasil sentimen yang dibentuk dari model prediksi dengan algoritma Naive-Bayes menunjukkan hasil yaitu persentase sentimen dominan adalah netral atau mewakili pluralisme dengan hasil terbanyak yaitu 47,9% sentimen negatif mewakili eksklusivisme yaitu 21,23%, dan sentimen positif atau inklusivisme yaitu 30,87% dengan tingkat akurasi sebesar 66,43%. Dengan mengetahui kondisi sentimen dan pandangan masyarakat terhadap isu tertentu, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan intensitas kampanye relevan di media sosial twitter agar spesifik pada konteks perbedaan beragama dan berbudaya agar dapat meningkatkan pemahaman moderasi beragama di tengah masyarakat plural-multikultural.

Kata Kunci: Sentimen, Toleransi, Non Halal, Twitter

PENDAHULUAN

Medio tahun 2022 media sosial Twitter diramaikan oleh cuitan netizen terkait sajian masakan yang identik dengan masyarakat Minangkabau Provinsi Sumatera Barat yakni rendang, namun yang menjadi ramai dibicarakan karena rendang ini adalah non halal,

several tools and stages of data analysis, including data mining assistance, namely using python with stages covering the process of crawling data, text preprocessing, language adjustment, and the results of sentiment classification (labelling) technically using Vader-TDIF. The results of these sentiments by researchers are then transformed into Alan Race's theory. This aims to apply, translate, and perceive in a simpler way social-psychological perceptions. Alan Race's typology which includes Exclusivism, Inclusivism, Pluralism is the basis for categorizing the sentiments of Twitter users in interpreting a popular issue. The sentiment results formed from the prediction model with the Naive-Bayes algorithm show the result that the percentage of dominant sentiment is neutral or represents pluralism with the highest yield, namely 47.9%. , negative sentiment represents exclusivism, namely 21.23%, and positive sentiment or inclusivism, namely 30.87% with an accuracy rate of 66.43%. By knowing the conditions of community sentiment and views, this research is expected to become a reference in decision making and increase the intensity of relevant campaigns on social media Twitter specifically in the context of religious and cultural differences in order to further enhance the understanding of tolerant religious moderation in a plural-multicultural society.

Keywords: Sentimen, Tolerance, Non Halal, Twitter

isu ini menjadi kontroversi sehingga menimbulkan perdebatan di jagad media sosial dan media online. Paul Harrigan (2017) menyatakan bahwa media sosial memiliki peranan dalam membentuk keterikatan pengguna melalui opini publik, sajian kuliner rendang yang menjadi ciri khas sajian dari Sumatera Barat ini telah menjadikannya menjadi

salah satu provinsi yang dilirik sebagai destinasi wisata bukan hanya dikenal bagi kalangan turis lokal namun juga mancanegara (Maulana, 2014). Sajian rendang yang terkenal hingga lingkup dunia, bahkan telah dinobatkan oleh CNNgo sebagai “*The Most Tastiest Food In The World*” dan “*World Best Halal Culinary Destination*” berdasarkan jaminan halal dan cita rasanya. Hal ini tentu menjadikan sajian kuliner masyarakat Minangkabau (Nasi Padang) sebagai produk budaya masyarakat Sumatera Barat yang melekat dengan kearifan lokal menjadi daya tarik tersendiri terutama bagi masyarakat dunia melalui kuliner halalnya. Selain itu, masyarakat Sumatera Barat mempunyai falsafah hidup *Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah*, hal tersebut yang kemudian menjadikannya sebagai wilayah pengembangan pasar wisata syaria’ dengan berbagai produk dan pengelolaannya.

Ketika munculnya rendang berbahan baku non halal (daging babi) menjadi viral di platform media sosial Twitter sebagai lauk pauk utama pada menu lengkap di sebuah rumah makan di Jakarta pada medio 2022 (republika.co.id, 2022). Hal ini kemudian menjadi pemicu dalam keterlibatan beberapa masyarakat yang mendebatkan pemberitaan rumah makan Padang dengan maksud berinovasi menggunakan bahan baku daging babi dan memberikan label sebagai masakan Nasi Padang non halal. Pemberitaan ini telah mendapat respon dari beberapa tokoh antara lain seperti budayawan, ulama dan pemerintah. Seperti tanggapan dari Guspari Gaus Anggota DPR RI Sumatera Barat dalam (republika.co.id, 2022) bahwa menu masakan Nasi Padang non halal tersebut memprihatinkan dan merupakan penghinaan masyarakat Minangkabau. Demikian juga disampaikan oleh Wakil Ketua Majelis Ulama Indonesia, Anwar Abbas (suara.com, 2022) memohon untuk segera ditindaklanjuti secara jalur hukum

karena dianggap merupakan praktik tidak terpuji dan merupakan pelecehan agama dan budaya Minangkabau itu sendiri. Termasuk dari kalangan budayawan dari Universitas Andalas, Gusti Asnan (inews.id, 2022) bahwa budaya Minangkabau identik dengan Islam, begitu pula dengan unsur dan simbol masyarakat Minangkabau identik dengan Islam, hal tersebut memicu ketersinggungan atas pemberian nama kuliner dengan Nasi Padang non halal.

Pandangan eksklusivisme di masyarakat yang seolah dimaknai pada protes keras Nasi Padang non halal ini tentu tidak mencerminkan sikap toleransi yang diharapkan terinternalisasi pada masyarakat multikultural di Indonesia. Fungsi keberagaman pada kehidupan seharusnya komitmen saling menghormati dan menjaga nilai-nilai kemanusiaan tanpa dibatasi sentimen termasuk sikap eksklusivisme pada kelompok keagamaan berbeda (Casram, 2016). Twitter menjadi tempat berdiskusi antara pro dan kontra hingga dapat kemudian dianalisis secara sentimen negatif dan positif atas suatu pemberitaan yang muncul di media massa.

Isu tersebut menjadi pemicu munculnya isu-isu lain terkait kearifan lokal yang bersinggungan dengan sikap toleransi yang dibahas oleh masyarakat melalui media sosial. Berdasarkan rujukan penelitian sebelumnya dimana toleransi dalam bermoderasi bergama lebih mengedepankan interaksi *mu’amalah* antar masyarakat dengan batasannya untuk dijaga bersama dan menyediakan ruang untuk saling menjaga dan menghormati segala perbedaan dan keunikan (Abror, 2020). Persepsi pengguna media sosial Twitter yang mayoritas milenial masih dipengaruhi oleh bagaimana materi konten yang secara intensif tersebar di media sosial termasuk dari artikel media massa. Sejauh ini kampanye media sosial lebih banyak dilakukan secara *offline*,

sedangkan di twitter hanya hasil dari pemberitaan dari media massa yang disebar melalui tautan berita. Berdasarkan penelitian (Salsabila, *et all*, 2021) secara umum di berbagai aspek pada ruang publik virtual selama pandemi sentimen negatif masih mendominasi percakapan antar pengguna Twitter terkait moderasi beragama. Hal tersebut juga dipertegas dari hasil observasi peneliti melalui analisis jaringan sosial dengan *Netlytic* bahwa akun Twitter media massa *online detik.com* memiliki peranan aktor yang cukup luas bagi interaksi antar pengguna Twitter yang lain (Netlytic.org, 2022).

Hal ini menggambarkan media sosial memiliki peranan dalam memberikan pemahaman akan bagaimana sikap toleransi dan saling menghargai kearifan lokal sebagai produk budaya yang ada di Indonesia, sehingga perlu untuk terlebih dahulu diketahui bagaimana sentimen yang sebenarnya terjadi melibatkan informasi yang beredar di media sosial tersebut. Sehingga, penelitian ini mengangkat bagaimana sentimen masyarakat terhadap eksistensi produk budaya yaitu pada kasus Nasi Padang non halal di media sosial Twitter melalui *hashtag* #nonhalal.

Kemunculan media sosial yang mulai berkembang pesat pada awal tahun 2000, menelisis banyak penelitian tentang mengapa orang terlibat dengan media sosial dan bagaimana faktor serta persepsi sosial-psikologis mempengaruhi keterlibatan interaksi mereka dengan orang lain. Beberapa hal yang cukup besar menarik perhatian dalam penelitian tentang media sosial antara lain terdapat dalam atribut pengguna, persepsi pengguna, hal kemudahan penggunaan, kegunaan, dan manfaat penggunaan. (Khotimah, 2021). Penelitian ini berusaha mengukur persepsi pengguna media sosial yaitu Twitter berkenaan dengan aspek persepsi sosial-psikologis yang diekspresikan dalam cuitan (*tweet*) di

media sosial. Persepsi sosial-psikologis tersebut dibatasi dalam ranah kerukunan beragama yang berkelindan dengan budaya yang sudah ada sebelumnya secara turun temurun yaitu budaya Minangkabau dengan falsafah budaya *Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah*. Istilah ini memiliki makna adat Minangkabau harus "bersendikan" kepada syariat Islam, yang pada gilirannya didasarkan pada Al-Quran dan Sunnah. Hal ini kemudian menjadi menarik ketika budaya yang sakral berjumpa dengan budaya populer yang merupakan akibat dari penggunaan media sosial dalam hal ini aplikasi Twitter.

METODE

Penelitian ini menggunakan *mix method* yang menggabungkan riset kuantitatif dan kualitatif. Untuk pendekatan kuantitatif sendiri dilakukan untuk memberikan gambaran konten yang dihasilkan dari percakapan di media sosial Twitter berdasarkan orientasi sentimen pengguna Twitter pada informasi Nasi Padang non halal melalui *hashtag* #nonhalal yang sempat viral dan masuk dalam daftar *trending* Twitter pada rentang periode 10 Juni 2022 hingga 20 Juni 2022. Pengumpulan data dilakukan dengan bantuan *tool Twitter API* dari total percakapan yang muncul untuk kemudian dianalisis pengelompokkan dengan berbagai bahasa dan secara teknis diperlukan analisis sentimennya dengan menggunakan modul *Python*. Dari data yang terkumpul kemudian terlebih dahulu dilakukan *pre-processing*, seperti dengan menghilangkan karakter spesial, seperti kapital, url, filterisasi duplikasi *tweet*, kata tidak baku, titik-koma tanda baca, dan dan *emoticon*. Tujuannya agar teks bisa seragam (Fauziyyah, 2020). Tahapan pembersihan data dilakukan sebelum data dianalisis lebih lanjut dengan melakukan filterisasi pada konten *tweet* duplikat, url dan lainnya (Fauziyyah, 2020). Selanjutnya, hasil

preprocessing tersebut data di-translasikan ke dalam bahasa Inggris dengan tujuan agar klasifikasi sentimen dapat lebih akurat karena modul yang digunakan belum dapat mendeteksi secara baik dalam Bahasa Indonesia. Tagar terdeteksi tahap selanjutnya yaitu labeling. Labeling sendiri digunakan dalam melakukan klasifikasi analisis sentimen dengan memanfaatkan modul *tool Textblob Vader Sentiment* dan *TFIDF* sebagai penganalisis teksnya dengan yaitu melihat identifikasi opini data teks (polaritas, subjektivitas). dimana skor polaritas dari teks yang dianalisis berada pada dengan kisaran -1.0 dan 1.0.

Jika nilai mendekati 1 maka dominansi positif, mendekati -1 dominansi negatif, dan 0 untuk sikap netral. Secara teknis, hasil tanslasi digunakan dalam penentuan sentimen menggunakan metode "Vader" dan "TFDIF". Penelitian analisis sentimen telah banyak dilakukan terutama pada kajian bidang teknologi dan sistem informasi, salah satunya digunakan untuk mengekstraksi opini publik berformat teks dengan *Natural Language Processing* (NLP) (Gormantara, 2020). Kategorisasi polaritas sentimen didapat dengan proses deskripsi detail, sehingga opini yang ditangkap pada media sosial dapat dikelompokkan ke dalam respon positif, negatif atau netral (Fang dan Zhan, 2015). Setelah diketahui label sentimen untuk setiap *tweet*, dibentuk model prediksi dengan algoritma Naive Bayes dengan pembagian porsi data latih dan data uji sebesar 80:20. Model ini diharapkan dapat memprediksi *tweet* dengan *hashtag* serupa dan memberikan *output* hasil sentimen yang sesuai sehingga membagi data menjadi dua yaitu data *Train* (latih)

dan data *Test* (tes) dengan porsi 80:20.

Dari hasil analisis sentimen yang telah dilakukan kemudian peneliti melakukan studi literatur untuk menjelaskan kembali hasil analisis sentimen yang didapat dengan pengumpulan referensi dan melakukan klasifikasi hasil sentimen ke dalam tipologi eksklusivisme, inklusivisme dan pluralisme berdasarkan teori Alan Race yang diterapkan dalam teologi agama Islam. Langkah ini dilakukan guna mengkaji lebih lanjut dalam latar belakang masalah terkait sentimen analisis dalam #nonhalal melalui *crawling* data percakapan di media sosial, langkah inipun dipertegas dalam Inayah dan Fredy (2020), bahwa atas pemberitaan tersebut kemudian timbul opini di kalangan masyarakat yang diekspresikan melalui media sosial terutama Twitter dengan *trending* #non halal lebih dari 19,8 ribu *tweet*. Twitter menjadi pilihan pengguna media sosial dalam menyampaikan opini dan respon

Kumpulan Data *Tweet* Non Halal

Pada tahap ini perlu dilakukan *crawling data tweet* menggunakan API dengan kata kunci #nonhalal. Adapun total data *tweet* yang didapat sebanyak 2950 *tweet* dengan mayoritas berbahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Pengambilan data *tweet* sejauh ini cukup mudah dilakukan pada media sosial twitter dikarenakan telah tersedia API (*Application Programming Interface*) (Twitter Inc., 2015). Berikut beberapa sampel data *tweet* yang ter-tracking pada gambar 1:

user	text
\$@EED	You ran go by literal translation. It was from one of non Ahmadi websites so don't worry Champ
@lohara16	Soal masakan loki dihubungin dg agama, ian nggak nyambung. Sy biasa makan Chinese food dg label HALAL dimasuk SM org Jawa, China Non muslim nggak ada yg protes tuh!! Jd kalo ada yg kyk gini sy jg bingung
@AbouLdeGomme	Ça non plus r'est pas halal pour info
@nerbtw_	comment tu peux ouvrir un snack dans le 94 non halal
@SecretSocietyG	ISS tu yg udah usaha kaffah negakin perbudakan halal, eee tapi malah dikecam yg seiman non kaffah
@_jannu	yg halal, aku biasane nemuin non halal
@Ragielele	What is the meaning of "Haram" here, is it equal to "Non Halal" ?
\$@EED	But you are suppose believe in them both. Would he prophcy about a non prophet and ask you to believe in him? I keep presenting his research
@LotusTulipLive	Hindus started by Ms, where non muslims were considered Kafirs. They even have their own food, business, money under the label Halal, clearly depicting untouchability. And still you say Hindus have hatred! liar !
@zak_1123	Non, tu peu juste pas lui donner des trucs au porc maist' es pas obligé de lui donner de la nourriture halal
@endingvradob	Kenapa ya di Bali nih banyak banget yang nanya "mbe ini kikiya babi?" di rumah makan padang apa gw yang gatau di Bali ada padang non halal ya jangangan
@stefsteftr	non halal bole ga wkwkwk dendeng
@womaz	non halal
@Nit_Doris_Day	Yes there's non Halal sections that aren't open to everyone.
@FFOODFEES	Fess Buat yg makan non Halal ini aku rekomen bakmi aloi... daging merah nya enak bgttt
@renedkacayin	Mj, setauku ta'zir itu denda untuk org yg sengaja nunda bayar padahal dia mampu. Dan itu masalahnya tetep le dara non halal, jadi gak bakal masuk di pendapatan bank. Endingnya dara non halal itu bakal disalurkan di kegiatan sosial jadi gaa ngendap
@akranon	tafaya ini mau r'haiin baw hawo tapi kareza ceta dan lain hal aku dan mestewe.milih jalan minuman halal jdt buat laikan yg non alimole person ge raga ya omua halal. bawar akutan haialdi jurat
@showpoinhour	Et il fallait voir la tête des antilles au bar quand on leur annonçait qu'il n'y avait pas d'alcool « Et il n'y a même pas de vin -Non c'est halal monsieur - Ah »
@_Shiyuu	Du cochon halal aussi non ?
@Gaby88699204	Is your meat sold non Halal, or is it slaughtered in a cruel way ?

Gambar 1. Data *tweet*

Preprocessing Text

Preprocessing text dilakukan guna melakukan “pembersihan” pada beberapa *keywords* pada *tweet* yang tidak diperlukan meliputi menghilangkan *tweet* kosong, menghilangkan duplikasi dan menghilangkan tanda baca. Melalui tahap ini berhasil tereduksi sejumlah 2936 dari total database *tweet* awal. Berikut data *tweet* hasil dari *preprocessing* pada gambar 2.

	text
2869	ada ibu dosen non minang yg jg ikut nyuarain p...
2330	yg begini tujuan ruu jaminan halal soalnya ora...
2391	bukannya sdh ditulis non halal waduh baper skl
2693	betul dulu masa st time travel sana konon teri...
775	bsi dan uus btn tidak berjalan sendirisendiri ...
2001	menurut saya kegiatan merendang babi bukanlah ...
2005	dari if love sampe nikah non halal
2897	ini namanya padang rumput halal ato non halal
2655	boleh menjual makanan non halal asal tdk pake ...
2130	lah iya makanya udah ada penjelasannya udah di...

Gambar 2. Hasil Data *preprocessing text*

PEMBAHASAN

Dari hasil yang pengolahan data percakapan pengguna Twitter pada hashtag #nonhalal yang diuraikan di atas, penulis akan melihatnya dengan dua pandangan yakni dengan

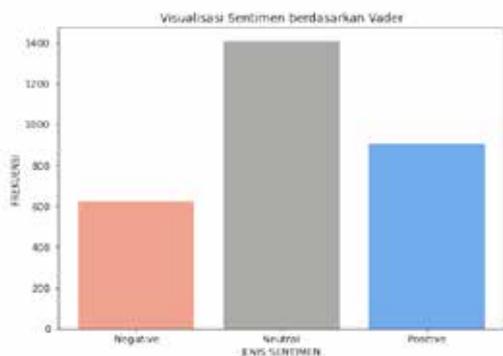
menggunakan konteks analisis sentimen yang akan menyoroti sisi relijiusitas dari pesan media sosial dan tipologi tripolar Alan Race; eksklusivisme, inklusivisme dan pluralisme. Kemudian telaah data dilanjutkan dengan kuantifikasi tipologi dan implikasinya pada toleransi beragama, seperti yang dipaparkan oleh penulis berikut ini.

Analisis Sentimen: Analisis Religious Dalam Konteks Media Sosial

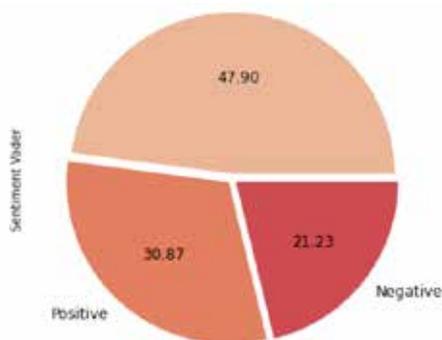
Data *tweet* yang ditarik dominan berbahasa Indonesia, oleh karena itu dalam menganalisis sentimen idealnya perlu diubah ke dalam bahasa yang mengakomodasi analisis sentimen. Untuk mengatasi hal tersebut, bagian ini memanfaatkan fitur pada *Python* dengan modul *googletrans* dengan fungsi translator. Idenya adalah dalam menentukan sentimen nanti data *tweet* akan diterjemahkan terlebih dahulu (apa adanya) ke dalam bahasa Inggris. Walaupun demikian, *googletrans* ini pun memiliki keterbatasan maksimum *query* (karena menggunakan *free API*). Melakukan translasi dengan menggunakan *googletrans* terdapat

beberapa keterbatasan terutama dari sisi jumlah *string*. Oleh karena itu peneliti menyasiasi dengan membagi jumlah data *tweet* ke dalam data frame lain dengan jumlah maksimum *tweet* sebanyak 500 buah. Walaupun tidak sempurna, pendekatan ini lebih baik dibandingkan menggunakan input data berupa Bahasa Indonesia.

Setelah data *tweet* melalui proses translasi *tweet*, proses selanjutnya hasil translasi tersebut dilakukan kembali *preprocessing* text sederhana. Hal ini dilakukan karena, hasil translasi memberikan teks Bahasa Inggris yang ternyata belum seragam dan masih terdapat tanda baca. Setelah dilakukan *preprocessing* kembali, kemudian yaitu dilakukan analisis sentimen dengan menggunakan pendekatan dan teknik *Vader* dan TFIDF untuk melihat skor sentimen.



Tabel 1. Klasifikasi sentimen Vader pada beberapa sampel data *tweet*



Gambar 3. Proporsi Sentimen (dalam %)

Berdasarkan hasil sentimen dengan metode *Vader_TDIF* tersebut, dihasilkan menghasilkan mayoritas sentimen netral dengan porsi sebesar 47.9%. Selanjutnya, akan dibentuk model prediksi atas hasil sentimen tersebut dengan menggunakan algoritma Naive Bayes. Model dibentuk berdasarkan pendekatan dengan pembagian data Train: Test sebesar 80:20. Evaluasi keakuratan model secara keseluruhan ditampilkan, dengan hasil sebagai berikut:

	Precision	Recall	Fi-score	Support
Negatif	0.55	0.38	0.45	125
Neutral	0.79	0.81	0.80	281
Positive	0.55	0.64	0.59	181
Acuracy			0.66	587

Tabel 2. Model Prediksi dengan Algoritma Naive-Bayes

Berdasarkan hasil tersebut, algoritma Naive - Bayes menghasilkan akurasi prediksi sentimen secara umum sebesar 66.43%, yang artinya secara umum, dari 100 *tweet*, model bisa menerka dengan benar sentimen mereka sebanyak 66-65 *tweet*. Hasil dari analisis sentimen juga menghasilkan *word cloud* berdasarkan visualisasikan informasi yang terdapat dalam *tweet* berdasarkan pengolahan kata seperti *Wordcloud* dan kata yang sering banyak muncul dalam *tweet*. Dari gambar di atas dapat dilihat beberapa kata yang terpolarisasi positif seperti kata "Tidak" pasti dominan muncul di sentimen negatif dikarenakan erat konotasinya ke arah sentimen negatif. Kemudian kata "halal" dominan terpolarisasi ke dalam *tweet* positif hal ini juga dikarenakan kata tersebut mengarah pada sentimen positif.

Eksklusivisme dan Tipologi Tripolar Alan Race

Beragam reaksi atas viralnya Nasi Padang non halal, menunjukkan suatu bentuk eksklusivitas beragama

terkait kehalalan suatu produk. Meski banyak yang beranggapan eksklusivisme adalah hal yang negatif, sebagaimana pernyataan Erik Baldwin, Michael Thune dan John Hick dalam (Khalid, 2020) yaitu eksklusivisme tidak rasional dan tidak relevan dalam konteks masyarakat plural-multikultural. Nyatanya tidak selalu demikian, karena dalam (Khalid, 2020) menyebutkan bahwa orang yang menganut eksklusivisme setidaknya masih tetap rasional walaupun dalam konteks masyarakat plural-multikultural dan masih dapat bertoleransi terhadap agama lain. Pandangan ini sebelumnya pernah dikemukakan oleh Jeroen De Ridder (2011), Kevin Meeker (2006), dan Gavin D'Costa (1996), Charles Kimball (2003).

Terdapat beberapa jenis pengelompokan saat memandang masyarakat di dalam multikulturalisme, namun yang paling akrab dengan public adalah tipologi yang dikemukakan Alan race yang memperkenalkan dan mempopulerkan tiga pendekatan (tripolar). Dalam *Christians and Religious Pluralism* (dalam Sirry, 2016), Race menjadikan eksklusivisme, inklusivisme, dan pluralisme sebagai penjelasan standar tentang bagaimana Kristen memandang agama lain. Pandangan Race ini cukup relevan dengan keberagaman di Indonesia dan Islam, tidak terkecuali di ruang media sosial.

Eksklusivisme adalah sikap yang berpandangan bahwa agama yang dipeluknyalah yang paling benar, sedangkan inklusivisme adalah sikap keberagaman yang melihat bahwa agama diluar yang dipeluknya juga terkandung kebenaran meskipun tidak seutuh dan sesempurna agama yang dianutnya. Sedangkan pluralisme berpikir kesadaran realitas yang berdiri sejajar, sehingga misionaris dan dakwah dianggap tidak relevan (Bakar, 2016). Perspektif eksklusif ini hidup dan tumbuh kuat dalam konteks

dunia Islam. Pandangan yang hanya satu pandangan atau satu interpretasi saja yang benar. Dan tentu saja, menurut pendapatnya, pandangan yang benar ini adalah miliknya, yang lain salah dan sesat. Dasar alkitabiah kelompok ini adalah pemahaman ayat-ayat Al-Qur'an menyebutkan;

"Barang siapa mencari agama selain Islam maka tidak akan diterima (agama) nya, dan dia termasuk orang yang merugi di akhirat" (Âl 'Imrân 3:85)

Demikian pula pernyataan Q.S. Âl 'Imrân 3:19

"Sesungguhnya agama (yang diridloi) disisi Allah hanyalah Islam. tiada berselisih orang-orang yang telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. barangsiapa yang kafir terhadap ayat-ayat Allah Maka Sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya"

Ayat-ayat Al-Qur'an ini dipahami oleh kelompok-kelompok eksklusif sebagai argumen normatif bahwa hanya Islam yang paling adil dan diridloi Allah. Selain alasan alkitabiah, teologi Islam sering berasumsi bahwa kedatangan agama Islam melampaui (menyempurnakan) atau meniadakan (*nashuf*) agama-agama sebelumnya. Klaim eksklusivitas ini dianggap alat penting untuk identifikasi diri satu kelompok untuk membedakan satu kelompok dengan kelompok lainnya. Klaim ini juga berfungsi sebagai sarana legitimasi dan integritas bersama di dalam kelompok, serta dasar yang efektif untuk melakukan agresi dan perlawanan terhadap kelompok lain. Sedangkan inklusivisme dipahami kebalikan dari kelompok eksklusif yang hanya mengakui kelompok partikular tertentu sebagai kelompok yang selamat dan

diridoi, kelompok inklusivis mengakui universalitas keselamatan tidak hanya bagi kelompok tertentu tapi juga bagi kelompok lainnya. Eksklusivisme menekankan partikularitas dan keunikan karya penyelamatan Allah, sedangkan inklusivisme menegaskan maksud penyelamatan Allah yang universal (Adiprasetya, 2002). Klaim inklusivis ini terutama muncul setelah Konsili Vatikan II di mana mereka mengakui kehadiran Allah di dalam agama-agama lain juga.

Dalam konsili tersebut dinyatakan bahwa Gereja Katolik tidak menolak apa pun yang benar dan kudus dalam agama-agama ini. Ia menyikapi dengan rasa hormat yang tulus jalan-jalan perilaku dan kehidupan ini, aturan-aturan dan ajaran-ajaran yang, sekalipun berbeda dalam banyak segi dari yang dipegang dan diteruskan oleh Gereja, namun kerap memantulkan sinar kebenaran yang menerangi semua manusia (Adiprasetya, 2002).

Dalam dokumen lain dalam Konsili tersebut juga dinyatakan bahwa: Mereka yang tidak mengenal Injil Kristus atau Gereja-Nya, namun yang mencari Allah dengan hati tulus dan tergerak oleh anugrah, mencoba dalam tindakan mereka untuk melakukan kehendak-Nya selama mereka mengenalnya melalui suara hati mereka – mereka juga dapat memperoleh keselamatan kekal. Pernyataan inipun memiliki kemiripan dalam konteks Islam dari ayat Al-Qur'an, misalnya surat Al Baqarah 2: 62 (lihat juga Al Mâ'idah 5: 69), memang disinilah letak perbedaan pemahaman antara kelompok eksklusivis dan kelompok inklusivis dalam memahami makna Islam dalam ayat Al-Qur'an. Mengenai eksklusivis, Sura Âl 'Imrân 3: 85 mengatakan:

"Sesungguhnya orang-orang mukmin, orang-orang Yahudi, orang-orang Nasrani dan orang-orang Shabiin, siapa saja di antara mereka yang benar-benar beriman kepada Allah, hari Kemudian

dan beramal saleh, mereka akan menerima pahala dari Tuhan mereka, tidak ada kekhawatiran kepada mereka, dan tidak (pula) mereka bersedih hati"

Kelompok inklusif yang lebih radikal dan liberal adalah kelompok yang pluralistik. John Hick adalah tokoh kunci dalam pengembangan konsep pluralistik ini dalam tradisi Kristen. Ia menyatakan bahwa penerimaan *Solus Kristus* yang diadakan secara eksklusif oleh pada tahun bertentangan dengan ajaran Kristus tentang Kehendak Keselamatan Universal Allah (Kehendak Keselamatan Umum Allah). Dengan demikian, Hick mengusulkan pergeseran paradigma dari paradigma yang berpusat pada Kristus (Kristen atau yang berpusat pada Kristus) ke paradigma yang berpusat pada Tuhan (berpusat pada Tuhan) (D'Costa, 1989). Jadi untuk Hick semua agama pergi kepada Tuhan dan menemukan keselamatan darinya. Selain argumen teologis ini, Hick menyajikan argumen fenomenologis dan filosofis. Dalam diskusi fenomenologisnya, ia mengalami struktur solutif yang umum di mana agama-agama besar menunjukkan pergeseran dari 'realitas yang berpusat pada diri sendiri (dari berpusat pada diri sendiri menjadi berpusat pada realitas). Karena itu ia mengusulkan perubahan makna dari Kristosentrisme menjadi Teosentrisme (D'Costa, 1989).

Teori Race memang tidak lepas dari kritik yang ditujukan pada kelemahan pemisahan sederhana tipologi ini. Seperti yang dikemukakan beberapa sarjana antara lain Tilley, D'Costa, Knitter, Platinga, Ariarajah, Heim, Neuhaus, dan Fredericks (Schmit-Leukel dalam Knitter, 2005). Namun penulis sependapat dengan Gazpers (2019) bahwa tipologi tripolar Race paling baik diterima sebagai "modeling" atau teori tentang realitas perjumpaan antaragama yang terjadi dari apa yang dia amati. Realitas perjumpaan antaragama jauh melampaui dari teori

yang dikemukakan oleh Race. Demikian pula halnya menurut penulis dalam memaknai konteks persepsi sosial-psikologis terhadap sentimen hashtag non halal di media sosial Twitter.

Kuantifikasi Tipologi dalam Model Proporsi Sentimen

Berorientasi pada tipologi Alan race, penulis mengusulkan modelling tipologi tripolar ke dalam proporsi sentimen berdasarkan *Vader-TDIF* (dalam %) tersebut dapat mewakili masing-masing wacana yang dikemukakan olehnya. Dengan kata lain mengkuantifikasikan teori Alan Race kedalam analisis sentimen. Hal ini bertujuan untuk menerapkan, menerjemahkan, dan mempersepsikan secara lebih sederhana bagaimana persepsi sosial-psikologis pengguna Twitter dalam memaknai suatu isu populer yang berhubungan teologi keagamaan dalam hal ini *hashtag #nonohalal* yang dihubungkan dengan agama Islam. Modelling tersebut dideskripsikan sebagaimana tersaji dalam tabel 3.

No.	Tipologi Alan Race	Proporsi Sentimen Berdasarkan Vader-TDIF	Hasil (dalam %)
1.	Eksklusivisme	Sentimen positif	30,87
2.	Inklusivisme	Sentimen negatif	21,23
3.	Pluralisme	Netral	47,9

Tabel 3. Klasifikasi tipologi Alan race dengan sentimen Vader pada beberapa sampel data *tweet*

Berdasarkan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa sentimen positif terhadap dilarangnya Nasi Padang non halal yang sebanyak 30,87% mewakili pengguna media sosial yang mendukung Eksklusivisme. Inklusivisme mewakili sentimen negatif yaitu 21, 23% yang tidak mempermasalahkan jika masakan Padang menggunakan bahan non halal.

Sedangkan pluralisme mewakili netral dengan hasil terbanyak yaitu 47,9%. Hal ini menunjukkan netizen yang *concern* dengan isu ini berpandangan plural. Meski demikian, memiliki interpretasi lain yaitu netizen yang berada di posisi netral ini belum menentukan sikap. Netizen ini dapat mengubah sikap menjadi bagian dari eksklusivisme atau inklusivisme tergantung terpaan informasi dan atau olah pikir terhadap isu tersebut.

Sentimen Netizen di Media Sosial Twitter dan Implikasi pada Toleransi

Hasil sentimen menunjukkan mayoritas sentimen adalah netral dengan skor 47,9%. Sisanya positif 30,87% yaitu mereka yang mendukung terhadap eksklusivisme Nasi Padang yang halal atau tidak diizinkan dengan menggunakan daging non halal. Sedangkan pada posisi yang terakhir adalah sentimen negatif terhadap wacana eksklusivisme Nasi Padang tersebut sebanyak 21,23%. Banyaknya netizen termasuk dalam pandangan pluralis dengan indikator netral menunjukkan semakin dewasanya netizen bersikap dalam melihat perspektif perbedaan mengenai agama dan budaya. Meskipun demikian, kenetralan tersebut dapat memiliki makna lain bahwa netizen yang masuk ke dalam kelompok netral ini belum menentukan sikap yang dapat berubah menjadi eksklusivis ataupun inklusivis. Netizen bisa saja sedang dalam tahap pengumpulan data dan informasi untuk membangun opini mereka terhadap suatu isu terlebih yang sensitif. Dengan kata lain, ketika mereka sudah merasa cukup informasi yang mereka dapat, mereka bisa menjadi netizen yang paling pro dan kontra menganggapi suatu isu tertentu.

Dari sini, kesadaran akan realitas pluralisme juga memunculkan berbagai sikap. Menurut Richard J. Mouw dan Sandra Griffioen yang dikutip Syamsul Hidayat (2012),

sikap terhadap keberagaman dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, penjelasan tentang mengakui keragaman. Kedua, bersifat normatif tidak hanya mengakui keberagaman, tetapi juga ingin memperjuangkannya. Pada tataran deskriptif, kebhinekaan (pluralisme) merupakan fakta sosial yang tidak dapat dihindarkan, baik karena kondisi awal masyarakat yang sudah pluralistik maupun karena proses pluralisasi kehidupan akibat modernisasi. Selanjutnya, pada tataran normatif dan normatif, terdapat tiga kategori: konteks budaya (pluralisme kontekstual), relevansi kelembagaan (pluralisme asosiatif), dan sistem nilai yang memberi arah pada kehidupan manusia (pluralisme terarah) (Hidayat, 2012). Karena fakta ini, setiap manusia harus memiliki perbedaan ini untuk menjalani kehidupan yang memuaskan. Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun demikian, Indonesia bukanlah negara teokratis yang konstitusinya berdasarkan ajaran Islam. Karena selain umat Islam yang menjadi mayoritas, ada juga pemeluk agama lain yang juga merupakan pemilik sah negara ini.

Sentimen yang muncul dalam hasil analisis menunjukkan implikasi pada toleransi beragama, dimana masyarakat masih belum secara menyeluruh memahami bagaimana konteks kebudayaan dalam Islam yang seharusnya universal, seperti halnya dalam pendekatan kultural dalam penanaman nilai Islam. Pendekatan dalam konteks aktualisasi ajaran Islam di tengah dinamika kebudayaan dan perubahan sosial dalam suatu masyarakat dijalankan secara bertahap sesuai dengan kondisi empirik yang diarahkan untuk menumbuhkan kembangkan kehidupan Islami. Hanya manusialah yang mampu melahirkan

budaya atau kultur, itu dikarenakan manusia memiliki kemampuan untuk berpikir dan mengembangkan potensi yang dimilikinya. Strategi yang dilakukan oleh para ulama di awal-awal perkembangan Islam di Nusantara ini, memperlihatkan variasi sesuai dengan kondisi budaya setempat. Selain itu dipertegas pula dalam Suryan (2017), bahwa secara hakekat Islam, secara teologis maupun historis, adalah agama yang sarat dengan pesan-pesan akhlak toleransi dan kerukunan antarumat beragama. Islam tidak membedakan antara umat agama samawi dan non-samawi, semua diperlakukan sama sebagai manusia yang diikat oleh tali persaudaraan universal sebagai makhluk Allah Yang Tunggal dan berasal dari satu jalur keturunan anak cucu Nabi Adam AS.

Ada beberapa kemungkinan penjelasan terhadap fenomena meningkatnya sikap dan perilaku intoleran tersebut, yang bisa jadi semuanya saling terkait (Ihsan Ali Fauzi, 2016). Pertama, terjadinya ledakan kelahiran (*baby booming*) pada 1970-an dan 1980-an. Ini menyebabkan jumlah anak muda tahun 2000-an meningkat pesat. Pada era reformasi, anak mudalah yang menjadi motor penggerak yang meruntuhkan rezim Orde Baru. Namun, di saat yang sama, mereka pulalah yang banyak bergerak melakukan berbagai aksi kekerasan. Kedua, anak-anak muda Indonesia yang pada era ini tumbuh di berbagai sekolah menengah atas dan perguruan tinggi kurang mendapat pengajaran dan pendidikan tentang realitas masyarakat Indonesia yang sangat beragam. Alih-alih penerimaan dan pengakuan terhadap keragaman yang ada, justru yang muncul dan menguat adalah penegasan identitas kelompok yang tampil makin eksklusif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan skor persentase sentimen dominan adalah netral sebanyak 47,9%, sentimen negatif 21,23%, dan sentimen positif 30,87% dengan tingkat akurasi sebesar 66,43%. Adapun hasil analisis sentimen yang telah dilakukan jika dikaitkan kedalam tipologi Alan Race, maka didapatkan hasil bahwa mayoritas netizen termasuk dalam pandangan pluralis dengan indikator netral meskipun dapat memiliki makna lain bahwa netizen yang masuk ke dalam kelompok netral ini belum menentukan sikap yang dapat berubah menjadi eksklusivis ataupun inklusivis. Implikasi pada toleransi beragama, masyarakat masih terasa bias dalam memaknai budaya dalam konteks keislaman, pendekatan Islam kultural seharusnya menjadi jembatan dalam memahami esensi Islam universal dalam berbagai praktik budaya terutama yang secara sah ditetapkan sebagai bagian dari kearifan lokal di Indonesia.

Keriuhan yang terjadi di media sosial menjadi gambaran bagaimana opini masyarakat yang majemuk bermunculan. Hal ini dapat menimbulkan stigma masyarakat Indonesia yang masih belum mengimplementasikan esensi moderasi beragama secara utuh. Terutama pada beberapa konteks yang bersinggungan dengan falsafah budaya. Penelitian ini dapat menjadi pijakan dalam mengukur sentimen masyarakat terhadap pluralisme suatu isu keagamaan. Tidak hanya untuk produk non halal saja, pemetaan opini analisis sentiment dan klasifikasi Alan Race dapat membantu memahami isu lain dalam agama yang bersifat lebih sensitif di ruang media sosial terutama

Twitter. Seperti halnya kajian dalam buku moderasi beragama oleh Ditjen Bimas Islam Kementerian Agama (2021) menjelaskan bahwa gambaran buruk tentang Islam pada akhirnya memperkuat kebencian terhadap Islam dan membuat orang semakin jauh dari ajaran Islam yang sebenarnya. Pendekatan hukum tidak cukup untuk membendung arus kebencian di media sosial, apalagi setiap orang bebas membuat pernyataan, tanpa memikirkan dampak dari konten yang mereka tebar di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada para pihak yang mendukung penulis untuk terwujudnya tulisan ini, antara lain panitia konferensi ICROM Kementerian Agama RI yang karena acara tersebutlah artikel ini dapat ditulis dan dipresentasikan dalam konferensi tersebut pada tanggal 28-30 Juli 2022 lalu. Ucapan terimakasih juga diucapkan untuk kepala Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, H. Aan Mohamad Burhanudin dan keluarga besar Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Komunikasi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Selain itu kepada kepala BNNK Kuningan, AKBP Yaya Satyanegara, S.H yang selalu memberikan kesempatan untuk pengembangan diri salah satunya dalam bidang akademis.

DAFTAR ACUAN

- Abror, M. (2020). Moderasi beragama dalam bingkai toleransi. *Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 143–155.
- Bakar, A. (2016). *Argumen Al-quran tentang eksklusivisme, inklusivisme, dan pluralisme*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Ditjen Bimas Islam. 2021. *Moderasi beragama perspektif bimas Islam*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Casram, C. (2016). Membangun sikap toleransi beragama dalam masyarakat plural. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*, 1(2), 187-198.
- Fang, X., & Zhan, J. (2015). Sentiment analysis using product review data. *Journal of Big Data*, 2(1).
- Fauziyyah, A. K. (2020). Analisis sentimen pandemi covid19 pada streaming twitter dengan text mining python. *Jurnal Ilmiah Sinus*, 18(2).
- Febriani, S. R., & Ritonga, A. W. (2022). The perception of millennial generation on religious moderation through social media in the digital era. *Jurnal Studi Agama*, 313–334.
- Gavin D’Costa, (1989) —*Theology of religions* dalam David F. Ford, *The modern theologians: an introduction to Christian theology in the twentieth century*, Vol. 2 New York: Basil Blackwell.
- Gaspersz, S., & Souisa, N. N. (2019). Teologi agama-agama di Indonesia, menelisik pengembangan dan tantangannya. *Harmoni*, 18(2), 7–27.
- Gormantara, A. (2020). Analisis sentimen terhadap new normal era di Indonesia pada twitter analisis Sentimen terhadap new normal era di Indonesia pada twitter menggunakan metode support vector machine. *Konferensi Nasional Ilmu Komputer (KONIK) 2020*.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M., & Daly, T. (2017). Customer engagement with tourism social media brands. *Tourism Management*, 59, 597–609.
- Hermawan, E. (2019). Strategi kementerian pariwisata Indonesia dalam meningkatkan branding wisata halal. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 7(2), 87-95.
- Hidayat, S, 2012, *Tafsir dakwah Muhammadiyah: respon terhadap pluralitas budaya*, Kartasura: Kafilah Publishing
- Fauzi, Ihsan Ali, ed. (2017). *Kebebasan, radikalisme dan intoleransi: riset dan kebijakan agama di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Pusad Paramadina.
- Lihat Mark R. Woodward (ed) (1998). *Toward a new paradigm: Recent developments in Indonesia Islamic thought*, diterjemahkan oleh Ihsan Ali-Fauzi dengan judul *Jalan baru Islam, memetakan paradigma muthahir Islam di Indonesia*, (Cet. I). Bandung: Mizan.
- Inayah, D., & Purba, F. L. (2020). Implementasi social network analysis dalam penyebaran informasi virus corona (covid-19) di twitter. *Seminar Nasional Official Statistic*.
- Joas Adiprasetya (2002) *Mencari dasar bersama*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.

- Khalid, Z. (2020). *Eksklusivisme Tafsir : Konsep Keberagamaan Dalam Tafsir Muhammad Bin Salih Al-Uthaimin*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Khotimah, N. K. (2021). *Pemanfaatan media sosial oleh praktisi humas pemerintah di Indonesia*. Jejak Pustaka.
- Knitter, Paul F. (ed.). (2005). *The myth of religious superiority: A multifaith exploration*. Maryknoll: Orbis Books.
- Maulana, H. (2014). *Efektivitas pemasaran produk wisata syariah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Muchtar, M. (2012). Perilaku komunitas muslim perkotaan dalam mengonsumsi produk halal. *Harmoni*, 11(2), 129–141.
- Purnawati, N. W. (2021). Analisis komunikasi sosial media twitter sebagai media kampanye moderasi beragama. *Prosiding Seminar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*.
- Suryan, S. (2017). Toleransi antar umat beragama: Perspektif Islam. *Jurnal Ushuluddin*, 23(2), 185-200.

Sumber media online:

- Raharjo, D. B. (2022). Menyakiti hati orang Minangkabau, wakil ketua MUI minta pengusaha nasi Padang babi diproses hukum. Retrieved July 15, 2022, from *Suara.com* website: <https://www.suara.com/news/2022/06/10/220850/menyakiti-hati-orang-Minangkabau-wakil-ketua-mui-minta-pengusaha-nasi-padang-babi-diproses-hukum>
- Rizkia, R. (2022). Orang Minangkabau protes rumah makan padang di Jakarta jual olahan babi, ini penjelasannya. Retrieved July 15, 2022, from *inews.id* website: <https://www.inews.id/news/nasional/orang-Minangkabau-protes-rumah-makan-padang-di-jakarta-jual-olahan-babi-ini-penjasannya>
- Sirry, M. (2016). Mempertanyakan eksklusivisme-inklusivisme-pluralisme dalam beragama. Retrieved July 15, 2022, from *geotimes.id* website: <https://geotimes.id/kolom/mempertanyakan-eksklusivisme-inklusivisme-pluralisme-dalam-beragama/>
- Twitter. (2015). Twitter API v1.1. Retrieved July 15, 2022, from *twitter.com* website: <https://dev.twitter.com/rest/public>
- Yulianto, A. (2022). Viral menu nasi padang babi, legislator: Merusak tradisi dan citra masakan padang. Retrieved July 15, 2022, from *republika.co.id* website: <https://www.republika.co.id/berita/rd911n396/viral-menu-nasi-padang-babi-legislator-merusak-tradisi-dan-citra-masakan-padang>