

## Analisis Resepsi pada Konten *Review Food Vlogger* TikTok @Codebluuuu Studi Kasus Warung Nyak Kopsah di Cipondoh Tangerang

Nina Rosmala<sup>1</sup>, Weni Adityasning Arindawati<sup>2</sup>, Nurkinan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Singaperbangsa Karawang

ninarosmala995@gmail.com, weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id,

nurkinan59@gmail.com

### ABSTRACT

*This research aims to understand the meaning given by TikTok @Codebluuuu followers to the video review and how they are positioned in interpreting it. This research uses an interpretive paradigm, this research uses a descriptive qualitative approach with the reception method applied, referring to Stuart Hall's classification: dominant-hegemonic, negotiation, and opposition. Informants were selected using purposive sampling method based on criteria that are in accordance with the research objectives. The results showed that informants divided the meaning of video reviews into two sides: positive and negative. The positive side sees criticism as learning and encouragement of improvement for business actors, while the negative side views it as adversely affecting Nyak Kopsah's business reputation. The majority of informants are in the Negotiate position, accepting the dominant ideology but resisting its full implementation. They recognized the importance of honest criticism of food quality and prices for consumer information, but adjusted their views based on personal experience and social environment. In addition, they emphasized that the way in which criticism is delivered by Codebluu must be considered so as not to cause excessive negative effects.*

**Keywords:** Reception Analysis, Food Vlogger, Tiktok

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna yang diberikan oleh *followers* TikTok @Codebluuuu pada video *review* tersebut dan bagaimana posisi mereka dalam menafsirkannya. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode resepsi diterapkan, mengacu pada klasifikasi Stuart Hall: dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Informan dipilih menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan membagi pemaknaan video *review* ke dalam dua sisi: positif dan negatif. Sisi positif melihat kritik sebagai pembelajaran dan dorongan perbaikan bagi pelaku usaha, sedangkan sisi negatif memandangnya berdampak buruk pada reputasi bisnis Nyak Kopsah. Mayoritas informan berada dalam posisi Negosiasi, menerima ideologi dominan tetapi menolak penerapannya secara penuh. Mereka mengakui pentingnya kritik jujur tentang kualitas dan harga makanan untuk informasi konsumen, namun menyesuaikan pandangan berdasarkan pengalaman pribadi dan lingkungan sosial. Selain itu, mereka menekankan bahwa cara penyampaian kritik oleh Codebluu harus diperhatikan agar tidak menimbulkan efek negatif yang berlebihan.

**Kata Kunci** : Analisis Resepsi, *Food Vlogger*, Tiktok

## PENDAHULUAN

Istilah "vlog" menurut Baker merupakan penggabungan dari kata "blog" dan "vlog", yang merujuk pada kombinasi format komunikasi tulisan internet (*blog*) dan komunikasi berbentuk video (*vlog*). *Blog* sendiri adalah bentuk tulisan berbasis internet atau *weblog*, sementara *vlog* merupakan video yang merekam pemikiran, pendapat, dan minat seseorang, yang kemudian dipublikasikan secara *online* (Effendy et al., 2021). Para pembuat konten video atau *vlogger* membagikan cerita dan pengalaman pribadi mereka seputar merek dan produk melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi serta pencarian dari para pengikut dan penonton lainnya (Lee & Watkins, 2016a).

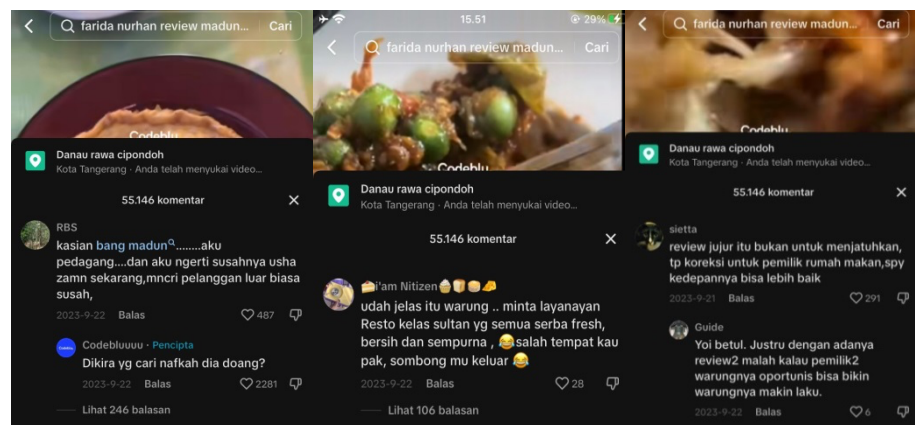
Ketika platform berbagi video daring seperti YouTube mulai berkembang, muncullah para *food vlogger*. Mereka yang memiliki pengetahuan dan minat besar terhadap kuliner mulai membagikan pengalaman mereka mencicipi berbagai makanan. Pada awalnya, kegiatan *food vlogging* ini hanya dianggap sebagai hobi semata. Namun, seiring dengan meningkatnya minat dan popularitas konten tersebut, para kreator mulai serius menjadikan *food vlogging* sebagai profesi penuh waktu yang menjanjikan (Azizah, 2023). Seorang *Food vlogger* adalah individu yang membuat video tentang ulasan makanan dari berbagai jenis kuliner, yang kemudian dibagikan di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, atau TikTok. Mereka biasanya memiliki banyak penggemar dan juga merupakan penggemar makanan itu sendiri (Savira & Zuhri, 2022).

Di Indonesia, terdapat beberapa *Food vlogger* terkenal seperti Tanboy Kun, Jessica Jane, Ria SW, Kubiler, dan lainnya. Setiap dari mereka memiliki gaya konten yang unik, contohnya Ria SW yang sering mereview makanan dan camilan dari Korea Selatan (Jannah et al., 2023). Membuat konten *vlog* tentang makanan merupakan bagian dari tren yang lebih besar dalam representasi kuliner. Beragam hobi dan minat para *vlogger* makanan menciptakan berbagai pilihan bagi konsumen yang mencari rekomendasi dan promosi dari masing-masing *vlogger* kuliner. Selain itu, tujuan utama dari melakukan ulasan adalah untuk memberikan informasi dan gambaran menyeluruh tentang suatu produk atau karya. Ulasan ini bisa mencakup analisis terhadap kelebihan dan kekurangan, termasuk kritik yang bermanfaat tidak hanya bagi masyarakat atau calon pembeli, tetapi juga bagi para produsen produk atau jasa terkait (Lee & Watkins, 2016).

Dalam beberapa waktu terakhir, banyak ulasan tentang tempat makan yang diunggah di media sosial, terutama oleh para *Food vlogger*, yang dimana fenomena ini mendapat berbagai tanggapan dari khalayak dan memicu pandangan serta respon, yang bisa bersifat positif atau negatif dari berbagai lapisan masyarakat (Pasla, 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan platform seperti TikTok telah

semakin meningkatkan popularitas profesi *Food vlogger*. Beberapa di antara mereka memanfaatkan TikTok sebagai sarana promosi untuk konten YouTube mereka, sementara yang lain fokus pada pembuatan video kreatif pendek untuk *me-review* makanan atau tempat makan, dengan tujuan agar video tersebut menjadi viral (Pasla, 2023).

Sebagai seorang *Food vlogger*, peran mereka di platform TikTok sangat signifikan dalam membentuk pandangan dan keputusan konsumen terhadap berbagai jenis makanan (Jannah et al., 2023). TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video musik yang memungkinkan pengguna mengekspresikan diri dengan bebas. Pengguna dapat membuat, mengedit, dan berbagi video pendek dengan durasi maksimal hingga 3 menit. Menurut Susilowati, aplikasi TikTok mendukung kebebasan pengguna dalam mengekspresikan diri dengan adanya filter dan musik yang dapat menambah daya tarik video buatan mereka (Putri & Arviani, 2023). Dalam (Suthivarakom, 2011) Para *Food vlogger* tidak hanya berbagi pengalaman kuliner, tetapi juga memberikan sentuhan pribadi dan gaya unik dalam setiap ulasan. Kontroversi yang terjadi di media sosial setelah seorang *food vlogger* @Codebluuuu memberikan ulasan terhadap sebuah rumah makan lokal yang bernama Nyak Kopsah yang diunggah pada 21 September 2023 (<https://vt.tiktok.com/ZSYbxejV2/> : Februari 2024) yang menuai kontroversi di video tersebut, dari beragam komentar yang ada di video yang diunggah pada 12 september 2023 dengan jumlah penonton 38,5 juta, dan mendapatkan like sebanyak 1,7 juta serta 551,1 ribu komentar tersebut, menciptakan perbedaan penerimaan pemaknaan oleh penonton, sehingga penting untuk melakukan analisis resepsi guna memahami bagaimana penonton menginterpretasikan dan menerima pesan yang disampaikan oleh media,



**Gambar 1. Respon khalayak dalam video Review warung Nyak Kopsah.**

(Sumber : Akun Tiktok @Codebluuuu).

Awal mula kontroversi pada ulasan warung ini bermula ketika seorang *Food vlogger* dengan akun Tik Tok @Aa' Juju, juga dikenal sebagai makanlurrr, memberikan *review* terhadap Warung Makan Nyak Kopsah. Pemilik warung oseng Nyak Kopsah merasa kesal dan tidak setuju dengan ulasan dari *Food vlogger* @Aa' Juju. Terlebih

lagi, di tengah-tengah video *review*, akun @Aa' Juju menyatakan pada detik 02:02 bahwa "ini, kalau misalkan Codeblu datang kesini, wah, gila semua habis di *review*" Pernyataan ini memicu reaksi para netizen yang mengikuti akun TikTok @Aa' Juju, yang kemudian memberikan komentar dan menyebutkan akun @Codebluuuu, mengajaknya untuk datang dan melakukan *review* terhadap warung makan tersebut. Setelah codeblu, mengunjungi warung makan tersebut dan memberikan ulasan, kasus ini menjadi viral kembali karena video ulasannya menimbulkan kontroversi di media sosial. Farida Nurhan, seorang *Food vlogger* lainnya, ikut memberikan kritik terkait cara para *Food vlogger* melakukan ulasan. Menurutny, cara ulasan *Food vlogger* dapat membuat warung makan tersebut kehilangan pelanggan, bahkan mengancam kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Farida Nurhan juga mengomentari kedua akun tersebut melalui media sosialnya, namun masalah semakin memburuk ketika Farida Nurhan melakukan doxing terhadap codeblu, karena sering mengulas makanan tanpa menampilkan wajah dan nama aslinya. Fenomena ini menjadi subjek penelitian yang penting dan menarik. Hal ini disebabkan oleh adanya *content creator* yang aktif membuat dan menyebarkan video *Review* melalui aplikasi TikTok, yang kemudian menjadikan TikTok sebagai alat media informasi serta platform untuk mengkritik atau menyuarakan aspirasi bagi penggunanya.

Dalam kontroversi pada video *review* tersebut menciptakan perbedaan penerimaan pemaknaan oleh penonton, sehingga penting untuk melakukan analisis resepsi guna memahami bagaimana penonton menginterpretasikan dan menerima pesan yang disampaikan oleh media. Analisis resepsi khalayak ini merujuk pada pemahaman tentang bagaimana khalayak, atau penonton, aktif dalam menerima dan memberikan makna terhadap isi pesan, baik yang disampaikan secara verbal maupun non-verbal. Khalayak memiliki peran fundamental dalam proses ini, karena mereka tidak hanya menerima pesan, tetapi juga secara aktif memaknai simbol dan pesan yang disampaikan oleh media (Milatishofa, Kusrin, 2021).

Dalam analisis resepsi, khalayak memiliki peran yang penting karena mereka secara aktif menerima dan mengartikan pesan atau simbol, baik yang bersifat verbal maupun non-verbal, yang dapat dipahami. Namun, tentu saja, penerimaan setiap khalayak dapat berbeda-beda karena mereka memiliki latar belakang sosial dan budaya yang beragam. Oleh karena itu, khalayak dengan karakteristik yang berbeda akan memberikan makna yang berbeda pada suatu teks. Menurut Jensen (Puspitaningrum, 2023). Dalam analisis resepsi *Encoding Decoding* Stuart Hall, audiens dipandang sebagai entitas yang memiliki kemampuan untuk mengartikan atau menginterpretasikan hal-hal yang sama, namun dengan hasil atau pemaknaan yang berbeda. Pemahaman yang muncul dari para penonton ini bergantung pada pengetahuan, pemikiran, dan pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing penonton (Afifah, 2019).

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana *Followers* Tiktok @Codebluuuu memaknai Konten terhadap informasi Video *review* warung Nyak

Kopsah, dan Bagaimana Posisi *Followers* Tiktok @Codebluuuu dalam memaknai konten *Review* pada Informasi Video *Review* Warung Nyak Kopsah, dengan tujuan mengetahui bagaimana mengetahui pemaknaan *followers* Tiktok @Codebluuuu pada Informasi Video *review* warung Nyak Kopsah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemaknaan *followers* Tiktok @Codebluuuu pada Informasi Video *review* warung Nyak Kopsah dan bagaimana posisi *Followers* Tiktok @Codebluuuu dalam memaknai konten *review* pada informasi video *Review* warung Nyak Kopsah.

Teori Encoding – Decoding dari Stuart Hall menjadi landasan penelitian ini. Encoding adalah proses di mana sumber mengubah gagasan dan ide-ide menjadi bentuk yang dapat diterima oleh penerima. Sementara itu, decoding adalah proses di mana penerima menginterpretasikan pesan yang diterima menjadi bentuk yang memiliki makna bagi mereka dalam (Morissan, 2013). Teori ini digunakan oleh peneliti untuk memahami bagaimana audiens menerima dan memaknai Informasi pada video *review* warung Nyak Kopsah oleh Codeblu. Model teori ini menyatakan bahwa makna yang dikodekan *encode* oleh pengirim bisa artikan *decode* secara berbeda oleh penerima.

Menurut Stuart Hall (dalam Morissan, 2013) khalayak dapat melakukan *decoding* pesan media melalui tiga posisi yaitu: (1) *Posisi Hegemonik Dominan*, di mana khalayak menerima, mengakui, dan setuju dengan makna yang dimaksudkan tanpa ada penolakan. (2) *Posisi Negosiasi*, di mana khalayak menerima ideologi secara umum tetapi akan menolak penerapannya jika bertentangan dengan kebudayaan mereka. (3) *Posisi Oposisi*, di mana khalayak menolak makna yang diberikan oleh media dan menggantinya dengan makna pemikiran mereka sendiri.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi teori *Encoding-decoding* dari Stuart Hall. Dan menggunakan paradigma interpretif Paradigma interpretif merupakan usaha untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada sudut pandang dan pengalaman individu yang menjadi subjek penelitian (Muslim, 2016).

Untuk jenis dan sumber data peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud disini adalah Informasi yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari pengikut akun Tiktok @Codebluuuu, sedangkan data Sekunder adalah merujuk pada informasi yang telah ada dan dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber sebagai pendukung data primer. Informasi ini dapat diperoleh melalui studi pustaka, pengumpulan literatur, serta dokumentasi dari kegiatan penelitian lainnya seperti catatan lapangan, skripsi, atau media internet, untuk teknik pengumpulan data peneliti menggunakan Observasi, dengan memperhatikan komentar dan pemahaman yang disampaikan oleh *followers* Tiktok @Codebluuuu tentang ulasannya mengenai Warung Nyak Kopsah.wawancara

yang dilakukan pada *followers* tiktok Codeblu yang terlibat langsung atau merespon dengan komentar diunggah video *review* yang diberikan oleh codeblu pada warung Nyak Kopsah tersebut yang diunggah oleh codeblu pada 21 september 2023, dan studi pustaka, untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2010).

Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme atau interpretatif. Metode ini digunakan untuk menyelidiki situasi di mana objek alamiahnya, dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, yang merupakan kombinasi dari (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Data yang diperoleh bersifat kualitatif, dan analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif. Hasil penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna, menggali keunikan, mengonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis (Sugiyono, 2022).

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif, Menurut Moleong (2009), Penelitian Deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang melibatkan pengumpulan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Jenis pengumpulan data ini merupakan bagian dari penelitian kualitatif deskriptif. Semua data yang terkumpul dianggap sebagai kunci untuk memahami subjek yang diteliti. dalam (Susilowati, 2017).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis resepsi untuk menelaah pola opini yang berkembang di masyarakat sehingga dapat membentuk konstruksi pesan dari komunikator kepada komunikan. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam guna memahami cara audiens memahami pesan tersebut (Ghaniva et al., 2023). Penelitian ini memanfaatkan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall, yang dikenal sebagai *Encoding-Decoding*, sebagai metode untuk menganalisis data kualitatif, seperti yang dikutip dalam Suryani (2013), menjelaskan bahwa teori analisis resepsi dapat digunakan untuk mendorong penonton agar tidak bersikap pasif, tetapi menjadi agen kultural yang memiliki kekuatan dalam memberikan makna terhadap wacana yang disajikan oleh media (Savira & Zuhri, 2022).

Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan adalah *Purposive Sampling*, di mana penulis harus secara khusus menentukan atau mencari informan yang memiliki ciri-ciri yang sesuai dengan tujuan penelitian sugiyono 2019 dalam (Ani et al., 2021). Artinya, dalam teknik ini, penentuan sumber data harus dipertimbangkan secara terlebih dahulu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan masalah penelitian. *Purposive Sampling* mengacu pada pengambilan sampel berdasarkan tujuan tertentu sehingga orang yang dipilih sebagai sampel benar-benar memenuhi kriteria yang ditetapkan. Informan ini di butuhkan untuk mengetahui kasus kontrovrsial Codeblu pada warung makan Nyak Kopsah pada unggahan Tiktok dan memahami maksud atau makna yang diberikan dari informasi video *review* tersebut. Adapun keenam informan tersebut sebagai berikut :

Tabel 1. Informasi Informan

Nama	Latar Belakang
INS	32 tahun, Ibu rumah tangga dan pelaku usaha warung kelontong, Depok.
FRC	24 tahun, Mahasiwa S1 Hukum dan pelaku usaha konter, Sukasari.
RTK	23 tahun, Mahasiswi, Cilebar.
LFM	27 tahun, Pekerja Swasta dan pelaku usaha, Banda Aceh
AMF	22 tahun, Mahasiswi S1 Manajemen, Bekasi.
BFN	24 tahun, Mahasiswa S1 Bisinis Digital, Makasar.

Sumber: Penulis, 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada para informan, peneliti menemukan beberapa hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan pemaknaan yang diberikan para informan terhadap informasi video *Review* yang dilakukan oleh seorang *food vlogger* @Codebluuuu pada warung makan Nyak Kopsah, dalam konten tersebut terdapat beragam penerimaan dan pemaknaan yang disampaikan oleh para informan sesuai dengan *frame of reference* dan *field of experience* dari masing-masing informan saat melihat konten *review* Codeblu pada warung makan Nya Kopsah di akun TikTok @Codebluuuu, berikut pemaknaan informasi pada video *review* codeblu pada warung makan Nyak kopsah.

Dalam memaknai informasi pada video *review* codeblu pada warung makan Nyak Kopsah, keenam informan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda sesuai dengan *frame of reference* dan *field of experience* mereka masing-masing berdasarkan data dari keenam informan yang telah dianalisis oleh peneliti. Perbedaan pemahaman dapat muncul akibat perbedaan dalam pengalaman, usia, atau latar belakang khalayak. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Stuart Hall dalam (Morissan, 2013). Bahwa makna adalah sebuah pesan yang memiliki banyak perbedaan. Stuart Hall juga menjelaskan metode *Encoding-decoding* yang digunakan untuk menginterpretasikan makna oleh khalayak.

Informan I memaknai informasi pada video *review* warung Nyak Kopsah yang dilakukan oleh codeblu menurut informan I video *review* yang dilakukan oleh codeblu pada warung makan Nyak Kopsah ini, merupakan sebuah video *review* warung makan biasa yang di *review* oleh seorang *Food vlogger* pada umumnya yang memiliki gaya yang berbeda dari *Food vlogger* lain, dan *mereview* makanan dengan cara tidak

menampilkan wajahnya, hanya menampilkan suara dan tangan saja, menurut INS ia setuju dengan codeblu yang menyampaikan pendapatnya yang sangat terbuka lebih jelasnya INS menjelaskan :

“Itu hanya video *review* warung makan biasa layaknya para *Food vlogger* melakukan *review*, kan setiap *content creator* apalagi *Food vlogger* pasti memiliki ciri khas masing-masing nah kalo codeblu sendiri kan emang dia terkenal sering memberikan ulasan pedas dan kritikan tajam, sebenarnya kalo dibilang caranya salah menurut saya si, ga juga karna ya itu *content creator* itu punya ciri khasnya masing-masing hanya mungkin, para *netizen* itu sedikit kaget dengan adanya *content creator* yang seberani codeblu, malah dengan adanya codeblu ini malah bagus loh, karna biar para *netizen* tu ngga termakan *review Food vlogger* yang Cuma sekedar ngomong enak tapi ternyata *gimmick* kan kita sebagai *netizen* juga yang ada kecewa, ambil aja sisi baiknya mungkin gaya dari penyampaian codeblu aja yang belum terbiasa buat para *netizen*, malah saya setuju dengan cara codeblu menyampaikan pendapatnya yang sangat terbuka itu. Hasil wawancara Google Meet 5 Juni 2024.

Selanjutnya Informan II memaknai informasi pada video *review* tersebut mengartikan bahwa Konten *review* yang dilakukan codeblu terlalu arogan dengan terlalu memojokan pelaku usaha, dengan cara *review* yang seperti itu menurut Feri sama saja dengan dia menjatuhkan UMKM lebih jelasnya FRC menjelaskan :

“Dia ini terlalu memojokan pelaku usaha sendiri ya jadi dalam prinsip-prinsip orang dalam berusaha atau berjualan itu seharusnya tidak boleh seperti itu, jadi seolah-olah codeblu ini membuat konten tapi diatas kejelekan orang lain itu pandangan saya sebagai pelaku usaha juga ya, tidak seharusnya kalo pemilik usaha memiliki kekurangan dalam hal rasa atau gaenak, dan kurang bersih itu tidak perlu di sebutkan, dan tidak perlu disebarluaskan disosmed dengan codeblu memiliki *viewers* yang banyak akan menimbulkan hal-hal *negative* di publik, ya intinya dampaknya menjatuhkan pemilik pelaku UMKM tersebut”. Hasil wawancara melalui *Zoom Meeting* 5 Juni 2024.

Informan III berpendapat bahwa konten yang dibuat oleh codeblu ini memiliki, sisi Positif dan negatif menurut rita, dengan adanya kritikan yang diberikan codeblu ini, akan memberikan sebuah hal yang membangun untuk warung makan Nyak Kopsah agar sebagai pelaku usaha untuk bisa menerima kritikan. Lebih jelasnya RTK menjelaskan :

“Bener kata sebagian *netizen* ya konten ini tu punya sisi positifnya walaupun mungkin mereka aga kurang terbiasa ngeliat video *review* yang kaya dilakuin codeblu, karna dengan adanya codeblu mengkritik ini tu biar bikin Nyak Kopsah tuh tau gitu kekurangan di warungnya itu apa, karna kan waktu di kritik oleh A'a Juju Nyak Kopsah kaya ga terima gitu sama kritikan, malah marah-marah nah codeblu ini disini, menurut aku pengen ngasi pembelajaran yang membangun buat Nyak Kopsah kalo kita punya usaha tuh ya kita harus bisa terima kritikan bukannya malah marah-marah”. Hasil wawancara melalui Google Meet 7 Juni 2024.

Selanjutnya informan IV dia memaknai konten *review* codeblu pada warung makan Nyak Kopsah ini dalam dua pandangan, dari sisi ia sebagai konsumen dan dari cara *review* yang dilakukan codeblu, menurutnya dari sisi ia sebagai konsumen memang setuju dengan pendapat yang di kemukakan oleh codeblu dalam video *review* tersebut, tetapi ia juga mengatakan dengan cara codeblu membuat *review* jujur yang biasanya dilakukan di tempat-tempat mewah lalu, tiba-tiba melakukan *review* jujur dirumah makan sangat membedakan levelnya. memang terdapat juga resiko berpotensi menurunkan penghasilan dari rumah makan Nyak Kopsah sendiri, tetapi dengan cara codeblu *me-review* jujur mampu menguak kualitas yang sebenarnya dari Nyak Kopsah sendiri. Lebih jelasnya LFM menjelaskan :

“Kalo saya memaknai konten itu dari sisi konsumen sama apa yang di sampaikan codeblu itu setuju ya karna pasti ngga puas, karna yang di hidangkan Nyak Kopsah mulai dari Harga tinggi tapi dengan kualitas yang ngasal bahkan dari semua *review* yang di *serving* ke codeblu itu Cuma masakan dasar yang bener masaknya, tentunya dari sisi konsumen ga nyaman wajar kalo codeblu mengkritik, tapi sebelumnya karna codeblu sering *me-review* makanan yang jujur yang levelnya restoran, tiba-tiba ke rumah makan itukan beda levelnya jadi codeblu ini sebenarnya niatnya bener tapi ada sisi dapat berpotensi menurunkan penghasilan nyak kopsah sendiri, jadi kalo dari sisi codeblunya bener itu bisa menurunkan kualitas dan bisa menguak kualitas sebenarnya dari warung makan Nyak kopsah sendiri, dan dari pandangan konsumen yang dikatakan codeblu itu bener ngga sesuai sama harga dan ngga sesuai sama nama Nyak Kopsah yang sudah berdiri sejak 25 tahun yang lalu, dan kalo dari sisi Nyak Kopsah sendiri harus bisa evaluasi diri karna rumah makan yang terbilang udah senior harusnya jangan makin ketahun makin menurun kualitasnya, tentunya saya sebageian besarnya setuju dengan pendapat dari konten codeblu sendiri tetapi ada hal yang membuat berdampak negative satu individu itu yang merugikan Nyak Kopsah sendiri”. Hasil wawancara melalui *WhatsApp Video* 8 Juni 2024.

Selanjutnya informan V tidak jauh berbeda dengan pemaknaan yang diberikan oleh informan III dan IV menurutnya dalam konten itu memiliki sisi positif dan negatifnya tidak bisa hanya sekedar dimaknai sebagai konten yang Negatif tentunya, menurut informan V konten itu juga bisa diambil sisi membangunnya, karna konten itu juga menurut informan bisa menjadi masukan untuk warung makan Nyak Kopsah sendiri. Lebih jelasnya AMF menjelaskan :

“Kalo menurut saya pribadi konten itu, juga ada sisi baik dan ada sisi buruknya si menurut saya, untuk sisi buruknya itu bagi *owner* atau pemiliknya sendiri Nyak Kopsah mungkin bakal mengalami kerugian dari *branding*-nya di sosial media gitu loh, Akan tetapi menurut saya disisi baiknya itu mungkin ini adalah bisa dijadikan masukan dan *improvement* untuk warung Nyak Kopsah sendiri barangkali mungkin walaupun penyampaiannya memang salah, karena saya sendiri pun selaku keluarga yang memiliki usaha rumah makan, memang jaman sekarang semuanya tuh di bawa ke sosial media gitu kadang ada baiknya ada buruknya gitu menurut saya

mungkin penyampaiannya yang kurang diterima oleh Nyak Kopsah sendiri barang kali bisa lebih di perlembut, tapi kan memang itu sudah menjadi *brandingannya* codeblu sendiri ya ka, jadi memang menurut saya konten yang sangat menuai kontroversi itu memang *five te five te ada* baiknya ada buruknya jadi saya memang orang yang berada ditengah-tengah dari konten tersebut gitu si ka”. Hasil wawancara melalui Google Meet 20 Juni 2024.

Selanjutnya informan terakhir VI tidak jauh berbeda memaknai informasi pada konten tersebut seperti halnya informan II Konten dari codeblu sendiri menurut informan VI terlalu arogan, dan terlalu memaksakan apa yang disampaikan codeblu merupakan pendapat yang valid, informan ini mengungkapkan bahwasanya citra rasa makan itu kembali kedalam preferensi individunya sendiri, menurut informan ini dampak dari video *review* codeblu ini bisa berdampak terjadinya penurunan pembelian yang di sebabkan dengan adanya konten yang dibuat oleh codeblu yang hanya karena preferensi lidah satu orang dapat menjatuhkan bisnis yang sudah dibangun bertahun-tahun, memang benar bahwasanya setiap bisnis itu memerlukan kritikan guna untuk meningkatkan kualitas makanan tetapi menurut informan VI tidak seharusnya membuat warung makan tersebut terkesan buruk dipandangan publik. Lebih jelasnya BFN menjelaskan :

“konten codeblu ini dinilai terlalu arogan dan terlalu memaksakan apa pendapat dia, itu adalah pendapat yang valid menurut dia padahal citra rasa makanan itu merupakan preferensi manusianya lagi, preferensi manusia itu tidak bias diukur hanya dengan pendapat satu orang saja didalam video codeblu ini yang saya sangat sayangkan yaitu dia hanya mengambil penilaian dari lidahnya dia sendiri saja , tidak memberikan preferensi lain, nah dampak yang akan ditimbulkan dari video viral yang dibuat codeblu ini, tentunya akan berpotensi membuat warung ini bangkrut karna terjadinya penurunan pengunjung yang signifikan dari viralnya video tersebut, dimana sangat disayangkan hanya karna preferensi lidah seorang codeblu ini bisa membuat bangkrut bisnis yang bertahun-tahun dijalankan memang benar restoran itu perlu adanya kritikan guna untuk meningkatkan kualitas makananya tapi yang saya sayangkan itu kenapa sampai harus membuat warung tersebut dinilai sangat jelek dimata publik, seharusnya codeblu ini bisa memberikan kritikan yang membangun ya walaupun kritikan itu tidak selamanya membangun tapi, kritikan yang tidak sampai menjatuhkan tempat tersebut”. Hasil wawancara melalui *WhatshApp voice note* pada tanggal 12 Juni 2024.

Dalam pembahasan tersebut, keenam informan memaknai informasi pada konten *review* tersebut dengan berbeda-beda pemahaman sesuai dengan *frame of referens* dan *field of experience* informan I memaknai informasi konten tersebut sebagai, hanya sebuah konten biasa yang dilakukan oleh seorang *food vlogger* yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan *food vlogger* lain dan setuju dengan kritikan yang diberikan oleh Codeblu, sedangkan informan III, IV, dan V memaknai informasi pada konten tersebut dilihat dari dua sisi negatif dan positif para informan ini cenderung setuju dengan apa yang disampaikan oleh Codeblu, karena mereka menilai

bahwasanya konten *review* codeblu memiliki sisi membangun untuk pemilik tentunya, tetapi dari sisi negatif para informan menilai bahwa dengan gaya *review* yang dilakukan oleh Codeblu beresiko juga pada kelangsungan bisnis Nyak Kopsah ini kemungkinan akan berdampak pada penurunan pelanggan, dan berbeda dari para informan I, III, IV, dan V. Informan II dan VI memaknai informasi pada konten *review* tersebut sebagai sebuah konten yang bersifat menjatuhkan, dan memojokan menurut informan II dan VI kritik yang disampaikan secara terbuka dan tajam dapat berdampak negatif pada usaha kecil, menyebabkan penurunan pengunjung dan bahkan potensi kebangkrutan. Kritik seharusnya disampaikan secara pribadi dan konstruktif, memberi kesempatan bagi pemilik usaha untuk memperbaiki diri tanpa merusak reputasi mereka di depan umum.

Dengan demikian setelah peneliti melakukan analisis keenam informan dalam memaknai informasi pada konten *review* warung makan Nyak Kopsah yang diberikan oleh Codeblu, dianalisis menggunakan metode penerimaan khalayak yang dikemukakan oleh Stuart Hall yaitu Encoding-Decoding yang memiliki 3 jenis posisi yaitu *dominant hegemonic*, *negotiated position*, dan *oppositional position*.

*Dominan hegemonic* Posisi ini menjelaskan tentang di mana media menghasilkan pesan, dan Khalayak mengonsumsinya, Khalayak yang membaca pesan tersebut sejalan dengan pembacaan yang diinginkan oleh media, yang berarti pesan yang disampaikan media juga sejalan sesuai dengan yang disukai oleh Khalayak, Dalam situasi ini Khalayak menerima, mengikuti dan menyetujui makna yang dimaksud tanpa menunjukkan penolakan (Hall et al., 2005). Sesuai dengan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara dalam posisi *dominan hegemonic* informan I berada dalam posisi tersebut dikarenakan informan I menerima sepenuhnya informasi dan memaknai informasi tersebut sejalan dengan pembacaan yang diinginkan oleh media yang artinya menyetujui makna dari konten Codeblu yang memberikan *review* pada warung makan Nyak Kopsah.

*Negotiated position* posisi ini menjelaskan bagaimana khalayak menerima ideology dominan namun menolak untuk mengaplikasikannya pada situasi tertentu, seperti halnya yang dikemukakan oleh Stuart Hall “Khalayak menyerap ideology utama secara umum, namun menolak untuk menerapkannya dalam kasus-kasus spesifik”. Khalayak akan mengakui kebenaran dan pengaruh makna serta informasi yang diterima, namun dalam posisi kedua ini khalayak juga memiliki pemikiran mereka sendiri dan akan mencampurkan hasil interpretasi dan pengalaman sosial yang mereka alami (Hall et al., 2005). Sesuai dengan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara dalam posisi *Negotiated position* informan III, IV dan V berada pada posisi tersebut dimana para informan ini Mereka menyetujui bahwa Codeblu merupakan seorang *Food vlogger* yang di dalam kontennya mampu memberikan kritikan yang bisa membangun sebuah bisnis khususnya dibidang kuliner, tetapi para informan juga memodifikasi pemaknaan tersebut sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing bahwasanya kritik tersebut juga mampu menurunkan warung makan Nyak Kopsah sendiri. Maka dari itu Negosiasi yang

dilakukan oleh para informan menunjukkan bahwa mereka menerima inti dari pesan kritik tersebut, namun mereka juga memodifikasi dan menyesuaikan pandangan mereka berdasarkan konteks pribadi dan pengalaman masing-masing. Ini mencerminkan pemahaman yang lebih kompleks dan tidak sepihak terhadap situasi yang dihadapi oleh Nyak Kopsah. walaupun cara *me-review* Codeblu terkesan memiliki kritikan yang tajam.

*Oppositional position* dalam Posisi ini, Khalayak akan menolak makna yang diberikan oleh media sebagai pembuat kode dan menggantinya dengan pemikiran mereka sendiri (Hall et al., 2005). Sesuai dengan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara dalam posisi *Oppositional position* ditemukan pada informan II dan VI dimana informan ini jika Unggahan codeblu pada warung makan Nyak Kopsah merupakan sebuah unggahan yang terlalu memojokan, dari cara Codeblu memberikan *review* mengenai kualitas rasa dan kebersihan makanan di usaha kuliner tertentu. Mereka mengakui bahwa ada nilai dalam memberikan umpan balik untuk meningkatkan kualitas produk. Namun, mereka menolak cara penyampaian kritik yang dilakukan secara terbuka dan viral di media sosial, yang dapat merusak reputasi usaha kecil, kedua informan ini juga menekankan pentingnya etika dalam menyampaikan kritik, terutama di platform yang memiliki jangkauan luas seperti media sosial. Mereka berpendapat bahwa kritik yang disampaikan secara terbuka dan tajam dapat berdampak negatif pada usaha kecil, menyebabkan penurunan pengunjung dan bahkan potensi kebangkrutan.

**Tabel 2. Posisi khalayak**

NO	Nama Informan	<i>Dominan Hegemonic position</i>	<i>Negotiated position</i>	<i>Opositional position</i>
1	INS	X		
2	FRC			X
3	RTK		X	
4	LFM		X	
5	AMF		X	
6	BFN			X

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil dan pembahasan yang didapatkan oleh peneliti dari hasil analisis data masing-masing informan yaitu Analisis Resepsi pada Konten *Review Food Vlogger* TikTok @Codebluuuu: Studi Kasus Warung Nyak Kopsah di Cipondoh, Tangerang. Para informan memiliki makna masing-masing mengenai review Codeblu

pada warung makan Nyak Kopsah. Secara keseluruhan, pemaknaan dari keenam informan menunjukkan bahwa konten review Codebluuuu terbagi antara sisi positif sebagai pembelajaran dan dorongan untuk perbaikan dan sisi negatif dampak negatif pada reputasi dan bisnis Nyak Kopsah, pemaknaan informasi pada konten video *review* warung makan Nyak Kopsah oleh Codebluuuu menunjukkan adanya perbedaan pandangan yang signifikan. Beberapa informan melihat konten tersebut sebagai kritik yang membangun dan memberikan kesempatan bagi warung untuk melakukan perbaikan seperti yang disampaikan oleh informan I, III, IV, dan V sementara informan II dan VI mengungkapkan cara penyampaian codeblu yang terlalu keras dan berpotensi merugikan reputasi serta bisnis Nyak Kopsah seperti yang dinyatakan oleh kedua informan ini Meskipun ada persetujuan bahwa kritik bisa menjadi sarana pembelajaran, pendapat juga menyoroti pentingnya etika dalam memberikan kritik, terutama dalam konteks UMKM yang sensitif terhadap opini publik dan dampak sosial media.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa posisi pemaknaan informan yang mendominasi adalah Posisi *Negosiasi (negotiated position)*. Pada posisi ini khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam situasi-situasi tertentu. Penelitian ini mengungkapkan bahwa informan III, IV, dan V berada dalam situasi di mana mereka menegosiasikan pesan dari Codeblu mengenai Nyak Kopsah. Mereka tidak hanya menerima atau menolak pesan tersebut, tetapi umumnya setuju bahwa kritik jujur tentang kualitas dan harga makanan sangat penting untuk informasi konsumen. Meskipun demikian, mereka menyesuaikan pandangan mereka berdasarkan pengalaman pribadi dan lingkungan sosial, serta mengakui bahwa cara memberikan kritik harus diperhatikan agar tidak menimbulkan efek negatif yang berlebihan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. Z. (2019). Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza 'Arap'Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart Hall). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–172. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15810>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Azizah, N. N. (2023). *Food Vlogger: Dulu Hobi, Sekarang Jadi Profesi*.
- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setiyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). *Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube Sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal)* (Vol. 7,

Issue 1).

- Ghaniva, V. A., Khaerani, A. Y., & Feriyanto, A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Kasus Nyak Kopsah Vs. Food Vlogger. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2005). Culute, Media, Language. In *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Jannah, F. R., Megiananta Aprilistya, A., & Khadijah, S. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Perseteruan Farida Nurhan Dan Food Vlogger Codeblu Di Kompas.Com Dan Viva.Co.Id. *Prosiding Seminar Nasional*, 1040–1048.
- Lee, J. E., & Watkins, B. (2016a). YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5753–5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>
- Lee, J. E., & Watkins, B. (2016b). YouTube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5753–5760. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.171>
- Milatihofa, Kusrin, W. A. A. (2021). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro. 4(2).
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu hingga massa* (1st ed.). [https://www.google.co.id/books/edition/Teori\\_Komunikasi\\_Individu\\_Hingga\\_a\\_Masa/owRBDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Teori_Komunikasi_Individu_Hingga_a_Masa/owRBDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)
- Muslim. (2016). Jenis Penelitian Komunikasi. *Progam Ilmu Komunikasi, FISIB, Universitas Pakuan* 77, 1(10), 77–85.
- Pasla, B. niko. (2023). *Apa itu Food Vlogger?: Sejarah, Tips, dan Keuntungan*.
- Puspitaningrum, D. (2023). Crazy Rich Di Media Sosial Ditinjau Dari Teori Encoding-Decoding. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 487–494.
- Putri, C. P., & Arviani, H. (2023). Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya terhadap Konten Lina Mukherjee Makan Babi Diawali Bacaan Bismillah pada Akun Tiktok @lilumukerji. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 715–726. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.4347>
- Savira, R., & Zuhri, S. (2022). Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok@ drrichardlee. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 106–113. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4461>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (9th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif dan kontruksi*. Alfabeta.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 6 Nomor 11 (2024) 5202 – 5216 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v6i11.3938

Susilowati. (2017). Kegiatan Humas Indonesia Bergerak Di Kantor Pos Depok II Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Publik Eksternal. *Jurnal Komunikasi*, 2(September), 2579–3292.

Suthivarakom, G. (2011). *Sejarah Singkat Blog Makanan*. Saveur.Com. <https://www.saveur.com/article/Kitchen/A-Brief-Food-Blog-Timeline/>