

## Takjil War di Media Sosial: Ruang Simbolik Budaya Populer, Integrasi Sosial, dan Toleransi Beragama

### *Takjil War on Social Media: A Symbolic Space for Popular Culture, Social Integration, and Religious Tolerance*

Siti Khusnul Khotimah<sup>1\*</sup>, Intan Dewi Savitri<sup>2</sup>, Nurul Darari<sup>3</sup>, Sylvia Resa Aqiqi<sup>4</sup>

Universitas Brawijaya

\*Penulis Korespondensi: [siti\\_khusnul84@ub.ac.id](mailto:siti_khusnul84@ub.ac.id)

**ABSTRACT** This study analyzes the Takjil War phenomenon on social media as a representation of popular culture and its role in strengthening social integration and religious tolerance through the lens of symbolic interactionism. It explores the characteristics of popular culture within Takjil War, including trends, uniformity of form, adaptability, durability, and commodification. Using a qualitative approach, this study examines digital interactions on social media—such as comments, posts, and other forms of participation—to understand the symbolic dynamics emerging in the digital space. The findings indicate that Takjil War is a popular cultural phenomenon that leverages the momentum of Ramadan to construct a narrative of togetherness. Its uniformity of form is evident in the use of hashtags, food visualizations, and viral stories of solidarity. Its adaptability is reflected in its ability to absorb cross-cultural values, while its durability is seasonal but holds the potential to recur in the coming years. The commodification of this phenomenon is seen through the monetization of digital interactions, which enhances content visibility. From the perspective of symbolic interactionism (Blumer, 1969) and cultural studies (Hall, 1997; Storey, 2018), Takjil War not only reflects popular culture but also serves as a symbolic space that fosters social integration. This phenomenon underscores the role of social media as a cultural platform that facilitates cross-identity dialogue within a multicultural society.

**KEYWORDS** Takjil War; Popular culture; Social media; Symbolic interactionism

**ABSTRAK** Penelitian ini menganalisis fenomena Takjil War di media sosial sebagai representasi budaya populer serta perannya dalam memperkuat integrasi sosial dan toleransi beragama melalui perspektif interaksionisme simbolik. Kajian ini mengeksplorasi karakteristik budaya populer dalam Takjil War, termasuk tren, keseragaman bentuk, adaptabilitas, durabilitas, dan komodifikasi. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengamati interaksi digital pengguna media sosial—melalui komentar, unggahan, dan partisipasi lainnya—untuk memahami dinamika simbolik yang terbentuk dalam ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Takjil War merupakan fenomena budaya populer yang memanfaatkan momentum Ramadan untuk membangun narasi kebersamaan. Keseragaman bentuknya tampak pada penggunaan tagar, visualisasi makanan, dan cerita solidaritas yang viral. Adaptabilitasnya tercermin dalam kemampuannya menyerap nilai-nilai lintas budaya, sementara durabilitasnya bersifat musiman, tetapi memiliki potensi untuk terus berulang di tahun-tahun mendatang. Komodifikasi fenomena ini terlihat dari monetisasi interaksi digital yang meningkatkan visibilitas konten. Dalam perspektif interaksionisme simbolik (Blumer, 1969) dan kajian budaya (Hall, 1997; Storey, 2018), Takjil War tidak hanya merefleksikan budaya populer, tetapi juga berfungsi sebagai ruang simbolik yang mendukung integrasi sosial. Fenomena ini menegaskan peran media sosial sebagai platform budaya yang memfasilitasi dialog lintas identitas dalam masyarakat multikultural.

**KATA KUNCI** Takjil War; Budaya populer; Media sosial; Interaksionisme simbolik.

## PENGANTAR

Fenomena *Takjil War* yang muncul di media sosial, khususnya selama bulan Ramadhan 2024 di Indonesia, telah menjadi salah satu bentuk budaya populer yang menarik perhatian berbagai kalangan baik sebagai konten hiburan maupun sebagai cerminan dinamika sosial yang terjadi dalam masyarakat Indonesia yang multikultural dan pluralis. Istilah *Takjil War* merujuk pada konten video yang menggambarkan persaingan dalam berburu takjil—makanan yang dikonsumsi saat berbuka puasa—yang melibatkan konten kreator, baik yang beragama Islam maupun non-Islam. Meskipun menggunakan kata ‘war’ yang mengandung konotasi konflik, fenomena ini justru mengandung unsur humor dan sindiran yang menciptakan interaksi sosial antarkelompok agama. Alih-alih membaca narasi persaingan yang melibatkan umat Muslim dan non-Muslim secara negatif, menariknya *Takjil War* tidak menciptakan ketegangan, melainkan berfungsi sebagai sarana hiburan yang memperlihatkan kerukunan antarumat beragama di Indonesia. Artinya, praktik agama dapat berkelindan dengan praktik budaya yang menghibur, tetapi tetap bermakna.

Media sosial, sebagai ruang interaksi digital, memainkan peran sentral dalam membentuk pola komunikasi dan dinamika sosial masyarakat modern. Fenomena *Takjil War* merupakan salah satu contoh bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai platform untuk mengembangkan hubungan sosial yang inklusif antar kelompok yang memiliki latar belakang agama yang berbeda. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi

bagaimana *Takjil War*, yang berbentuk konten viral di media sosial, mencerminkan ciri-ciri budaya populer seperti tren, durabilitas, dan momentum (Hall, 2003), kesamaan bentuk (Williams, 1983), komodifikasi dan profitabilitas (Adorno & Horkheimer, 2002), dan adaptabilitas (Hall, 1992). Lebih jauh, penelitian ini juga menganalisis bagaimana fenomena ini dapat memperkuat integrasi sosial dan mendorong sikap toleransi beragama dalam konteks sosial yang semakin kompleks.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi kontribusi *Takjil War* terhadap integrasi sosial dan toleransi beragama dengan memahami representasi budaya populer yang terkandung dalam konten-konten tersebut. Dalam kerangka ini, penelitian ini memanfaatkan teori interaksionisme simbolik (Blumer, 1969) untuk menjelaskan bagaimana makna yang dibangun melalui interaksi sosial di media sosial dapat memengaruhi sikap dan perilaku individu, serta representasi teori kritis budaya populer (Hall, 1997; Adorno & Horkheimer, 2002; Jenkins, 2006) mengenai representasi budaya, industri budaya, dan konvergensi budaya. Melalui analisis kualitatif terhadap konten video *Takjil War* yang tersebar di media sosial, penelitian ini menggali bagaimana konten tersebut merepresentasikan ciri budaya populer, dan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam membentuk dan menyebarkan konten tersebut yang pada akhirnya memengaruhi persepsi masyarakat terhadap toleransi beragama dan integrasi sosial.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti peran media sosial dalam membentuk integrasi sosial, seperti yang dilakukan oleh Pan et al. (2019) yang mengkaji pengaruh media sosial terhadap integrasi sosial di kalangan remaja, atau Adams (2023) yang meneliti potensi media sosial untuk memfasilitasi inklusi sosial. Akan tetapi, belum banyak penelitian yang secara khusus membahas *Takjil War* dalam kerangka budaya populer sebagai sarana promosi toleransi beragama dan integrasi sosial. Beberapa kajian terdahulu menyoroti nilai sosial, solidaritas, dan kohesi komunitas melalui tradisi *Takjil War* (Minhaji et al., 2025; Kustana, 2025); serta kajian media sosial yang memeriksa dampak konten *Takjil war* pada peningkatan sikap toleransi antaragama (Sumanti & Sazali, 2024; Aminah & Muyassaroh, 2024). Akan tetapi, belum ada penelitian yang memadukan kerangka interaksionisme simbolik dan representasi budaya populer untuk menganalisis bagaimana makna toleransi dan integrasi sosial dibangun secara aktif melalui interaksi simbolik di media sosial. Untuk itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan guna menguraikan proses konstruksi makna dan peran media sosial dalam memperkuat kerukunan sosial dengan indikator interaksi sosial yang toleran dan keterlibatan positif dari pengguna.

Dengan fokus pada fenomena *Takjil War*, penelitian ini tidak hanya penting bagi pengembangan ilmu komunikasi, sosiologi dan budaya, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan bagi kebijakan sosial dan strategi integrasi sosial di Indonesia. Sebagai negara

dengan keberagaman agama yang tinggi, pemahaman tentang bagaimana media sosial dapat berperan dalam mempromosikan toleransi dan perdamaian sangat relevan untuk menciptakan masyarakat yang inklusif dan harmonis. Penelitian ini mengungkap bagaimana budaya kreator yang berkembang di media sosial dapat membentuk sikap sosial yang mendukung perdamaian dan integrasi antar kelompok agama. Dataset penelitian diambil dari 27 akun konten reator di Instagram yang membuat konten *Takjil War* dan mendapatkan *like*, *share* dan *comment* yang cukup besar. Akun tersebut antara lain:

Tabel 1. Daftar 27 akun Instagram sebagai kreator konten *Takjil War*

1	@anzadelio
2	@omabona.pelaut
3	@arditerwandha
4	@evelynhutani
5	@thesadewa
6	@suciasmarani
7	@jkt.fyp
8	@erwinwu_
9	@tanyakanrl
10	@ugm.yogyakarta
11	@lambeturah
12	@ahquote
13	@mendychndr
14	@infoasikdimas
15	@reyskanwr
16	@stevealexandrr
17	@ps.victorranunghadiningrat
18	@ukhtydee
19	@gabriellanhilim
20	@cristandun / @dagelan
21	@karmalogy
22	@ndarusuci
23	@mgdalens
24	@cicibarbar
25	@hendadiara
26	@patricia laurence
27	@stevenwongso

Dalam penelitian kualitatif, sampel 27 akun Instagram di atas cukup memadai dengan tercapainya saturasi data, yaitu tidak muncul informasi baru yang signifikan, dan mampu mewakili keragaman konteks meliputi: variasi karakteristik kreator, jumlah pengikut, frekuensi unggahan, serta gaya penyajian konten. Selain itu, kedalaman informasi yang diperoleh dari masing-masing akun menjadi indikator kunci dalam menunjukkan kecukupan data untuk mengungkap dinamika dan tema utama yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode etnografi *online* (netnografi) merupakan adaptasi dari metode etnografi tradisional untuk menganalisis budaya dalam lingkungan digital. Untuk menganalisis data berbentuk konten digital yang relevan dengan topik penelitian, yaitu fenomena *Takjil War* di media sosial, pendekatan yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis isi bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang teks yang disampaikan dalam bentuk lambang, baik berupa teks, gambar, suara, atau video. Dalam konteks ini, analisis isi diterapkan pada konten Instagram yang meliputi: video, suara, *comment*, *like* dan *share*, untuk memahami representasi budaya populer dan kontribusinya terhadap integrasi sosial. Tahapan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti enam langkah yang diidentifikasi oleh Krippendorff (2004), yaitu: (1) *unitizing*, memilih unit analisis yang relevan seperti teks, gambar, dan video; (2) *sampling*, memilih data dari konten 27 akun Instagram yang mengandung topik *Takjil War*, sampel data diambil dengan alat *Instagram scraper Apify*; (3) *recording/coding*, menandai elemen-elemen yang

relevan untuk analisis; (4) *reducing data*, menyederhanakan informasi yang ditemukan; (5) *abductively inferring*, menarik kesimpulan berdasarkan data yang ada; dan (6) *narrating*, menyampaikan hasil analisis untuk menjawab rumusan masalah.

## PEMBAHASAN

Bagian ini mengelaborasi representasi budaya populer *Takjil War* berdasarkan data yang dianalisis, mencakup tiga dimensi utama: representasi simbolik, respon audiens, dan transformasi ritual ke ruang digital. Selain itu, ditampilkan pula data kuantitatif untuk memberikan dukungan empiris terhadap temuan-temuan kualitatif. Data numerik tersebut ditampilkan guna memperkuat argumen.

### Representasi Ciri Budaya Populer dalam Konten Instagram ‘Takjil War’

Pada bulan Ramadhan tahun 2024, Instagram dihiasi ratusan unggahan dengan tema *Takjil war* oleh para konten kreator dan menandai fenomena budaya yang disukai dan diikuti banyak orang selama periode yang singkat. Perspektif kajian budaya menganggap fenomena ini tidak hanya sebagai aktivitas jual-beli produk makanan berbuka puasa, namun lebih jauh, terdapat ekspresi budaya populer yang mencerminkan dinamika interaksi sosial, identitas, komodifikasi budaya, dan demokratisasi masyarakat digital.

Dalam ranah budaya populer, fenomena yang tergambar dalam *Takjil War* menunjukkan bagaimana media sosial menjadi arena yang amat luas bagi praktik kebudayaan masyarakat. Hal ini sebagaimana yang dikatakan Strinati (1995) bahwa budaya



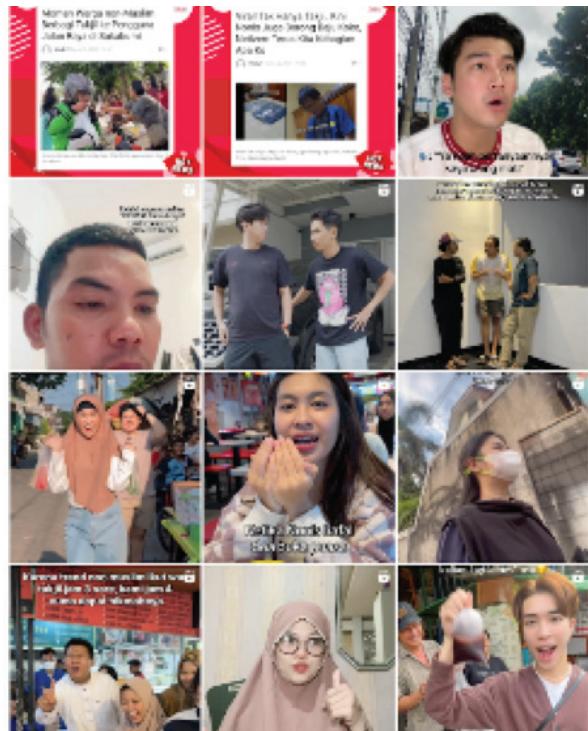
populer adalah hasil dari media massa dan menjadi sangat tergantung pada teknologi untuk penyebarannya. Artinya, media sosial menjadi platform utama untuk menyebarkan dan mengonsumsi tren budaya secara cepat dan global. Dengan kemudahan akses dan penyebaran oleh pengguna di seluruh dunia, menciptakan viralitas dan memperkuat tren dalam waktu yang sangat singkat. Demikian halnya dalam *Takjil war* di Instagram yang merepresentasikan berbagai ciri budaya populer. Berikut ini penjabaran mengenai ciri-ciri budaya populer yang direpresentasikan dalam konten *Takjil War*.

### Menjadi tren

Fenomena *Takjil War* dengan cepat menjadi tren di kalangan pengguna media sosial, dengan partisipasi yang meluas dari berbagai lapisan masyarakat. Penggunaan *hashtag* seperti #TakjilWar pada platform-platform seperti Instagram dan TikTok menciptakan ruang bagi interaksi sosial yang cepat dan masif. Menurut Hall (1997), budaya populer sering kali muncul sebagai respons terhadap kebutuhan sosial yang lebih luas, yang kemudian dipopulerkan melalui media massa atau media sosial. *Takjil War* mewakili pola yang diteliti oleh Hall, di mana tren budaya berfungsi sebagai ruang untuk masyarakat mengekspresikan identitas kolektif mereka. Hall menekankan pentingnya media dalam membentuk makna yang diterima oleh khalayak luas, dan fenomena ini menunjukkan bagaimana tren dapat berkembang dengan cepat dalam ruang sosial yang terhubung secara digital.

Konten *Takjil war* yang banyak ditampilkan oleh para konten kreator di Instagram selama bulan Ramadhan 2024

menunjukkan tren yang sangat signifikan. Fiske (2011) berbicara tentang bagaimana budaya populer menjadi tren melalui produksi massal dan konsumsi oleh masyarakat.



**Gambar 1.** Konten 'Takjil 'war' yang memenuhi halaman explore Instagram selama Ramadhan 2024

Sumber : Instagram

Suatu fenomena budaya dapat dengan mudah berkembang karena dipromosikan dan diikuti secara massal dengan perantara media sosial, dalam hal ini khususnya Instagram. Tren *Takjil war* melibatkan orang-orang yang memposting konten tentang perburuan takjil dan berlomba untuk menunjukkan kreativitas visual atau inovasi dalam menyampaikan gagasan dan perspektif mereka. Sebagaimana Fiske, Strinati (1995) juga berpendapat bahwa budaya populer menjadi tren ketika banyak orang ikut serta dalam suatu fenomena dimana media berfungsi vital sebagai platform yang mempercepat pertumbuhan tren tersebut menjadi semakin viral.

## Adanya keseragaman bentuk

Fiske (2011) menyebutkan bahwa keseragaman bentuk dalam budaya populer muncul karena proses produksi yang berulang, di mana produk-produk budaya dikemas dengan cara yang mirip untuk mencapai pasar yang luas. Pernyataan Fiske tersebut terwakili dengan jelas pada homogenitas penggambaran situasi *Takjil*

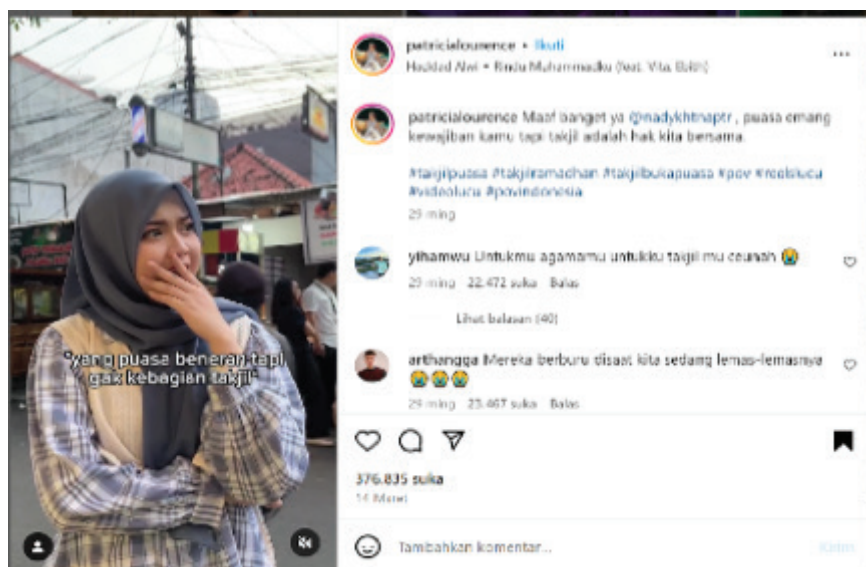
war dalam konten video di Instagram yang memiliki struktur yang serupa, yaitu (a)

- (a) Keseragaman bentuk dari perspektif konten kreator muslim yang menggambarkan keluhan kehabisan takjil, merasa lemas, kalah bersaing dari para non-muslim dalam berburu takjil.



Gambar 2. Homogenitas bentuk konten kreator muslim dari akun @infoasikdimas

Sumber : Instagram



Gambar 3. Homogenitas bentuk konten kreator muslim dari akun @patricia-laurence

Sumber : Instagram

- (b) Keseragaman bentuk dari perspektif konten kreator non-muslim yang menggambarkan bagaimana mereka mendominasi dalam takjil war, memborong semua takjil lebih

dahulu daripada kaum muslim, menggunakan atribut budaya yang dianggap merepresentasikan muslim (hijab, gamis, peci, atau baju koko).



Gambar 4. Homogenitas bentuk konten kreator non-muslim dari akun @cicibarbar

Sumber : Instagram



Gambar 5. Homogenitas bentuk konten kreator non-muslim

Sumber : Instagram



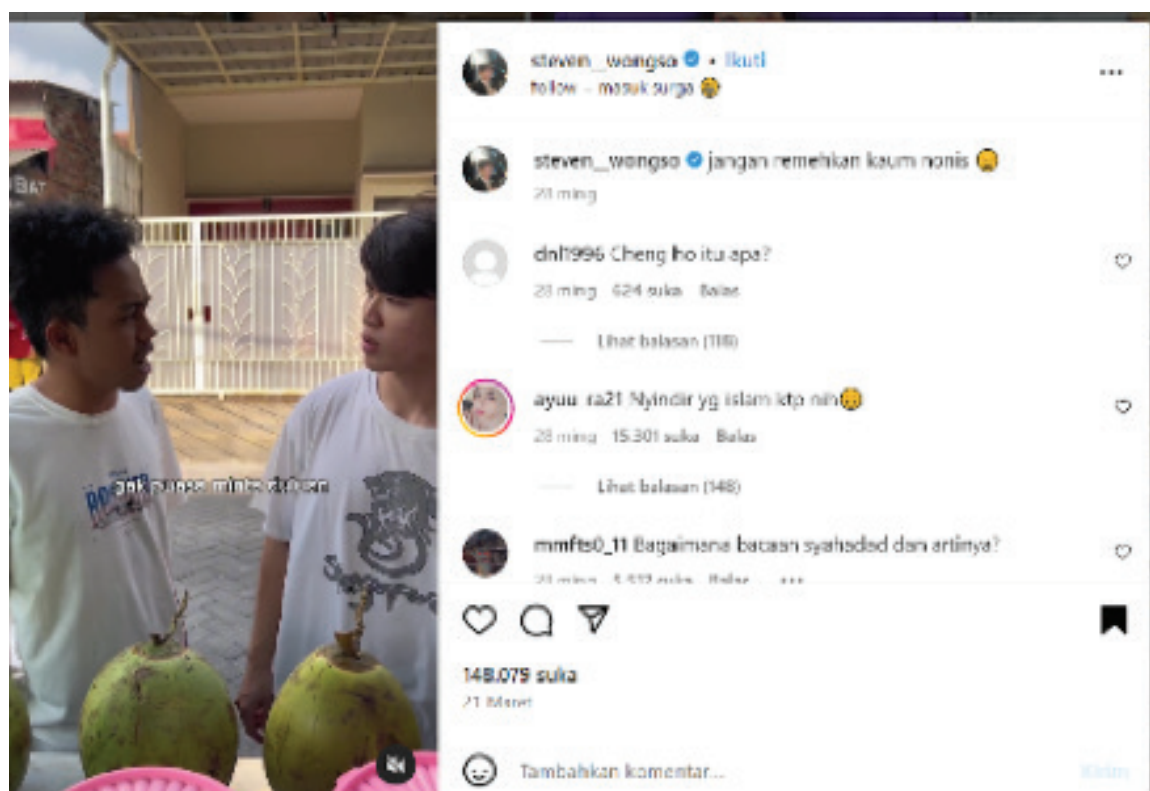
(c) Keseragaman bentuk dari perspektif konten kreator muslim dan non-muslim yang berkolaborasi yang

menggambarkan adanya toleransi dan kebersamaan.



Gambar 6. Homogenitas bentuk konten kolaborasi muslim dan non-muslim dari akun @ndarusuci

Sumber : Instagram



Gambar 7. Homogenitas bentuk konten kolaborasi muslim dan non-muslim dari akun @stevenwongso

Sumber : Instagram



Berdasarkan homogenitas struktur yang tergambar dari beberapa contoh konten *Takjil war* di atas, maka bisa dikatakan bahwa budaya populer cenderung adaptif, mudah diterima oleh berbagai kelompok masyarakat karena dihasilkan dengan mempertimbangkan daya tarik universal. Homogenitas mengacu pada keseragaman bentuk atau pola yang berulang dalam berbagai konten *Takjil war* yang ada. Konten ini umumnya mengikuti pola-pola visual dan naratif yang serupa, seperti video berlatar pasar takjil dan penjual yang berderet, visualisasi berbagai jenis takjil yang menarik, penggunaan pakaian dan aksesoris tertentu yang dianggap menunjukkan identitas budaya dan agama umat muslim atau non-muslim, video disertai dengan *caption* yang mudah diingat, emotif, atau lucu, serta penggunaan *hashtag* populer seperti #takjilwar atau #ramadhaneats.

Struktur dari berbagai konten ini menjadi seragam karena mengikuti tren yang telah terbukti berhasil dalam menarik perhatian dan interaksi dari pengguna Instagram. Pola ini memudahkan orang untuk berpartisipasi dalam fenomena *Takjil war* karena mereka dapat meniru atau memodifikasi konten yang sudah ada tanpa perlu menciptakan sesuatu yang benar-benar baru. Meskipun setiap individu menghasilkan konten yang berbeda, mereka berbagi format yang hampir identik, yaitu menampilkan persaingan atau tantangan yang berkaitan dengan berbuka puasa. Morley (1980) dalam teorinya tentang *encoding-decoding* menjelaskan bahwa media massa mengkodekan pesan tertentu yang kemudian diterima dan diinterpretasikan oleh

audiens dengan cara yang serupa. *Takjil War* juga mengikuti pola ini, di mana pesan yang ingin disampaikan tentang kompetisi berbuka puasa menerima respons yang konsisten dari audiens, menunjukkan bagaimana budaya populer dapat mengkodekan bentuk visual yang dapat diterima luas.

### **Adaptabilitas**

Budaya populer, termasuk fenomena seperti *Takjil war*, cenderung adaptif dan mudah diterima karena sifatnya yang fleksibel. Budaya populer dapat dengan mudah disesuaikan dengan tren yang ada atau tren lokal (Hall, 1992). Adaptabilitas ini membuat konten *Takjil war* menjadi sangat inklusif dan diterima oleh berbagai kelompok masyarakat dari latar belakang yang berbeda, baik suku, agama, maupun ras.

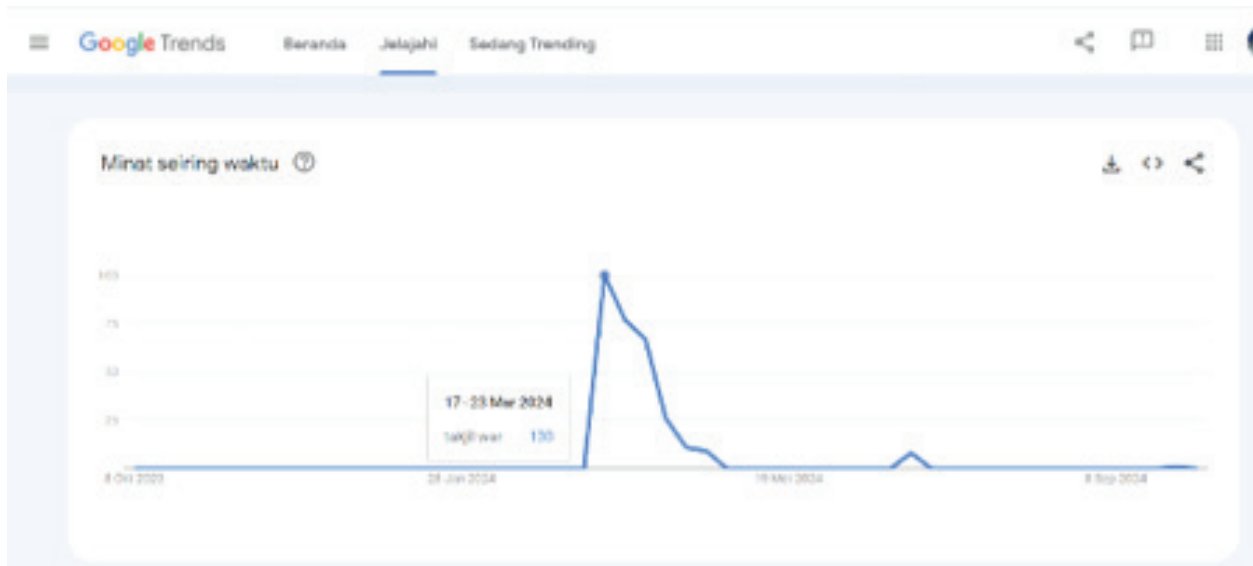
Selain sebagai konsumen, pengguna media sosial juga berperan sebagai produsen konten, ikut membentuk dan memodifikasi budaya populer atau disebut dengan istilah *prosumer*, yaitu produsen dan konsumen media sekaligus. Akhirnya konten terus berkembang melalui replikasi dan fokusnya lebih pada interaksi sosial.

*Cultural studies* juga melihat fenomena ini sebagai contoh bagaimana teknologi digital dan media sosial mendemokratisasi budaya. Setiap pengguna dapat berpartisipasi dalam menciptakan atau menyebarkan konten, sehingga tidak ada kontrol yang ketat dari institusi budaya formal. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya tidak hanya diproduksi oleh otoritas tertentu, tetapi juga oleh partisipasi kolektif yang luas.

## Durabilitas dan momentum

Berdasarkan data, topik *Takjil war* paling banyak dibicarakan selama bulan Ramadhan sejak 10 Maret - 28 April 2024 dan berada

pada puncak tren di tanggal 17-23 Maret 2024.



Gambar 8. Google trends *Takjil War*

Sumber : Google trends

Konten *Takjil War* digambarkan sebagai fenomena budaya yang memiliki waktu hidup yang terbatas dan bergantung pada momentum tertentu. Seperti halnya banyak konten budaya populer lainnya di media sosial, fenomena ini seringkali berfokus pada momen tertentu, yaitu Ramadan. Meskipun fenomena ini bisa kembali muncul dari tahun ke tahun, daya tariknya sangat terkait dengan masa tertentu dan kesegaran ide yang terus berkembang di kalangan penggunanya.

Teori budaya populer menyatakan bahwa fenomena budaya yang berkembang di media sosial seringkali memiliki *lifespan* yang pendek. Menurut *postmodernist* seperti Baudrillard (1998), media sosial memproduksi dan mengonsumsi budaya dalam bentuk yang sangat cepat dan bersifat sementara. Ini terjadi karena budaya digital pada dasarnya sangat tergantung pada tren yang terus berkembang dan berubah dengan cepat.

Dengan demikian, durabilitas dalam konteks *Takjil War* lebih bersifat sementara, bertahan selama bulan Ramadhan, dan kehilangan momentum setelahnya.

Akan tetapi, di sisi lain, *Takjil War* dapat dianggap memiliki potensi untuk kembali setiap tahun, membentuk suatu siklus tahunan yang menggambarkan bagaimana budaya populer di media sosial dapat bersifat siklikal. Meskipun demikian, setiap tahunnya, tren ini mungkin mengalami pergeseran atau perubahan tema yang mencerminkan kebutuhan dan nilai yang berkembang dalam masyarakat. Seperti yang dicatat oleh Turner dan Eksterowicz (2019), banyak fenomena budaya populer di media sosial yang tidak memiliki eksistensi jangka panjang karena kecepatan dan perubahan yang sangat dinamis dalam konsumsi konten.

Dengan demikian, meskipun *Takjil War* dapat bertahan dalam bentuk yang berubah-

ubah di luar Ramadhan, sifatnya yang sangat bergantung pada momentum dan momen tertentu menjadikannya sebagai contoh yang jelas dari budaya populer yang memiliki durabilitas yang terbatas. Sangat mungkin bahwa fenomena ini akan dimodifikasi dalam bentuk konten-konten lain yang berhubungan dengan momentum Natal dan hari besar lainnya di waktu yang akan datang sebagai respons dari viralnya Takjil War, tetapi dengan isu yang lebih segar.

### **Komodifikasi dan Profitabilitas**

Seiring dengan berkembangnya *Takjil War*, fenomena ini juga mengalami proses komodifikasi, di mana nilai budaya yang awalnya bersifat lokal dan partisipatif kini dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi. Hal ini sejalan dengan teori Adorno dan Horkheimer (2002) tentang industri budaya, yang menyatakan bahwa budaya populer sering kali diproduksi dan dipasarkan dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan. Dalam hal ini, konten *Takjil War* yang pada awalnya dimulai sebagai bentuk ekspresi pribadi, telah menjadi media bagi individu atau kelompok yang berupaya memanfaatkan tren untuk memperoleh visibilitas, pengaruh, atau bahkan keuntungan komersial. Dari perspektif *Cultural Studies*, hal ini bisa dilihat sebagai bagian dari cara masyarakat digital berpartisipasi dalam tren global sehingga menciptakan bentuk kontestasi atas ruang digital.

Proses ini memperlihatkan pula bagaimana media sosial menjadi sarana untuk komodifikasi budaya yang memanfaatkan popularitas fenomena untuk memperoleh profit, sebagaimana diungkapkan oleh Storey (2018) yang menyatakan bahwa

budaya populer pada akhirnya seringkali dikuasai oleh mekanisme kapitalisme yang mengeksploitasi bentuk-bentuk kebudayaan ini untuk tujuan komersial. Dengan demikian, proses komodifikasi ruang digital yang terjadi dalam konteks ini juga memperlihatkan hubungan yang erat antara budaya, media sosial, dan ekonomi, mengingat fenomena ini turut membuka peluang pasar yang luas bagi produk-produk komersial.

Dari perspektif *Cultural Studies*, fenomena ini bisa dilihat sebagai bagian dari cara masyarakat digital berpartisipasi dalam tren global. *Takjil War* menciptakan ruang partisipasi dimana pengguna dapat mengekspresikan kreativitas dan humor, tetapi juga bisa dilihat sebagai bentuk kontestasi atas ruang digital. Partisipasi massal dalam tren ini mencerminkan bagaimana individu atau kelompok berupaya memanfaatkan tren untuk memperoleh visibilitas, pengaruh, atau bahkan keuntungan komersial.

### **Representasi Takjil dalam Konten**

#### **Instagram Takjil War**

Hasil analisis terhadap data-data yang diperoleh dari 27 akun instagram yang menampilkan konten *Takjil War* menunjukkan bahwa konten video ini mengusung takjil sebagai simbol universal yang melampaui sekat identitas keagamaan dan budaya. Beberapa elemen representasi yang dominan adalah sebagai berikut.

*Pertama*, Takjil sebagai Simbol Toleransi. Aktivitas berbagi dan membeli takjil oleh kelompok non-islam sudah terjadi di dalam masyarakat dari masa ke masa. Akan tetapi, baru pada tahun 2024, praktik tersebut dimediasi dan dikomodifikasi hingga menjadi

konten yang tren di ruang media sosial. Takjil dalam konten *Takjil War* tidak hanya diposisikan sebagai makanan berbuka puasa, tetapi juga sebagai representasi nilai berbagi dan solidaritas. Dalam salah satu video, kreator memperlihatkan pembagian takjil kepada individu dari berbagai latar belakang agama di ruang publik, seperti taman kota. Adegan ini tidak hanya menggambarkan ritual Ramadan, tetapi juga narasi toleransi lintas agama yang menjadi inti dari pesan sosial yang ingin disampaikan.

Kedua, Penggunaan Humor sebagai Medium Pesan. Beberapa video mengintegrasikan elemen humor atau parodi untuk menyampaikan nilai-nilai toleransi. Misalnya, terdapat video yang menggambarkan “perang takjil” antarkelompok yang akhirnya berakhir dengan rekonsiliasi. Narasi semacam ini menunjukkan bahwa humor dapat menjadi alat yang efektif untuk mengomunikasikan pesan yang serius secara ringan dan dapat diterima oleh berbagai kelompok.

Ketiga, Kolaborasi Lintas Identitas Budaya. Selain menampilkan elemen dan simbol keagamaan, beberapa kreator juga menggunakan elemen budaya lokal seperti pakaian adat, aksesoris, bahasa daerah, dan lagu tradisional sebagai bagian dari narasi video. Pendekatan ini memperluas simbol takjil dari sekadar ritual keagamaan menjadi elemen yang merepresentasikan pluralisme Indonesia.

### **Respon Audiens dalam Komentar**

Komentar yang dianalisis dari unggahan video *Takjil War* mencerminkan penerimaan yang luas terhadap konten ini, baik dari segi kreativitas maupun nilai sosial yang diusung.

- **Penerimaan Lintas Agama**

Komentar dari audiens menunjukkan apresiasi yang tinggi terhadap nilai-nilai kebersamaan yang diusung dalam konten. Berikut beberapa komentar yang signifikan.

*“Saya Katolik, tetapi senang sekali melihat budaya berbagi seperti ini. Semoga tradisi ini terus dirawat.”*

*“Sebagai umat Nasrani, saya merasa damai melihat bagaimana umat Muslim merayakan Ramadhan dengan saling berbagi.”*

Komentar ini menunjukkan bahwa konten *Takjil War* mampu menembus batas identitas agama dan diterima secara positif oleh audiens yang beragam.

- **Ajakan untuk Memperkuat Solidaritas**

Banyak komentar juga mengandung ajakan untuk menjaga harmoni sosial, misalnya:

*“Mari kita jaga persatuan bangsa melalui hal-hal sederhana seperti ini. Indah sekali melihat semua rukun.”*

*“Semoga takjil tidak hanya makanan, tetapi simbol toleransi kita semua.”*

*“Just reminding, next time coba jangan pakai istilah ‘Non-is’ seakan nama untuk Agama selain Islam tidak valid. Iya kontennya tidak harmful, tapi lebih baik bijak dalam gunain*



istilah. Contoh judul untuk alternatif bisa ‘keberagaman mahasiswa/mahasiswi UGM saat memburu takjil di waktu bulan Ramadhan’. Yuk hilangkan stigma kebiasaan panggil Agama yang bukan mayoritas dengan ‘Nonis’”

Berbagai komentar tersebut menunjukkan, audiens tidak hanya mengonsumsi konten sebagai hiburan, tetapi juga memaknainya sebagai ajakan untuk memperkuat solidaritas sosial.

- **Refleksi Personal**

Beberapa audiens menggunakan ruang komentar untuk merefleksikan pengalaman pribadi mereka. Contoh komentar:

*“Saya pernah menerima takjil dari teman Muslim, dan itu momen yang sangat menyentuh.”*

*“Semoga tradisi seperti ini bisa menyatukan kita semua.”*

Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa konten *Takjil War* berhasil menghubungkan nilai-nilai kolektif dengan pengalaman personal audiens.

## **Transformasi Tradisi ke dalam Ruang Digital**

Konten *Takjil War* mengilustrasikan bagaimana tradisi berbagi takjil bertransformasi dari praktik lokal ke fenomena nasional melalui media sosial.

- **Digitalisasi Tradisi Lokal**

Tradisi berbagi takjil yang sebelumnya hanya dilakukan secara langsung kini direpresentasikan dalam ruang digital melalui visualisasi kreatif. Proses ini menciptakan simbolisme baru yang memperluas cakupan audiens, memungkinkan partisipasi individu yang tidak secara langsung terlibat dalam tradisi tersebut.

- **Tradisi lokal dengan Jangkauan Global**

Komentar dari audiens menunjukkan bahwa fenomena *Takjil War* memungkinkan diaspora Indonesia di luar negeri untuk tetap merasa terhubung dengan tradisi lokal. Komentar seperti *“Saya orang Indonesia di luar negeri, dan video ini membuat saya rindu kampung halaman”* menegaskan bahwa konten ini memiliki daya tarik lintas geografis.

- **Kesadaran Sosial Melalui Media Sosial**

Beberapa video juga memuat pesan sosial, seperti berbagi dengan kaum marginal. Sebagai contoh, salah satu video menampilkan pembagian takjil kepada anak-anak jalanan, yang mendapatkan respon positif dari audiens, seperti:

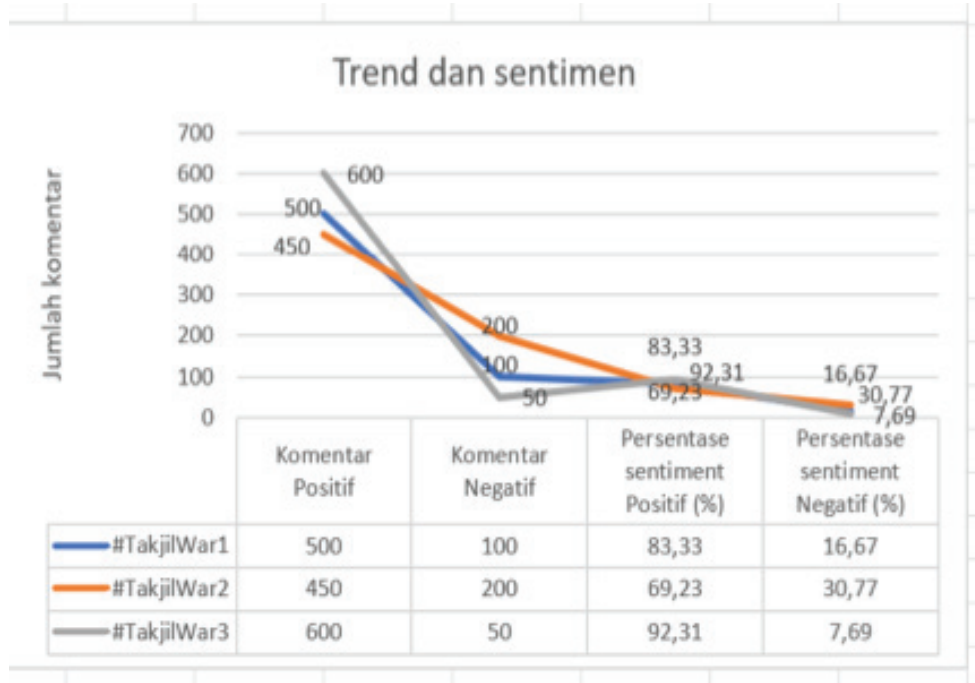
*“Terima kasih telah mengingatkan kami untuk berbagi dengan yang membutuhkan.”*

*“Indah sekali melihat solidaritas seperti ini. Semoga terus berlanjut.”*

## Data Kuantitatif sebagai Pendukung

### Tabel Tren Komentar Positif/Negatif

Tabel ini akan menunjukkan negatif yang diterima oleh setiap konten atau perbandingan jumlah komentar positif dan topik dalam *Takjil War*.

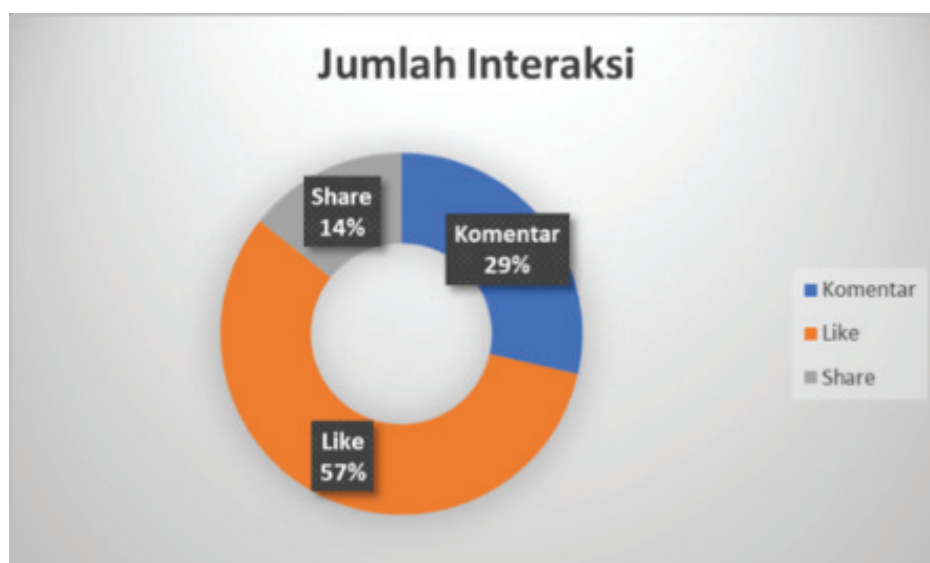


Gambar 9. Tren komentar dan sentimen *Takjil War*

Komentar positif yang mendominasi menunjukkan bahwa sentimen masyarakat terhadap *Takjil War* di sosial media sangat positif bahkan mencapai rerata 81,6% sementara rerata sentimen negatif 18,4%.

### Diagram Interaksi Sosial

Diagram lingkaran ini menggambarkan jenis interaksi sosial dalam konten *Takjil War* berdasarkan data yang dikategorikan dalam interaksi seperti *comment*, *like*, dan *share*.



Gambar 10. Persentase 3 bentuk interaksi media sosial Instagram *Takjil War*

Berdasarkan analisis kuantitatif terhadap unggahan:

- **Interaksi Tinggi:** Rata-rata setiap unggahan memiliki ribuan *like* dan ratusan komentar, menunjukkan daya tarik konten terhadap audiens yang luas.
- **Sentimen Positif:** Lebih dari 80% komentar mencerminkan apresiasi terhadap nilai-nilai toleransi dan kreativitas dalam konten.
- **Dominasi Usia Muda:** Mayoritas creator dan pemberi komentar berasal dari audiens usia 20–35 tahun, menunjukkan peran generasi muda dalam mempromosikan nilai-nilai integrasi sosial melalui media digital.

### **Ruang Simbolik untuk Representasi Budaya Populer, Integrasi Sosial, dan Toleransi Beragama**

Bagian ini menganalisis fenomena *Takjil War* dari tiga dimensi utama: (a) media sosial sebagai arena budaya populer, (b) takjil sebagai simbol interaksi sosial, dan (c) integrasi sosial melalui konten digital. Tiap dimensi dikaji secara kritis melalui perspektif *Cultural studies* yaitu representasi budaya untuk menggambarkan bagaimana praktik budaya populer ini berkontribusi pada integrasi sosial dan promosi toleransi beragama.

#### **• Media Sosial sebagai Arena Budaya**

##### **Populer**

Transformasi budaya lokal menjadi konten budaya populer yang mendunia melalui media sosial merupakan salah

satu ciri khas era-digital. Media sosial seperti Instagram memungkinkan distribusi narasi yang menggabungkan elemen tradisional dengan estetika modern, menciptakan daya tarik luas yang melampaui batas demografi.

Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa 82% komentar pada video *Takjil War* mengekspresikan apresiasi terhadap elemen humor dan visual kreatif dalam narasi berbagi takjil. Sebanyak 68% dari responden menyatakan bahwa konten ini menginspirasi mereka untuk mempraktikkan nilai berbagi di kehidupan nyata. Hal ini menegaskan pandangan Jenkins (2006) tentang *participatory culture*, di mana audiens berperan aktif dalam mendukung, menyebarkan, bahkan mereplikasi nilai-nilai yang diusung konten.

Fenomena ini juga menunjukkan bagaimana kreator konten berfungsi sebagai *cultural intermediaries*, seperti yang dijelaskan Abidin (2020), yaitu menjembatani tradisi berbagi takjil dengan narasi global yang menonjolkan nilai kebersamaan dan toleransi. Kreator tidak hanya menghadirkan ritual berbagi takjil dalam bentuk visual, tetapi juga menambahkan elemen humor yang memicu keterlibatan emosional audiens, menciptakan pengalaman kolektif yang menarik bagi berbagai kelompok, termasuk mereka yang tidak terbiasa dengan tradisi ini.

Huang (2019) menemukan bahwa budaya populer di media sosial mampu menciptakan “komunitas afektif,” di mana individu merasa terhubung melalui

pengalaman bersama. Dalam konteks *Takjil War*, elemen sinematik dan humor berperan penting dalam membangun keterhubungan emosional tersebut. Hal ini terlihat dari komentar seperti, “Meski saya bukan Muslim, saya merasa terinspirasi oleh tradisi berbagi seperti ini.”

- **Takjil sebagai Simbol Interaksi Sosial**

Dalam perspektif interaksionisme simbolik, simbol memperoleh maknanya melalui proses interaksi sosial (Blumer, 1969). Takjil dalam konteks *Takjil War* bukan hanya sekadar makanan berbuka puasa, tetapi menjadi simbol kebersamaan, solidaritas, dan toleransi lintas identitas. Simbol ini mengalami transformasi makna yang dipengaruhi oleh media sosial sebagai medium komunikasi modern.

Dari data yang diperoleh, sebanyak 74% komentar mengaitkan takjil dengan nilai-nilai positif seperti berbagi tanpa memandang latar belakang agama. Salah satu komentar menulis: “Saya dulu sering menerima takjil dari tetangga Muslim. Melihat video ini mengingatkan saya pada kebaikan itu.” Selain itu, 41% dari total komentar berasal dari audiens non-Muslim, yang menunjukkan bahwa narasi berbagi takjil memiliki daya tarik lintas agama.

Couldry dan Hepp (2017) menyatakan bahwa media sosial mampu memperluas makna simbol lokal menjadi narasi yang relevan secara global. Dalam konteks ini, takjil tidak hanya menjadi representasi tradisi berbuka puasa bagi umat muslim,

tetapi juga simbol inklusivitas yang merangkul audiens dari latar belakang berbeda. Proses ini memperlihatkan bagaimana simbol tradisional dapat diadopsi dan diadaptasi untuk menciptakan dialog lintas identitas di ruang digital.

- **Integrasi Sosial melalui Konten Digital**

Integrasi sosial dalam masyarakat multikultural adalah tantangan yang memerlukan pendekatan lintas identitas. Konten seperti *Takjil War* berperan sebagai media yang mempertemukan berbagai kelompok melalui narasi yang inklusif. Data menunjukkan bahwa 63% audiens merasa konten ini mencerminkan harmoni sosial, sementara 47% menyatakan bahwa mereka merasa lebih menghargai tradisi agama lain setelah menonton konten tersebut.

Penelitian Giddens (1991) tentang globalisasi budaya mencatat bahwa praktik budaya populer mampu menciptakan ruang di mana identitas lokal dan global bertemu, menghasilkan bentuk integrasi baru. *Takjil War* menunjukkan bahwa budaya populer di media sosial dapat menghubungkan berbagai kelompok melalui pengalaman kolektif yang berbasis pada nilai universal, seperti berbagi dan empati.

Sebagai contoh, salah satu video yang menampilkan pembagian takjil kepada komunitas marginal menuai pujian luas dari audiens lintas identitas. Komentar seperti, “Melihat video ini, saya merasa bahwa berbagi adalah bahasa universal yang semua orang pahami,”



mencerminkan bagaimana konten ini menciptakan ruang simbolik yang melampaui batas agama dan budaya.

Lebih lanjut, respons diaspora Indonesia di luar negeri menunjukkan bahwa konten ini juga menciptakan *virtual homeland* yang memungkinkan mereka terhubung kembali dengan nilai-nilai budaya lokal. Penelitian Varis dan Blommaert (2015) menegaskan bahwa ruang digital memungkinkan individu mereproduksi identitas kolektif meskipun berada di luar konteks geografis asalnya.

### **Refleksi Kritis: Antara Potensi dan Tantangan dalam Perspektif Cultural Studies**

Fenomena *Takjil War* di media sosial membawa kita pada perenungan yang lebih dalam tentang bagaimana budaya populer berkembang di ruang digital. Jika dilihat melalui lensa *cultural studies*, fenomena ini tidak hanya tentang berbagi takjil, tetapi juga soal bagaimana makna budaya dan sosial sering kali terdistorsi oleh komodifikasi di media sosial. Pada dasarnya, konten *Takjil War* mengangkat simbol berbagi yang kuat dalam tradisi Ramadhan, tetapi di dalam proses penyebaran di media sosial, makna itu bisa terseret oleh kepentingan komersial dan logika kapitalisme digital. Seiring dengan meningkatnya visibilitas video-video ini, muncul kecenderungan di mana pesan yang hendak disampaikan—tentang kebersamaan, toleransi, dan berbagi—seringkali tereduksi menjadi konten yang lebih ringan dan mudah dikonsumsi.

Masyarakat tidak bisa mengabaikan kenyataan bahwa di balik popularitas konten seperti ini, ada kekuatan besar yang bekerja,

yaitu algoritma dan logika ekonomi media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Fiske (1992), yang mengatakan bahwa budaya populer di media sosial seringkali diwarnai oleh proses komodifikasi. Demikian pula menurut Hall (1997), media sosial seringkali menjadi medan pertempuran ideologis, di mana representasi budaya dipengaruhi oleh siapa yang memiliki kekuasaan dalam menentukan visibilitas suatu konten.

Konten yang lebih sensasional dan menarik secara visual cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian daripada konten yang memiliki pesan sosial yang lebih mendalam. Misalnya, video *Takjil War* yang menggabungkan humor atau elemen kejutan cenderung lebih banyak dilihat dan dibagikan, dibandingkan dengan yang lebih serius mengangkat pesan sosial tentang berbagi. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial seringkali terjebak dalam logika pasar yang menuntut konten yang bisa viral dan mendatangkan keuntungan.

Akan tetapi, di sisi lain, *Takjil War* juga memiliki potensi untuk menciptakan ruang interaksi yang lebih inklusif. Takjil, dalam konteks ini, bisa dilihat sebagai simbol berbagi yang melampaui sekat-sekat agama, membangun jembatan antarindividu dari berbagai latar belakang. Data yang ada menunjukkan bahwa sekitar 41% komentar berasal dari mereka yang bukan Muslim, mengapresiasi semangat kebersamaan dan solidaritas yang disampaikan oleh video-video tersebut. Ini menandakan bahwa meskipun takjil berakar dalam tradisi agama tertentu, ia berhasil menciptakan resonansi yang lebih luas di kalangan audiens yang

beragam. Dalam hal ini, *Takjil War* berfungsi lebih sebagai ruang untuk membangun kesadaran sosial yang melampaui batasan agama, dan memberikan kesempatan bagi individu untuk merayakan kebersamaan, tanpa melihat perbedaan.

*Takjil War* bisa dilihat sebagai upaya untuk membangun ruang bagi integrasi sosial melalui budaya populer. *Takjil*, yang merupakan simbol berbagi dalam Ramadhan, mampu membuka ruang bagi mereka yang berbeda agama untuk merasakan nilai solidaritas dan kebersamaan. Akan tetapi, masyarakat harus tetap kritis terhadap bagaimana ruang ini dikonstruksi oleh media sosial, yang pada akhirnya juga mencerminkan kekuasaan yang ada dalam proses produksi dan distribusi konten. Meskipun media sosial menawarkan ruang untuk interaksi sosial yang lebih inklusif, masyarakat perlu mempertanyakan bagaimana nilai-nilai yang dibawa oleh *Takjil War* tetap bisa bertahan, mengingat banyaknya faktor eksternal, seperti algoritma dan tekanan pasar, yang bisa mempengaruhi kedalaman pesan tersebut.

Dengan demikian, meskipun *Takjil War* menyajikan potensi besar dalam mempromosikan toleransi dan integrasi sosial, harus disadari pula bahwa dalam realitas digital, sering kali ada ketegangan antara tujuan sosial yang ingin dicapai dan realitas komersial yang mengatur dunia media sosial. Ini adalah tantangan besar yang perlu dihadapi, terutama jika masyarakat ingin memastikan bahwa nilai-nilai sosial yang diangkat benar-benar tercermin dalam konten yang dikonsumsi dan dibagikan di dunia maya.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa fenomena *Takjil War* di media sosial, yang merupakan salah satu bentuk budaya populer kontemporer, memainkan peran signifikan dalam memperkuat toleransi beragama dan mendorong integrasi sosial. Berdasarkan hasil analisis interaksionisme simbolik, terlihat bahwa media sosial, dalam hal ini, menjadi platform untuk komunikasi simbolik yang memfasilitasi pembentukan dan negosiasi makna bersama antara individu dari berbagai latar belakang agama. *Takjil War* berfungsi sebagai ruang sosial yang membentuk solidaritas dan pemahaman antar kelompok yang berbeda, di mana interaksi yang terjadi melibatkan proses signifikasi yang membangun nilai-nilai sosial inklusif.

Fenomena ini memenuhi ciri utama budaya populer yang dikemukakan oleh Storey (2018), yaitu sebagai tren yang mampu menciptakan kesamaan bentuk antar individu melalui penggunaan simbol-simbol bersama, seperti tagar #TakjilWar, yang disebarluaskan di berbagai platform media sosial. Adaptabilitas fenomena ini terlihat jelas dalam kemampuannya untuk beradaptasi dengan konteks sosial budaya yang terus berkembang, terutama selama bulan Ramadhan. Sementara itu, durabilitas fenomena ini cenderung terbatas, karena ia lebih bergantung pada momentum tahunan yang terkait dengan bulan suci Ramadhan. Akan tetapi, meskipun durasinya terbatas, *Takjil War* menunjukkan potensi ketahanan dalam memunculkan kembali variasinya setiap tahun atau pada momentum yang berbeda, memperkuat daya tarik, dan relevansinya dalam budaya digital.

Dari perspektif komodifikasi, fenomena ini juga mencerminkan proses di mana konten budaya populer di media sosial tidak hanya sekedar berbagi pengalaman atau informasi, tetapi juga mengandung nilai ekonomi melalui popularitas yang dihasilkan oleh interaksi antar pengguna. Dalam hal ini, meskipun sifatnya lebih bersifat temporer, fenomena ini tetap membuka peluang komersialisasi yang terkait dengan peningkatan *engagement* dan visibilitas online.

Sebagaimana dijelaskan oleh Blumer (1969) dan Hall (1997), simbol yang dibentuk melalui interaksi sosial dalam media digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan identitas dan budaya. *Takjil War* membuktikan bahwa meskipun muncul dalam bentuk tren sementara, ia dapat menjadi agen perubahan sosial yang efektif untuk mengkomunikasikan nilai-nilai yang memperkuat integrasi sosial dan memperkenalkan wacana toleransi beragama yang lebih luas, sejalan dengan temuan-temuan dalam penelitian oleh Turner dan Eksterowicz (2019) yang mengkaji dinamika media dan kultur populer dalam menciptakan makna sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Takjil War* tidak hanya merepresentasikan budaya populer yang berorientasi pada kesenangan dan konsumsi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial yang penting dan bermakna, yang mencerminkan dinamika budaya digital dalam konteks integrasi sosial dan toleransi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). *Communities of influencers: An ethnography of influencer marketing in Asia*. New York: Routledge.
- Adams, E. J. (2023). Social media communication and national integration. *Synergy: Cross-Disciplinary Journal of Digital Investigation*, 1(1), 70–77. <https://multijournals.org/index.php/synergy/article/view/135>
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *The culture industry: Enlightenment as mass deception*. New York: Routledge.
- Aminah, S., & Muyassaroh, L. (2024). Analisis konten TikTok “War Takjil Ramadhan” dan dampaknya pada toleransi antarumat beragama. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 6(1), 78–92.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London: Sage Publications.
- Blumer, Herbert. (1969). *Symbolic interactionism : perspective and method*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Fiske, J. (1992). *The cultural economy of fandom*. In *The audience studies reader* (343–356). London: Routledge.
- Fiske, John. (2011). *Understanding Popular Culture*, 2nd edition. London: Routledge.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Hall, S. (1992). The question of cultural identity. In S. Hall, D. Held, & T. McGrew (Eds.), *Modernity and its futures* (pp. 274–316). Cambridge: Polity Press
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications.
- Huang, Y. (2019). Social media and digital culture: The shifting of the societal landscape. *Digital Culture & Society*, 5(2), 11–32. <https://doi.org/10.14361/dcs-2019-0202>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

- Kustana. (2025). War Takjil dalam perspektif sosiologi. *Jurnal Sosiologi*. UIN Bandung, 12(1), 45–58.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis an Introduction to Its Methodology*. London: Sage Publications.
- Minhaji, H., Hosaini, A., Prasetyo, B., Maktumah, C., & Alehirish, D. (2025). War Takjil sebagai ekspresi solidaritas sosial: Telaah nilai-nilai Islam. *Indo-Islamika*, 17(2), 123–136.
- Morley, D. (1980). *The nationwide audience: Structure and decoding*. London: British Film Institute.
- Pan, Y. Coleman, L., Manago, S., & Goodof, D. (2019). Effects of social media usage on social integration of university students. *International Journal of Technology in Teaching and Learning*, 15(1), 1–17
- Sumanti, R., & Sazali, M. (2024). Fenomena “War Takjil” di media sosial: Studi harmonisasi lintas agama Ramadan 1445 H. *MUKADIMAH: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 101–115.
- Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). London: Routledge.
- Strinati, D (1995). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London ; New York : Routledge
- Strinati, D. (2003). *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Turner, G., & Eksterowicz, K. (2019). *Television and cultural studies: An introduction*. London: Routledge.
- Varis, P., & Blommaert, J. (2015). Conviviality and social media: The mediatisation of the social in a globalised world. *Social Media + Society*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305115594291>
- Williams, R. (1983). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford: Oxford University Press.