

8-1-2004

Dimensi Etis Terhadap Budaya Makan dan Dampaknya pada Masyarakat

V. Irmayanti Meliono Budianto
Universitas Indonesia, irmayanti_m@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia>

Recommended Citation

Budianto, V. M. (2004). Dimensi Etis Terhadap Budaya Makan dan Dampaknya pada Masyarakat. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 8(2), 65-70. <https://doi.org/10.7454/mssh.v8i2.90>

This Original Research Article is brought to you for free and open access by UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in Makara Human Behavior Studies in Asia by an authorized editor of UI Scholars Hub.

DIMENSI ETIS TERHADAP BUDAYA MAKAN DAN DAMPAKNYA PADA MASYARAKAT

V. Irmayanti Meliono-Budianto

Departemen Filsafat, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok 16424, Indonesia

E-mail: irmayanti_m@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang dimensi etis (etika makanan/*food ethics*) terhadap pola perilaku makan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Pola makan seseorang ternyata dibentuk dari latar belakang budaya yang dimilikinya dengan berbagai perubahan sosial- budaya yang terjadi (gaya hidup, rekayasa bio-teknologi, ekspresi simbolik, masuknya ideologi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku makan seseorang berkaitan dengan dimensi etis dalam melihat tentang “yang baik” dan “buruk” pada proses pembuatan dan pemasaran makanan dan berdampak pada munculnya masyarakat konsumtif.

Abstract

This research described that the ethical dimensions (food ethics) of the food's pattern of human beings is coming from their lives. So, the food's pattern of human beings was also built and constructed from their culture with many social culture changes, for example, life style, bio-technology, symbolic expression, and ideologies. The results shows that the eating habitat has ethical dimensions about “the good” and “the bad” in the processing and the marketing of food and making issues of the consumer society by implication.

Keywords: food ethics, food's pattern, pattern of culture, consumer society

I. Pendahuluan

Awal tahun 2004, dunia dihebohkan oleh semacam penyakit “flu burung” yang melanda pada unggas (ayam, bebek) dan diduga dapat menyerang manusia. Penyakit itu juga menghebohkan dan melanda Indonesia. Orang kemudian mulai mengkhawatirkan dan menjaga kesehatan dirinya terhadap hal itu, bahkan sedikit ketakutan untuk menyantap makanan yang berasal dari unggas. Kehebohan itu sangat mencekam masyarakat dan fenomena tersebut memperlihatkan bahwa ada keterkaitan antara perilaku makan manusia khususnya yang berkaitan pada perilaku budayanya dengan kebutuhan akan makanan hewani. Kebutuhan makanan itu khususnya makanan yang berasal dari hewani maupun yang lain tidak hanya terkait erat dengan kesehatan melainkan juga terkait dengan etika. Etika yang dimaksud adalah perilaku manusia secara moral dalam melihat makanan ketika makanan itu hadir melalui suatu proses (yang cukup panjang) dan disantap oleh manusia.

Latar belakang itulah yang mendorong saya untuk meneliti tentang perilaku makan suatu masyarakat yang

banyak didominasi oleh pola budayanya dari sudut etika khususnya etika makanan (*food ethics*). Kajian dari sisi etika membuka kemungkinan untuk dikembangkannya dengan aspek yang lain, seperti munculnya peran kapitalisme, teknologi, dan ilmu budaya. Penelitian tentang makanan khususnya yang memiliki dampak etis serta dari sudut filsafat khususnya etika makanan (*food ethics*) masih langka, sedang penelitian makanan dari sisi ilmu sosial misalnya antropologi sudah banyak dilakukan.

Tujuan penelitian ini, pertama mengungkapkan adanya dimensi etis dalam budaya makan yang berdampak pada munculnya masyarakat konsumtif, dan teknologi. Kedua, menemukan adanya pola hubungan antara perilaku makan suatu masyarakat dengan perilaku budayanya. Sedang kegunaan dalam penelitian ini, pertama untuk memahami bahwa masyarakat luas sebagai masyarakat penyantap makanan memiliki hak (hak untuk mendapatkan makanan baik, hak untuk mendapatkan informasi tentang proses produksi makanan, hak untuk hidup sehat) serta memiliki kewajiban (menjaga lingkungan, menghargai makanan yang baik dan sehat, menghargai perilaku budaya

makan yang baik–tidak konsumtif). Kedua, memberikan pengetahuan etika makanan (*food ethics*) kepada pihak yang terkait dalam proses makanan (produsen, kelompok ilmuwan, pemilik modal) agar memiliki kepedulian etis yang tinggi terhadap makanan yang dihasilkan daripada kepentingan pasar dan politik. Ketiga memberikan kontribusi pemikiran bahwa studi etika dapat menjadi studi yang sifatnya interdisipliner sehingga dapat memberikan sumbangan praktis dan pragmatis bagi masyarakat luas dan dunia ilmu pengetahuan khususnya ilmu budaya.

2. Metode Penelitian

2.1. Landasan Teori

Studi tentang makanan dalam konteks budaya merujuk pada persoalan–persoalan praktis serta perilaku konkret masyarakatnya. Kepercayaan suatu masyarakat tentang makanan berakibat pada kebiasaan (praktek) makan serta berakibat pula pada kondisi gizinya. Bagi antropologi kebiasaan makan sebagai sesuatu yang sangat kompleks karena menyangkut tentang cara memasak, suka dan tidak suka, serta adanya berbagai kepercayaan (religi), pantangan–pantangan dan persepsi mitis (tahayul) yang berkaitan dengan kategori makan: produksi, persiapan dan konsumsi makanan (Foster & Anderson:1986:313). Melalui fenomena itu, dan dalam perkembangannya, kategori makan akan berhadapan dan berkaitan dengan kategori-kategori budaya lainnya seperti, kategori kehidupan sosial, agama, kehidupan perekonomian, ilmu pengetahuan, teknologi dan sebagainya.

Peran makanan dalam kebudayaan merupakan kegiatan ekspresif yang memperkuat kembali hubungan – hubungan dengan kehidupan sosial, sanksi-sanksi, agama, ekonomi, ilmu pengetahuan, teknologi dengan berbagai dampaknya. Dengan kata lain, kebiasaan makan atau pola makan tidak hanya sekedar mengatasi tubuh manusia saja, melainkan dapat memainkan peranan penting dan mendasar terhadap ciri-ciri dan hakikat budaya makan.

Berbicara tentang konsep makanan, maka makanan dapat berasal dari laut, tanaman yang tumbuh di pertanian, yang dijual di pasar tradisional maupun *supermarket*. Makanan tidaklah semata-mata sebagai produk organik hidup dengan kualitas biokimia, tetapi makanan dapat dilihat sebagai gejala budaya. Gejala budaya terhadap makanan dibentuk karena berbagai pandangan hidup masyarakatnya. Suatu kelompok masyarakat melalui pemuka ataupun mitos-mitos (yang beredar di masyarakat) akan mengizinkan warganya memakan makanan yang boleh disantap dan makanan yang tidak boleh disantap. “Ijin” tersebut menjadi semacam pengesahan atau legitimasi yang muncul

dalam berbagai peraturan yang sifatnya normatif. Masyarakat akan patuh terhadap hal itu. Munculnya pandangan tentang makanan yang boleh dan tidak boleh disantap menimbulkan kategori “bukan makanan” bagi makanan yang tidak boleh disantap. Hal itu juga memunculkan pandangan yang membedakan antara nutriment (*nutriment*) dengan makanan (*food*). Nutriment adalah konsep biokimia yaitu zat yang mampu untuk memelihara dan menjaga kesehatan organisme yang memakannya. Sedang makanan (*food*) adalah konsep budaya, suatu pernyataan yang berada pada masyarakat tentang makanan yang dianggap boleh dimakan dan yang dianggap tidak boleh dimakan dan itu bukan sebagai makanan (Foster & Anderson, 1986:313-314).

Sebagai *animal symbolicum* (mahluk yang bersymbol), manusia memiliki berbagai symbol yang muncul dalam bentuk bahasa, seni, pengetahuan, sejarah, dan religi. Hubungan atau relasi antar manusia dapat dilakukan secara konseptual dan psikologis melalui pernyataan-pernyataan bahasa. Bahasa dapat dianggap sebagai ekspresi atau ungkapan pengalaman kehidupan manusia. Melalui ujaran dan tulisan, bahasa itu diungkapkan secara nyata dan dipahami oleh manusia.

Bagaimana hubungan antara makan dan bahasa? Dalam kebudayaan manusia, maka makanan selalu memiliki nama, baik nama yang berasal dari berbagai daerah (misalnya *gudeg* untuk makanan khas Yogya, *empek-empek* untuk makanan khas Palembang, *soto sulung* untuk makanan khas Surabaya dan sebagainya) maupun dari luar negeri (*burger*, *spaghetti*, *pizza*, *ice cream*, *sushi*, dan sebagainya). Melalui sebutan nama pada makanan tersebut, hubungan makanan dan bahasa terjadi. Sebenarnya dengan penamaan itu, perasaan orang terbangkitkan dan beberapa keinginan juga menyertainya ketika melakukan tindakan tertentu. Makanan yang disebut sebagai *jajan pasar* akan hadir ketika masyarakat Jawa melakukan ritual “*slametan*” dan makanan itu sebagai salah satu syarat sesaji.

Di sisi lain, kehidupan manusia di abad globalisasi ini sangat kompleks dan multikultural. Berbagai fenomena tersebut hadir di tengah masyarakat, begitu juga dengan makanan. Makanan dikemas dan diberi label dengan pernyataan bahasa yang menarik. Dengan demikian, label-label yang dimunculkan melalui pernyataan bahasa atau teks dapat menjadi bahan untuk dianalisis. Melalui pernyataan tersebut muncul sebenarnya isi pikiran serta persepsi manusia yang berkaitan dengan objek yang diinginkan serta realitas yang menyertainya. Objek tersebut berupa makanan yang dipasarkan dalam kemasan tertentu. Sedang realitas adalah kenyataan akan keinginan agar makanan tersebut laku dijual. Oleh karena itu perlulah pernyataan itu dibuat dengan tujuan tertentu, yaitu menarik orang untuk membeli makanan tersebut. Dengan demikian terjadi suatu hubungan antara pernyataan (proposisi) dan pikiran yang

memperoleh ungkapan yang dapat ditangkap oleh indra manusia (Wittgenstein, 1999:11)

Pernyataan atau teks pada label dapat dipahami dari aspek etika, tepatnya metaetika. Metaetika adalah kajian etika yang berkaitan dengan berbagai pernyataan atau ucapan manusia di bidang moralitas (Bertens, 2001:19). Pernyataan tersebut tidak hanya mengandung kaidah logika tetapi memiliki kalimat etis. Pada kalimat etis terkandung kebenaran moralitas melalui suatu anggapan apakah dibenarkan apabila melalui suatu kenyataan (realitas) maka disimpulkan bahwa itu harus atau boleh dilakukan. Apabila kita mengetahui bahwa sebenarnya zat aditif A pada makanan berbahaya, apakah dibenarkan kita membiarkan makanan itu disantap oleh kita. Melalui analogi itu, muncul pernyataan bahasa atau proposisi pada label makanan tanpa menghiraukan kaidah metaetika.

2.2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah ilmu humaniora (*human sciences*)-ilmu budaya (*cultural sciences*) karena terfokus pada persoalan perilaku makan manusia yang terkait dengan bidang budaya, antropologi, dan filsafat. Lingkup penelitian ilmu humaniora menekankan pada sisi empiris/faktual dan sisi manusiawi (filosofis) dari perilaku makan manusia yang terjadi karena dominasi kebudayaan.

2.3. Rumusan Permasalahan

Atas dasar latar belakang penelitian di atas maka permasalahan dalam penelitian ini mengenai dimensi etis dalam budaya makan suatu masyarakat dan implikasinya yang berkaitan dengan perubahan persepsi masyarakat. Oleh karenanya dapat dirumuskan pertanyaan penelitian (*question research*) sebagai berikut: Pertama, apakah ada dimensi etis yang muncul pada makanan serta dapat berdampak pada aspek-aspek yang terkait dengan kehidupan sosial dan persepsi masyarakat yang konsumtif. Kedua, seperti apakah pola hubungan yang terjadi antara perilaku makan masyarakat dengan perilaku budayanya.

2.4. Metode penelitian

Penelitian ini bersifat interdisipliner, artinya dalam mengolah data dan menganalisis akan digunakan beberapa metode atau pendekatan, dari bidang antropologi budaya, dan filsafat. Bidang antropologi budaya dipakai untuk memahami berbagai fenomena dan perilaku budaya masyarakat yang berkaitan dengan pola makan. Sedang dari filsafat moral (etika), terutama etika makanan (*food ethics*) digunakan untuk melihat dampak serta implikasi etis, dan tanggung jawab moral baik dari masyarakat penyantap makanan, konsumen

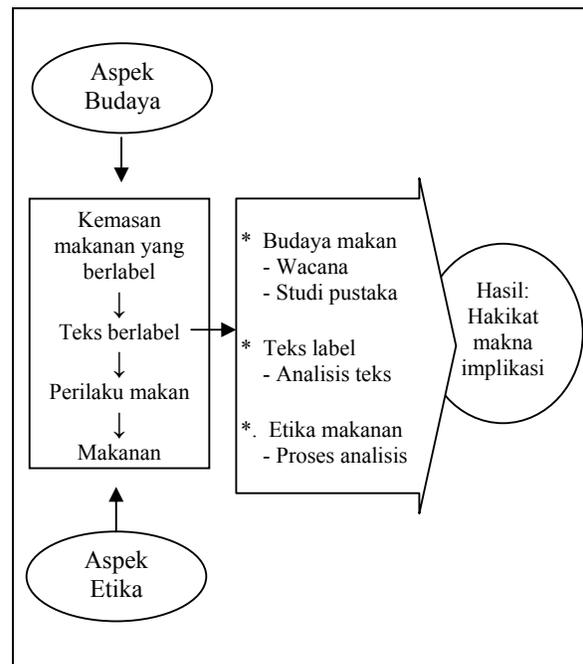
maupun produsen makanan dan teknologi. Rekonstruksi metode antropologi dan filsafat membantu peneliti dalam mencari dan menemukan sintesa serta paradigma baru dari teori-teori yang ada.

2.5. Teknik Penelitian

Teknik penelitian ini menggunakan metode observasi dan metode studi pustaka, metode fenomenologi, metode interpretasi. Studi observasi mengarahkan pada kenyataan faktual tentang berbagai label ataupun iklan tentang makanan yang beredar di beberapa *supermarket* besar di Jakarta dan hal itu dianggap sebagai data lapangan awal. Data awal adalah menjaring pernyataan bahasa pada label makanan yang dianggap bersifat teks persuasif, dan kebanyakan muncul pada susu bubuk, telur, coklat, mi instant. Sedang studi pustaka dipakai sebagai pedoman berpikir kritis atau paradigma peneliti dalam tahapan analisis selanjutnya.

Metode fenomenologi mengarahkan peneliti untuk secara intensionalitas (terarah) terhadap objek penelitian sehingga melalui reuksi fenomenologis menghasilkan eidos (hakikat). Eidos dalam penelitian berupa hakikat serta substansi yang muncul pada label teks.

Hasil observasi tersebut membawa peneliti untuk melihat proses pengumpulan data dan analisis kritis selanjutnya melalui berbagai kategori yang muncul dari



Gambar 1. Kerangka kerja penelitian

sintesa data empiris dengan data yang berasal dari aspek etika. Dari kategori yang muncul, maka proses selanjutnya adalah melakukan interpretasi secara terstruktur dengan metode pemahaman (*verstehen*) sehingga didapat hakikat, pemaknaan budaya makan dan implikasinya.

Cara dan alur kerja dalam penelitian ini tergambar dalam kerangka kerja penelitian (*research framework*) seperti pada Gambar 1.

3. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data penelitian ini memunculkan berbagai interpretasi dan pendapat yaitu:

3.1. Kategori makanan

Kategori makan yang muncul adalah makanan yang boleh dimakan dan makanan yang tidak boleh dimakan. Kategori tersebut berasal dari latar belakang budaya masyarakat yang mengizinkan orang untuk memakan makanan tertentu. Latar belakang budaya dapat berasal dari pandangan tradisional atau adat istiadat, pandangan hidup (*way of life*) ataupun agama. Memakan makanan yang diijinkan berarti patuh dan taat pada norma budaya yang ada, tetapi sekaligus membawa “keselamatan” bagi dirinya agar tidak berada pada jalan sesat atau melakukan pelanggaran.

Makanan yang tidak boleh dimakan berarti makanan tersebut dianggap sebagai makanan yang tidak sepatutnya dimakan (*haram*) karena tidak diijinkan oleh norma budaya yang ada dan agama. Orang akan tidak bahagia atau keselamatan terancam karena memakan makanan yang seharusnya tidak boleh dimakan.

3.2. Peran dan ekspresi simbolik pada makanan

Makanan yang terbagi atas makanan yang boleh dimakan dan tidak boleh dimakan memiliki implikasi lain, yaitu munculnya aspek simbolik. Melalui unsur simbolik makanan misalnya berupa jenis makanan pada berbagai peristiwa atau upacara yang dilakukan manusia, bentuk dan warna makanan, bahan makanan dan sebagainya maka makanan itu memiliki peran tertentu. Peran tersebut dapat berupa keterikatan sosial, terjalannya persahabatan, dan perubahan gaya hidup.

Keterikatan sosial pada makanan muncul ketika makanan itu disajikan pada berbagai peristiwa yang dialami oleh individu maupun masyarakat. Peristiwa yang mengacu pada siklus kehidupan manusia seperti kelahiran, menikah, dan kematian selalu dihadirkan dan ditandai dengan berbagai ritual yang dilengkapi dengan adanya ragam makanan, dan makan bersama baik

dengan anggota keluarga maupun teman. Kebersamaan menjadi inti dari keterikatan masyarakat ketika makan bersama pada ritual tersebut.

Perubahan gaya hidup suatu masyarakat dalam kaitannya dengan makanan berkaitan juga pada perubahan budaya. Makanan alamiah yang berasal dari pertanian seperti *beras, gandum, jagung* menjadi lebih menarik lagi apabila diolah dengan lebih modern sesuai dengan tuntutan zaman. Makanan siap saji menjadi lebih diminati karena dianggap lebih cepat dan praktis sebab dapat menunjang kebutuhan masyarakat urban yang sangat sibuk bekerja. Dengan demikian perkembangan dan peningkatan perekonomian sebagian masyarakat juga membentuk kebiasaan makannya. Perubahan gaya hidup muncul ketika orang lebih tertarik dengan makanan siap saji (*fast food*) yang ditawarkan di daerah pertokoan elit (dengan tempat yang nyaman dan menarik) dan hal itu dianggapnya dapat memberikan nilai tambah baginya.

Selain itu perubahan gaya hidup tersebut juga membawa perubahan persepsi pada masyarakat terhadap makanan, yaitu munculnya persepsi masyarakat konsumtif (*the consumer society*) Perilaku konsumtif muncul karena adanya unsur teknologi, seperti iklan yang menawarkan berbagai kebutuhan manusia akan makanan. Melalui tayangan iklan baik pada media cetak maupun elektronik, orang menjadi tertarik untuk membeli. Kesadaran manusia seakan terstruktur oleh keinginan, impian, imajinasi terhadap pesan yang disampaikan oleh “tanda” (*sign*) pada makanan (label makanan, tayangan iklan, penyajian di tempat mewah dan sebagainya)

3.3. Dimensi etis pada teks label makanan

Berbagai keinginan yang muncul dari masyarakat multikultural tentang pola makannya memunculkan pula beragam bentuk makanan yang beragam pula, bahkan bersifat multikultural. Makanan tersebut dapat tersaji secara *instant* atau sudah siap saji. Melalui makanan tersebut beberapa pihak, seperti produsen, para ilmuwan yang terkait dengan makanan menambahkan beberapa zat aditif (zat tambahan yang diolah melalui proses kimiawi) ke dalam makanan. Tujuan penambahan zat aditif agar makanan dianggap menjadi lebih bergizi sehingga masyarakat menjadi lebih sehat lagi. Terlebih bagi para produsen, penambahan zat aditif tersebut bertujuan agar makanan tersebut memiliki nilai jual tinggi dan masyarakat menjadi tertarik untuk mengkonsumsi dan membelinya. Selain itu, banyak produsen menggunakan beberapa cara dalam mencapai tujuan tersebut dengan memberikan “tanda” dalam bentuk pernyataan bahasa (atau teks) pada label kemasan makanan. Dengan demikian muncul pernyataan bahasa atau teks pada label makanan. Teks tersebut dapat dilihat pada contoh label di bawah ini:

Teks I label pada susu pria
 “L – Men Nutrition for men
 Tinggi protein 42g per 100g
 Dengan L-cartine 611 mg per 100g”

Teks II label pada susu untuk keluarga
 “Baru
 Ucare
 Susu bubuk instant
 Kalsium, Zat besi, Vitamin, Protein
 Lebih dari 15 Zat Gizi untuk tulang tubuh dan otak”

Teks III label pada telur
 “Omega 3
 Mengandung 618 mg Omega-3 per 60 gr telur
 Produksi Sumber Inti Harapan Group Tangerang
 Telah diteliti oleh: DR.dr.Fadilah Supari Sp.Jp.
 Salmonella Enteritidis Free”
 Teks IV label pada coklat, mi instant, makanan kaleng
 yang mengandung unsur hewani
 “Halal”

Contoh label teks tersebut menunjukkan adanya unsur bahasa yang persuasif, artinya pembaca (dalam hal ini konsumen) diajak untuk tertarik, dan terpengaruh secara emosional ketika membaca teks-teks tersebut. Pernyataan tersebut dapat dikaji melalui analisis metaetika dan logika. Analisis logika menunjukkan adanya teks yang secara kaidah logis dianggap menyesatkan, memunculkan *fallacy*. Pernyataan-pernyataan tersebut secara metaetika terlihat pada

tanggung jawab moral dalam teks tersebut. Apakah benar bahwa semua makanan (susu, telur) tersebut mengandung zat tambahan yang sesuai dengan apa yang dituliskan dan apakah penambahan itu telah teruji secara benar melalui laboratorium yang baik. Siapakah yang mengenal peneliti dari Omega 3 dan dari lembaga mana ia berasal?

Sedang pada teks IV, kata “halal” mengandung adanya suatu pernyataan yang membawa pada implikasi keagamaan, dan budaya. Implikasi tersebut tertuju pada makanan yang boleh dimakan dan diijinkan oleh agama Islam. Apabila kata “halal” tidak tercantum pada makanan, misalnya pada *coklat, mie instan*, maka banyak orang akan ragu, dan tidak mau membeli makanan tersebut karena ada bahan makanan yang tidak diperkenankan untuk dimakan. Persoalannya akan menjadi persoalan etis, apabila para produsen hanya sekedar menempel kata “halal” tanpa dilandasi rasa tanggung jawab moral atas kebenaran ilmiah (pengujian laboratorium) pada makanan yang dihasilkan.

3.4. Pertimbangan dan tanggung jawab etis terhadap keselamatan makanan

Pertimbangan etis terhadap keselamatan makanan memunculkan rasa tanggung jawab yang besar dari berbagai pihak, seperti para produsen, konsumen, pengawasan lingkungan, perlindungan hewan. Pertimbangan etis memunculkan adanya dua aspek,

Tabel 1. Matriks Pendekatan etis terhadap keselamatan makanan

	Keadaan yang baik	Otonomi	Justifikasi
Dampak pengawasan	Perlindungan hewan	Perilaku bebas	Hormat terhadap telos/tujuan
Produsen + bioteknologi	Penambahan pendapatan dan kondisi kerja	Kebebasan menggunakan dan tidak menggunakan bioteknologi	Pengawasan terhadap merk dagang, hukum secara benar dan tidak berpihak
Konsumen	Terjaga keselamatan makanan	Hormat atas pilihan konsumen melalui label produksi makanan	Makanan sebagai kebutuhan universal
Biota	Konservasi biota	Pemeliharaan terhadap lingkungan alam	Dimungkinkannya populasi biotik
Sosial	Relasi antara perilaku makan dengan etika	Solidaritas, kebersamaan	Perubahan sistem makanan yang berada di tengah masyarakat
Budaya	Keseimbangan produksi & masyarakat konsumen	Keinginan masyarakat akan makanan yang dianggap baik	Kesetaraan makanan terhadap semua masyarakat agar sehat dan bahagia

yaitu aspek pengawasan organisme dan aspek etis. Aspek pengawasan organisme merupakan bentuk pengawasan terhadap sesuatu yang dianggap hidup (perkebunan, pertanian, peternakan). Organisme itu harus dijaga, dipelihara dan dirawat dengan baik, sehingga produsen (petani, peternak), konsumen, biota (wilayah/ekosistem di mana tumbuh-tumbuhan dan hewan itu hidup) dapat menggunakan organisme semaksimal mungkin sesuai dengan kebutuhannya. Sedang pendekatan etis memiliki tiga prinsip yaitu prinsip akan keadaan yang baik, prinsip otonomi, prinsip justifikasi (Mephram, 1996:106). Ketiga prinsip tersebut sebenarnya mengacu pada teori etika seperti deontologis (apa yang seharusnya dilakukan), utilitarianisme (sistem aturan moral yang memiliki kegunaan), teori Rawls (hormat terhadap justifikasi tanpa rasa keberpihakan). Ketiga prinsip tersebut harus berada pada aspek budaya dan sosial untuk melihat keadaan yang baik, otonomi dan justifikasi yang berkaitan dengan makanan. Untuk jelasnya lihat tabel di bawah ini.

4. Kesimpulan

Dominasi kebudayaan manusia menjadi sangat berperan terutama dalam pola makannya. Makanan terkategori menjadi makanan yang boleh dan tidak boleh dimakan. Makanan yang dianggap *nutriment* belum tentu menjadi makanan yang boleh dimakan. Begitu sebaliknya, makanan yang boleh dan tidak boleh dimakan belum tentu memiliki nilai gizi yang memadai. Dengan demikian kategori makanan menjadi pemicu akan munculnya berbagai hal, seperti perilaku makan, perubahan gaya hidup, persepsi masyarakat, nilai keagamaan, ekspresi simbolik.

Dimensi etis muncul ketika makanan berada di tangan konsumen, produsen, dan lingkungan manusia. Interaksi antara konsumen dengan produsen memunculkan aspek etis, yaitu hak dan kewajiban serta tanggung jawab moral. Berada pada posisi yang lemah, maka konsumen sebagai penyantap makanan berhak mendapat perlindungan dari instansi yang berwenang, produsen (petani, peternak pemilik pabrik), ilmuwan tentang makanan yang disantapnya. Selain itu konsumen juga berhak untuk hidup sehat, mendapat kesetaraan kualitas makanan. Makanan yang baik dan sehat menjadi milik, dan hak bagi semua orang.

Pola hubungan antara perilaku masyarakat dengan perilaku budayanya merupakan pola yang terstruktur oleh kesadaran masing-masing individu. Melalui pengaruh lingkungan serta pandangan hidupnya, maka

kesadaran (cara berpikir) individu tersebut terbentuk sehingga menimbulkan berbagai persepsi ataupun pola berpikir yang sifatnya ideologis. Dampak persepsi tersebut memunculkan suatu bentuk masyarakat konsumtif (*consumer society*). Masyarakat konsumtif tersebut terbentuk karena munculnya teks label yang bersifat persuasif serta bersifat utopis, dan ideologis.

Rekomendasi pada penelitian ini berupa perlunya kajian etika makanan yang berada pada dua tataran, teoritis dan praktis. Melalui persebaran informasi tentang pentingnya dimensi etis pada makanan, masyarakat, pemilik modal atau kelompok kapital diharapkan menjadi lebih paham tentang hak dan kewajiban masing-masing. Dengan demikian keberpihakan tidak hanya dilihat pada satu sisi ekonomis (konsumen atau produsen atau ilmuwan) tetapi keberpihakan moral yang dilandasi oleh kesadaran dan hati nurani yang baik.

Daftar Acuan

- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society Myths and Structure*. London: Sage Publications
- Bertens, K. 2001. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Douglas, Mary. 1966. *Purity and danger*. Harmondsworth: Pelican
- Foster, George M dan Barbara Gallatin Anderson. 1986. *Antropologi Kesehatan*. Penerjemah Priyanti Pakan Suryadarma dan Meutia F. Hatta Swasono, Jakarta: UI Press
- Kalangi, Nico. 1994. *Kebudayaan dan Kesehatan*, Jakarta: Megapoin
- Mephram, Ben (Ed). 1996. *Food Ethics*. New York: Routledge
- Meliono-Budianto, Irmayanti. 2002. *Realitas dan Objektivitas*, Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Singer, Peter. 1981. *The expanding Circle Ethics and Sociobiology*. New York: A Meridian Book
- Thiroux, Jacques. 1995. *Ethics Theory and Practice*. New Jersey: Prentice Hall
- Wittgenstein, Ludwig. 1999. *Tractatus Logico Philosophicus*, translated by D.F. Pears and B.F. McGuinness (cet.ke 10), New York: Routledge.