

## **Analisis Resepsi Mukbang Tanboy Kun: Studi pada Khalayak Remaja di Kota Denpasar**

Ni Luh Putu Wulandari<sup>1)</sup>, Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>2)</sup>, Ade Devia Pradipta<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

[putuwulandari1022@gmail.com](mailto:putuwulandari1022@gmail.com) <sup>1)</sup>, [ramaswati.purnawan@unud.ac.id](mailto:ramaswati.purnawan@unud.ac.id) <sup>2)</sup>,  
[deviapradipta88@gmail.com](mailto:deviapradipta88@gmail.com) <sup>3)</sup>

### **ABSTRACT**

*The development of the internet resulted in various content being made on social media. One of the content created on social media is mukbang content. It is widely broadcast on social media such as YouTube. This phenomenon displays eating activities with large portions beyond the normal eating portions. One of the mukbang actors who actively uploads his mukbang content on YouTube is Tanboy Kun. This research aims to discover the meaning of messages teenagers receive in Denpasar City after watching Tanboy Kun's mukbang videos on the YouTube channel. To achieve the research objectives, the theory used in this research is Stuart Hall Reception Theory with analysis, namely Stuart Hall Reception Analysis. The type of research used is descriptive-qualitative research. The study results show that, on average, the informants fall into the Dominant-Hegemonic and Negotiated Position categories.*

**Keywords:** *Reception, Mukbang, Tanboy Kun, YouTube*

### **1. PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Perkembangan media baru juga tidak bisa lepas dari munculnya internet. Survei *We Are Social* menunjukkan pengguna internet di Indonesia yang terhitung sampai Januari 2020 mencapai 175,4 juta orang dengan penetrasi sejumlah 64%. Ini juga menunjukkan bahwa setengah dari penduduk Indonesia telah merasakan internet. Penyebaran internet juga memunculkan fenomena yang banyak diminati oleh penggunanya di seluruh dunia.

Salah satu fenomena yang menyebar melalui internet yakni fenomena “Mukbang”. Fenomena ini memiliki ciri khas yaitu pelaku mukbang akan menyediakan makanan dengan porsi yang melebihi dari porsi yang sewajarnya dengan berfokus pada tampilan visual makanan yang menarik, gigitan dan penekanan suara pada saat makan, serta pengekspresian rasa dari makanan tersebut yang digabungkan dengan musik, kostum, dan pencahayaan dalam siaran (Choe, 2019).

Penyanyi asal Korea selatan bernama Hwasa dari *girl group* MAMAMOO pernah melakukan aksi mukbang dengan

menghabiskan beberapa makanan tradisional Korea seperti *gopchang* (usus sapi) dan *gimbugak* (keripik rumput laut) dalam *reality show* berjudul “*I Live Alone*”. Aksi mukbangnya menyebabkan peningkatan penjualan terhadap *gopchang* di gerai restoran di Korea Selatan. Mukbang yang dilakukan Hwasu ini membuat penonton tertarik dan ingin mencoba makanan yang dimakan oleh Hwasu. Hal ini menunjukkan bahwa video mukbang dapat mempengaruhi penontonnya dalam memilih makanan yang serupa untuk dikonsumsi (Hong dan Park, 2018).

Terdapat pula efek berbeda yang dihasilkan dari menonton video mukbang. Efek yang berpotensi lahir dari kebiasaan menonton video mukbang ialah dependennya norma konsumsi seseorang terhadap makanan yang dikonsumsi orang lain (Spence *et al.*, 2019). Fenomena mukbang mempengaruhi pola makan dan budaya makan, dimana normalisasi konsumsi junk food dan isolasi diri meningkatkan preferensi untuk memakan *junk food* dibanding memakan makanan yang biasa ada di rumah dengan gizi lebih baik bersama keluarga yang juga memiliki peran penting untuk pelestarian budaya makan lokal.

Seiring berjalannya waktu, penonton dapat melihat siaran mukbang dari berbagai negara hanya melalui media sosial seperti *Youtube*. *Youtube* merupakan salah satu *platform* bagi *content creator* Mukbang untuk mengunggah kontennya. Di Indonesia, *Youtube* menduduki posisi pertama sebagai platform sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase sebanyak 88% terhitung hingga bulan Januari 2020 (*wearesocial.com*, 2020). Salah satu kanal *Youtube* dengan konten mukbang yang ramai ditonton hingga menjadi *trending* adalah kanal *Youtube* milik Tanboy Kun. Tanboy Kun memiliki *subscribers* terbanyak dengan konten makanan atau mukbang yakni sebanyak 10,9 juta *subscribers* dan telah mengunggah 359 video di kanal *Youtube* miliknya.

Efek-efek yang beragam tersebut dihasilkan oleh penerimaan pesan yang berbeda pada setiap orang terhadap video mukbang yang ditonton. Mukbang juga merupakan fenomena yang asing dan belum pernah terjadi sebelumnya di era digital Indonesia. Karena itulah, analisis penerimaan pesan terhadap video mukbang tersebut penting untuk diteliti lebih lanjut, terutama di Indonesia yang memiliki budaya makan tradisional yang sudah mengakar kuat di masyarakat. Analisis resepsi digunakan

untuk mencari tahu pemaknaan dalam sebuah pesan yang dimana terciptanya pesan tersebut memakai kode-kode tertentu melalui proses *encoding*, kemudian akan diuraikan dan dimaknai melalui proses *decoding*. Makna yang diproses melalui *decoding* akan diterima secara berbeda dikarenakan ketidaksesuaian kode-kode yang digunakan oleh pelaku mukbang dengan penonton.

Berdasarkan uraian yang telah peneliti jabarkan di atas. maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat tentang bagaimana pemaknaan pesan yang diterima oleh penonton video yang berjudul “*GILA!!! 10 AYAM DAN CHEESE BURGER MCDONALD PAKE 2 BOTOL SAOS SAMYANG NUCLEAR*

*4X LEBIH PEDES*” milik Tanboy Kun di *Youtube*. Penelitian ini akan menjelaskan pemaknaan pesan yang diterima oleh penonton remaja di Kota Denpasar dalam video mukbang milik Tanboy Kun menggunakan analisis resepsi melalui metode *encoding* dan *decoding* Stuart Hall.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Analisis Resepsi Menurut Stuart Hall

Studi resepsi bermula dari asumsi bahwasanya khalayak adalah kelompok sosial yang aktif serta berkuasa untuk

memaknai beragam wacana yang ada di media. Analisis resepsi berfokus pada analisis isi dimana mengetahui kemampuan seseorang (khalayak) dalam memaknai sebuah pesan dalam konten tertentu (Baran dan Davis, 2009:244). Argumen konseptual Hall cukup sederhana, gagasannya bahwa teks media memiliki makna pilihan yang dominan bukan makna yang ditentukan oleh pengirim pesan, sehingga khalayak yang aktif memiliki kebebasan dan kemampuan untuk menerima dan membandingkan teks di media (*preferred reading*) dengan makna yang ada di dalam benak khalayak itu sendiri. Menurut Hall (dalam Lestari, 2017:60) terdapat tiga posisi yang di ambil khalayak dalam melakukan pengkodean makna dari pesan yang diterima, diantaranya adalah:

#### 1. *Dominant (hegemonic) position*

Khalayak sepemikiran dengan kode pada konten yang mengandung nilai, kepercayaan, sikap, serta opini yang membuat khalayak menerima secara penuh pesan yang disampaikan pihak pengirim pesan.

#### 2. *Negotiated position*

Khalayak pada dasarnya sejalan dan menerima makna yang diberikan oleh pengirim pesan namun terdapat modifikasi dalam penerimaan makna.

### 3. *Oppositional position*

Khalayak tidak menyetujui dan tidak sejalan dengan kode-kode konten yang diberikan, serta menginterpretasikan makna sendiri dari sebuah konten sesuai pemahaman khalayak.

#### **Encoding dan Decoding**

Hall memaparkan empat tahap pada teori komunikasi, yakni produksi, sirkulasi, penggunaan (dalam hal ini disebutnya distribusi atau konsumsi), dan reproduksi (During, 1993: 507). Teori Hall disederhanakan oleh John Storey menjadi tiga tahapan, menggabungkan tahap ketiga dan keempat.

1. Tahapan pertama ialah proses produksi pada sebuah wacana, dalam hal ini adalah sebuah tayangan.
2. Tahapan kedua ialah proses penyampaian sebuah pesan yang telah dikemas ke dalam bentuk sebuah tayangan maupun program.
3. Tahapan ketiga ialah terdapat *decoding* dimana audiens berusaha memberi makna atas isi tayangan melalui pembongkaran kode dari tayangan yang ditonton.

### **Youtube sebagai Media Baru**

Denis McQuail menjelaskan pada buku karangannya dengan judul Teori Komunikasi Massa, bahwa karakteristik utama sebuah media baru yaitu saling terhubung, aksesnya dengan khalayak individu sebagai pihak pengirim ataupun penerima pesan, kegunaannya sebagai karakter yang bersifat terbuka, interaktivitasnya, serta sifatnya yang terdapat dimanapun. *Youtube* ialah unsur sebuah situs berbagi media, yakni satu dari sekian jenis media sosial untuk berbagi media berupa audio dan visual. Maka dari itu, *Youtube* termasuk ke dalam media baru, karena dapat memenuhi karakteristik dan pengelompokkan media baru.

#### **Video Mukbang Tanboy Kun pada Media Sosial Youtube**

*Youtuber* Indonesia bernama Bara Ilham Bakti Perkasa atau yang lebih dikenal dengan nama Tanboy Kun ini, kerap mengunggah video mukbang dengan porsi besar juga bercita rasa pedas. Berdasarkan riset oleh penulis pada tanggal 28 Desember 2020, Tanboy Kun sudah memiliki 10,9 juta *subscribers* dalam kanal *Youtube* yang dibuat sejak 27 Oktober 2016. Jumlah video milik Tanboy Kun telah memperoleh 359 video. Video pertamanya yang diunggah pada

tanggal 27 Oktober 2016 dan dilihat oleh dua juta *viewers*. Video terpopulernya diunggah pada tanggal 13 Juli 2019 dan dilihat oleh 66 juta *viewers*. Berdasarkan akun *Youtube* milik Tanboy Kun, tayangan video pada seluruh video yang pernah diunggah yakni mencapai 2.437.554.700 tayangan (*views*). Tanboy Kun mempunyai berbagai video yang populer atau yang mendapat ratusan ribu hingga belasan juta tayangan, serta beberapa kali masuk *trending* di *Youtube*. Jenis konten video yang diunggah oleh Tanboy Kun merupakan video mukbang dengan menampilkan berbagai jenis makanan pada setiap videonya.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, terdapat data primer yang diperoleh dari wawancara kepada informan yakni khalayak remaja yang ada di Kota Denpasar. Dalam penelitian ini, terdapat pula data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel yang tersebar di media online serta dokumen lainnya yang dapat membantu kelancaran penelitian.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Penelitian

Video mukbang dengan judul “GILA!!! 10 AYAM DAN CHEESE BURGER MCDONALD PAKE 2 BOTOL SAOS SAMYANG NUCLEAR

4X LEBIH PEDES” pertama kali diunggah di kanal *Youtube* Tanboy Kun pada 13 Juli 2019 dan berdurasi 20 menit 51 detik. Video itu sudah ditonton oleh 66 juta penonton bahkan melebihi dari jumlah *subscribers* Tanboy Kun. Sebagaimana yang sudah diuraikan di bab sebelumnya, penelitian ini mengangkat video bertemakan makanan dengan porsi yang melebihi dari porsi sewajarnya atau disebut juga dengan istilah mukbang.

Dalam videonya, Tanboy Kun menjelaskan bagaimana rasa dari makanan yang disantap serta pendapat Tanboy Kun terhadap makanan yang ia nikmati. Gaya menyantap makanan yang habis sampai bersih dengan suapan yang besar tanpa meminum air membuat Tanboy Kun menjadi semakin menarik dalam video tersebut. Ia juga sering mengekspresikan perasaannya saat menyantap makanan pedas itu.

#### Demografi Responden

Informan penelitian ini terdiri dari empat orang, yang dimana berasal dari tiap kecamatan yang terdapat di Kota Denpasar,

yang sudah bersedia serta masuk dalam kriteria yang dibutuhkan. Pemilihan informan yakni atas dasar determinan yang memengaruhi interpretasi pesan pada video kanal Youtube yakni, umur (15-24 tahun), serta gender (pria dan wanita). Keempat informan pada penelitian ini, antara lain:

1. Nyoman Rai Dharma Wiguna (17 tahun), jenis kelamin laki-laki, pekerjaan sebagai pelajar, dan berasal dari Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali
2. Made Devina Febryanti (18 tahun), jenis kelamin perempuan, pekerjaan sebagai pelajar, dan berasal dari Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali
3. I Nyoman Candra Wiguna (20 tahun), jenis kelamin laki-laki, pekerjaan sebagai mahasiswa, dan berasal dari Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali
4. Ni Putu Trisca Wisuda Putri (24 tahun), jenis kelamin perempuan, pekerjaan sebagai karyawan swasta dan berasal dari Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali

## **Encoding pada Video Mukbang Tanboy Kun**

Proses *encoding* diawali dengan menentukan *preferred reading*. *Preferred reading* yaitu makna yang terpilih dari suatu teks. *Preferred reading* pada tayangan mukbang Tanboy Kun yang berjudul “GILA!!!

*10 AYAM DAN CHEESE BURGER MCDONALD PAKE 2 BOTOL SAOS SAMYANG NUCLEAR 4X LEBIH PEDES*” didapat lewat analisis resepsi Stuart Hall, yang dimana pada tayangan video Youtube telah dibagi menjadi sejumlah potongan bagian dari sebuah objek berupa potongan tayangan yang dirasa mencolok di video itu (meliputi : ekspresi wajah, gambar, makanan yang sedang disantap, serta gaya makan) disampaikan oleh pembuat video melalui aktivitas menyantap makanan serta ekspresi yang berisi penekanan.

## **Analisis Penelitian**

Data yang telah diperoleh dicocokkan dengan tiga posisi penonton oleh Stuart Hall sesudah dilaksanakan wawancara dengan para informan. Berdasarkan wawancara itu, sejumlah empat informan yang datanya telah diperoleh dan telah memenuhi kriteria penelitian yang ditentukan penulis.

**Tabel 4.2.3 Pengklasifikasian Informan berdasarkan Tiga Posisi Penonton**

| No | Potongan Adegan Mukbang Video Tanboy Kun |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Informan                 | <i>Dominant Hegemonic Position</i> | <i>Negotiated Position</i> | <i>Oppositional Position</i> |
|----|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| 1. | Scene 1                                  | <i>Preferred reading</i> : Makan sendiri dengan porsi besar untuk lebih dari satu orang                                                                                                                                                                                                                                                                          | Nyoman Rai Dharma Wiguna | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |
|    | Scene 2                                  | <i>Preferred reading</i> : Dengan memakai sarung tangan, Tanboy Kun masih menjaga agar makanannya tetap higienis dan tidak perih apabila tangannya terkena saos samyang yang pedas                                                                                                                                                                               |                          | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |
|    | Scene 3                                  | <i>Preferred reading</i> : Sesuai dengan keyakinan Tanboy Kun, apapun kegiatan yang akan dilakukan selalu diawali dengan doa agar diberikan kelancaran                                                                                                                                                                                                           |                          | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |
|    | Scene 4                                  | <i>Preferred reading</i> : Pada saat makan ayam pertama, Tanboy Kun masih meraba- raba dan mencerna rasa makanannya                                                                                                                                                                                                                                              |                          | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |
|    | Scene 5                                  | <i>Preferred reading</i> : Dengan mengelap keringat pada wajah dan bibir, terlihat Tanboy Kun yang mulai kepedasan                                                                                                                                                                                                                                               |                          | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |
|    | Scene 6                                  | <i>Preferred reading</i> : Pada saat menghabiskan makanan terakhir, Tanboy Kun sambil menghela nafas dan matanya berair yang menunjukkan ia tidak tahan dengan rasa pedasnya. Tanboy Kun mengetuk nampan menandakan ia telah berhasil menghabiskan sampai akhir. Tanboy Kun salah mengucapkan nama brand karena konsentrasinya terganggu efek dari rasa pedasnya |                          | Ya                                 | Tidak                      | Tidak                        |

Berikut merupakan penguraian dari pemahaman empat informan atas video mukbang Tanboy Kun :

1. Informan 1, Nyoman Rai Dharma Wiguna, 17 tahun, pelajar, berasal dari Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar

Menurut wawancara yang dilaksanakan dengan Informan 1, yaitu Nyoman Rai Dharma Wiguna atau yang akrab disapa Rai, mampu ditarik simpulan bahwasanya ia tergolong posisi dominan, karena menyetujui semua *preferred reading* yang ada tanpa ada pendapat negosiasi

maupun oposisi. Rai termasuk orang yang menonton mukbang untuk mencari inspirasi atau rekomendasi makanan, serta apabila terdapat hal menarik, Ia cenderung akan tertarik untuk makan makanan yang serupa. Menurut Rai, menonton mukbang tidak membantu seseorang yang sedang diet untuk menahan nafsu makan, karena akan tergiur dengan cara *content creator* tersebut menyantap makanannya. Video mukbang milik Tanboy Kun dapat dinikmati dan ditonton pada saat waktu luang, karena cara makan yang tidak berlebihan dan masih nyaman untuk ditonton.

Dari video mukbang Tanboy Kun, pada *preferred reading* pertama, Rai menyebutkan Tanboy Kun memperlihatkan makanan yang ingin ia makan, serta menunjukkan bahwa ia makan hanya seorang diri dengan porsi yang besar. Oleh sebab itu, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Rai sependapat Tanboy Kun memakai sarung tangan untuk menjaga makanannya agar tetap higienis dan tidak perih ketika tangannya terkena saos yang pedas. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Rai menyetujui jika Tanboy Kun berdoa sebelum makan menurut keyakinannya, untuk memohon kepada Tuhan agar diberikan kelancaran atas apapun kegiatan yang dilakukan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Dilanjutkan dengan *preferred reading* selanjutnya, Rai menyetujui Tanboy Kun memberikan reaksi dengan masih meraba-raba serta mencerna rasa makanannya. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Rai menyetujui Tanboy Kun mulai mengelap keringat yang ada di wajah serta di bibirnya karena sudah menunjukkan tanda bahwa Tanboy Kun kepedasan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Rai setuju bahwa pada saat menyantap makanan terakhir, Tanboy Kun terlihat menghela nafas dan matanya berair, yang menunjukkan Tanboy Kun tidak tahan dengan rasa pedas yang dirasakan. Dengan mengetuk nampan, Tanboy Kun mengisyaratkan bahwa ia berhasil

menghabiskan makanannya sampai bersih. Tanboy Kun yang merasa kepedasan sampai salah menyebutkan nama *brand*, yang menunjukkan bahwa konsentrasinya sudah mulai terganggu efek dari rasa pedas yang dirasakan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

2. Informan 2, Made Devina Febryanti, 18 tahun, pelajar, berasal dari Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan 2, Made Devina Febryanti atau yang akrab disapa Devina, mampu ditarik simpulan bahwasanya ia ada di posisi dominan dengan beberapa opini yang ada di posisi negosiasi dan oposisi. Devina termasuk orang yang menonton mukbang untuk melihat review makanan. Ia perlu validasi atas makanan yang direkomendasikan sehingga jika menurutnya enak, ia akan mencoba makan makanan yang serupa. Devina lebih bisa menerima video mukbang dengan audio visual tidak hanya mengandalkan suara seperti ASMR. Menurut Devina, ASMR justru membuatnya tidak tertarik menonton karena rasa rileks yang dirasakan pada saat menonton mukbang jika ada dukungan visual yang dapat dilihat sehingga lebih bisa dinikmati.

Dari video mukbang Tanboy Kun, pada *preferred reading* pertama, Devina mengatakan Tanboy Kun menyampaikan ke penonton bahwa ia akan bereksperimen dengan makan makanan dengan porsi yang besar tentunya untuk satu orang dan dengan penyampaian yang baik agar bisa diterima oleh penonton. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Selanjutnya, *preferred reading* selanjutnya, menurut Devina yang dilakukan Tanboy Kun dengan memakai sarung tangan sebelum makan makanan pedas adalah cara untuk tetap menjaga kebersihan dari makanan tersebut agar tetap bersih. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Selanjutnya yakni *preferred reading* berikutnya, Devina setuju bahwa yang dilakukan Tanboy Kun sebelum makan adalah berdoa karena tidak semua content creator khususnya mukbang mengutamakan berdoa sebelum makan. Hal tersebut bisa dijadikan contoh dan ditiru oleh penontonnya. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Devina tak setuju saat Tanboy Kun makan

potongan ayam pertama sambil mengangguk untuk mencerna dan meraba-raba rasa makanannya. Devina mengatakan, justru di awal menyantap potongan ayam, Tanboy Kun terlalu cepat sehingga kurang rapi pada saat makan. Dengan demikian, informan ada di posisi *Oppositional Position*.

*Preferred reading* selanjutnya, Tanboy Kun mengelap keringat di area wajah dan bibirnya karena mulai merasa kepedasan. Menurut Devina selain merasa kepedasan, Tanboy Kun mengelap keringat di area wajah dan bibirnya untuk menghindari jika keringatnya jatuh ke dalam makanan, sehingga mengurangi esensi kebersihannya. Dengan demikian, informan ada di posisi *Negotiated Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Devina setuju pada saat menghabiskan makanan terakhir, Tanboy Kun terlihat menghela nafas dan matanya berair, yang menunjukkan Tanboy Kun tidak tahan dengan rasa pedas yang dirasakan. Dengan mengetuk nampan, Tanboy Kun mengisyaratkan bahwa ia berhasil menghabiskan makanannya sampai bersih. Menurut Devina, dengan Tanboy Kun yang merasa kepedasan sampai salah menyebutkan nama *brand*, merupakan hal yang tidak perlu dipermasalahkan selama

Tanboy Kun bisa mempertanggungjawabkan dan menjelaskan kepada penonton. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasinya sudah mulai terganggu efek dari rasa pedas yang dirasakan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

3. Informan 3, I Nyoman Candra Wiguna, 20 tahun, mahasiswa, berasal dari Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan 3, I Nyoman Candra Wiguna atau yang akrab disapa Candra, mampu ditarik simpulan bahwasanya ia cenderung ada di posisi negosiasi dengan beberapa pendapat ada pada posisi dominan, dan tanpa adanya pendapat di posisi oposisi. Candra adalah orang yang sering menonton mukbang, karena jika belum makan dan tidak ada selera makan, Candra biasa menonton video mukbang milik Tanboy Kun untuk menambah nafsu makan. Itu sebabnya Candra tidak setuju jika mukbang dapat membantu penontonnya untuk tetap diet. Menurut Candra, menonton mukbang dapat memberikan efek rileks karena diiringi suara atau audionya, selain itu Candra merasa terhibur pada saat menonton mukbang karena

pembawaan Tanboy Kun yang tetap interaktif ke penonton maupun ke kameramannya. Selama menonton mukbang, Candra bisa menikmati karena berpengaruh membangkitkan selera makannya.

Dari video mukbang Tanboy Kun, pada *preferred reading* pertama, Candra mengatakan bahwa Tanboy Kun makan ayam dicampur dengan saos samyang dengan porsi yang besar. Menurut Candra porsi tersebut biasa dilakukan oleh Tanboy Kun sebagai pelaku mukbang, tetapi pesan yang lebih ia terima ketika Tanboy kun memperkenalkan makanan yang ada dihadapannya sambil berinteraksi dengan penonton dan kameraman seolah ingin mengajak makan bersama. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Negotiated Position*.

Kemudian *preferred reading* selanjutnya, Candra setuju Tanboy Kun yang memakai sarung tangan sebelum makan untuk menjaga makanannya agar tetap higienis dan bersih serta tidak merasa perih ketika tangannya terkena saos samyang secara langsung. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Candra setuju dengan Tanboy Kun yang sebelum makan harus berdoa terlebih dahulu,

karena merupakan bentuk syukur yang ditujukan kepada Tuhan atas makanan yang bisa ia makan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Candra mengatakan Tanboy Kun yang memakan gigitan pertama memberikan reaksi yang menunjukkan pengalaman mukbangnya kali ini melebihi ekspektasinya. Jika biasanya Tanboy Kun mukbang tanpa saos samyang, tetapi di video tersebut Tanboy Kun ingin menantang dirinya untuk makan menggunakan saos samyang. Menurut Candra, rasa pedas yang dirasakan tidak dimulai pada saat potongan ayam kelima melainkan sebelum itu. Candra lebih melihat jika Tanboy Kun mulai merasa gerah karena hawanya menjadi panas akibat makan makanan pedas. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Negotiated Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Candra merasa Tanboy Kun sudah melebihi batas kepedasan yang biasanya ia makan, hal tersebut mempengaruhi Tanboy Kun sehingga salah mengucapkan *brand* yang seharusnya *McD* tetapi ia menyebutkan *KFC*. Menurut Candra, kemungkinan jika saos samyang lebih cocok jika dipadukan dengan ayam goreng milik *brand KFC* dibandingkan

dengan *brand McD*. Candra menyetujui dengan mengetuk nampan, Tanboy Kun menunjukkan ke penontonnya bahwa ia berhasil menghabiskan makanannya sampai bersih. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Negotiated Position*.

4. Informan 4, Ni Putu Trisca Wisuda Putri, 24 tahun, karyawan swasta, berasal dari Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan informan 4, Ni Putu Trisca Wisuda Putri atau yang akrab disapa Ica, mampu ditarik simpulan bahwasanya ia ada di posisi dominan, karena menyetujui semua *preferred reading* yang ada tanpa ada pendapat negosiasi maupun oposisi. Ica termasuk orang yang cukup sering menonton mukbang karena tertarik dengan cara *content creator* mukbang melahap makanannya, hal tersebut dapat menggugah selera. Tetapi ia juga memikirkan bagaimana perut *content creator* mukbang dapat mengolah dan menerima makanan dengan porsi yang besar. Ia tidak setuju jika mukbang dikatakan perantara bagi penonton yang sedang program diet untuk tetap bisa diet, karena dengan menonton mukbang justru terpengaruh untuk ikut makan. Ica senang menonton mukbang tetapi tidak dengan

mengonsumsi dengan porsi yang sama, karena merasa tidak sanggup. Selama menonton video mukbang, Ica dapat menikmati video mukbang karena terlihat memuaskan. Selain itu, ia mengapresiasi usaha pelaku mukbang yang luar biasa dalam membuat konten untuk menghibur penontonnya.

Dari video mukbang Tanboy Kun, pada *preferred reading* pertama, menurut Ica Tanboy Kun menampilkan semua makanan yang dimakannya sendiri tanpa bantuan orang lain sambil menaburi dengan saos samyang ke atas makanannya. Hal tersebut sesuai dengan *preferred reading* pertama, dimana Tanboy Kun makan sendiri dalam porsi yang besar yang seharusnya untuk lebih dari satu orang. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Ica setuju Tanboy Kun memakai sarung tangan untuk menjaga higienisan makanannya serta melindungi tangan dari saos samyang yang apabila terkena langsung akan memberikan efek panas. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Ica setuju Tanboy Kun berdoa terlebih

dahulu sebelum makan seperti yang ditampilkan dalam videonya. Menurut Ica, hal tersebut merupakan kebiasaan yang baik dan patut dicontoh oleh penonton. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Ica setuju Tanboy Kun pada saat memakan potongan ayam pertama sambil mencerna rasa makanannya. Menurut Ica, Tanboy Kun mencoba membandingkan rasa saos samyangnya lebih cocok dipadukan dengan ayam atau dengan cheese burger. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Pada *preferred reading* selanjutnya, Ica setuju Tanboy Kun sudah mulai merasa kepedasan karena telah banyak makan ayam yang pedas sebelumnya sampai Tanboy Kun mengelap keringat yang ada di wajah dan bibirnya. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

Di *preferred reading* selanjutnya, Ica setuju pada saat menyantap makanan terakhir, Tanboy Kun terlihat menghela nafas dan matanya berair, yang menunjukkan Tanboy Kun tidak tahan dengan rasa pedas yang dirasakan. Dengan mengetuk nampan, Tanboy Kun mengisyaratkan bahwa ia berhasil menghabiskan makanannya sampai

bersih. Menurut Ica, saking merasa sangat pedas, Tanboy Kun sampai salah dalam mengucapkan kata. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsentrasinya sudah mulai terganggu efek dari rasa pedas yang dirasakan. Dengan demikian, informan ada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*.

## 5. KESIMPULAN

Pesan atau makna yang terdapat dalam video “*GILA!!! 10 AYAM DAN CHEESE BURGER MCDONALD PAKE 2 BOTOL SAOS SAMYANG NUCLEAR 4X LEBIH PEDES*” terdiri dari visual, audio, makanan yang disantap dan gaya makan, ekspresi wajah, yang disampaikan pihak pembuat video lewat ekspresi atau mimik wajah serta interaksi kepada penonton dalam kegiatan menyantap makanan yang dilakukan. Tanboy Kun sebagai pembuat video mencoba menjelaskan serta menunjukkan bahwasanya makanan yang ia santap terasa lezat serta nikmat.

Dua kelompok pemaknaan serta posisi informan pada temuan penelitian termasuk *dominant-hegemonic position* (3 orang) yakni ; Nyoman Rai Dharma Wiguna, Made Devina Febryanti, dan Ni Putu Trisca Wisuda Putri, serta posisi *negotiated position* (1 orang) yaitu I Nyoman Candra Wiguna.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Bali. Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali, 2019  
<https://bali.bps.go.id/statistictable/2018/04/13/95/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-2019.html>
- Badan Pusat Statistik Denpasar. Proyeksi Penduduk Kota Denpasar Menurut Kelompok Umur Tahun 2010 – 2020, 2019  
<https://denpasarkota.bps.go.id/statistictable/2015/09/16/19/proyeksi-penduduk-kota-denpasar-menurut-kelompok-umur-tahun-2010---2020.html>
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2010. Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- CNBC Indonesia. Daftar 5 Food Vlogger Indonesia Sukses, Paling Populer di RI, 10 Agustus 2020  
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20200810123553-33-178641/daftar-5-food-vlogger-indonesia-sukses-paling-populer-di-ri>
- Dewi, I Gusti Ayu Agung Diah Utami, Ni Luh Ramaswati Purnawan, dan Ni Made Ras Amanda Gelgel. 2021. Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unud Terhadap Tayangan ASMR 'Eat with Boki'. Jurnal. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Udayana.
- Hall, Stuart. 1993. Encoding/Decoding, Simon During Edition, The Cultural Studies Reader. London dan New York: Routledge. ISBN 0-203-13217-3.
- Hong S, Park S. 2018. Internet mukbang (foodcasting) in South Korea. Göteborg, Sweden: Nordicom. ISBN: 978-91- 87957-85-7.
- Inayah, Risa Nur. 2020. Analisis Resepsi Kecantikan dalam Video Youtube Abel Cantika "Wardah One Brand Makeup Tutorial". Program Studi Ilmu komunikasi. Universitas Riau.
- Katadata. Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia, 6 Maret 2019  
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/info/grafik/5e9a55212afab/Youtube-medsos-no-1-di-indonesia>
- Koreaboo. MAMAMOO's Hwasa Wins Awards and Praise For Promoting Korean Food, 25 Juli 2018  
<https://www.koreaboo.com/news/mamamoo-hwasa-wins-awards-praise-promoting-korean-food/>
- Kumparan. Menyingkap Sejarah dan Rahasia Sukses Korean-Wave, 10 Maret 2018  
<https://kumparan.com/noviyanti-nurmala1519197736585/menyingkap-sejarah-dan-rahasia-sukses-korean-wave/3>
- Lee, Eun-Ju & Tandoc Jr, Edson C. When News Meets the Audience: How Audience Feedback Online Affects News Production and Consumption. Human Communication Research. Volume 43 (4), 436-449, 7 Juli 2017  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/>

1 0.1111/hcre.12123

Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, dan Kieran Kelly, 2009. *New Media: A Critical Introduction* 2<sup>nd</sup> Edition. New York: Routledge, ISBN 0-203- 88482-5.

Livingstone, Sonia. Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television & New Media*. Volume 20(2), 170-183, 9 November 2018  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1527476418811118?journalCode=tvna>

McQuail, Denis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory* (4th Edition). London: Sage, ISBN 0-7619-6547-5.

McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa* McQuail (Edisi 6 Buku 1). Jakarta: Salemba Humanika, ISBN 978-602-8555-40-1.

Rinikah, Lia, I Gusti Agung Alit Suryawati, dan Ni Made Ras Amanda Gelgel. 2020. Analisis Resepsi Pada Video *Living With Muslim With Tommy Lim* (Studi pada Masyarakat Non Muslim di Kota Denpasar). *Jurnal*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Udayana.

Hootsuite & We are Social. Indonesian Digital Report 2020, 18 Februari 2020  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

Schroder, Kim Christian. 2018. Audience Reception Research in a Post-broadcasting Digital Age. *Television & New Media*. 1-15, 14 November 2018  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527476418811114>

Skor. Manfaat Mukbang untuk Diet dan Kesehatan, 1 Agustus 2022  
<https://www.skor.id/post/manfaat->

[mukbang-untuk-diet-dan-kesehatan- 01427259](#)

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Surpriyatman, Adia Titania. 2019. Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang dalam Kanal *Youtube* 'Yuka Kinoshita'. *Jurnal*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Telkom.

Times, The Korean. Goddess of Eating Show, 1 Agustus 2018  
[https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2\\_018/08/398\\_253188.html](https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2_018/08/398_253188.html)

United Nations. Global Issues: Youth, 2019  
<https://www.un.org/en/global-issues/youth>

Waskita, Muhammad Wahyu Rizki. 2018. Pemaknaan Khalayak Terhadap Video- Video Reza Oktovian di Jejaring Sosial *Youtube*. *Jurnal*. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Diponegoro.

World Health Organization (WHO). Adolescent Health in The South-East Asia Region, 2021  
<https://www.who.int/southeastasia/health-topics/adolescent-health>