ANALISIS RESEPSI PENONTON REMAJA VIDEO *MUKBANG* DALAM KANAL YOUTUBE "YUKA KINOSHITA"

Adia Titania Supriyatman[1], **Catur Nugroho**[2]
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom[1]
adiatitania@gmail.com[1], mas_pires@yahoo.com[2]

Abstrak

Salah satu fenomena berasal dari Korea Selatan yang mewabah berkat internet ialah Mukbang yang dapat diartikan sebagai siaran makan. Fenomena tersebut menampilkan satu hingga beberapa orang di sebuah kamar melakukan kegiatan makan dan merekam bahkan menyiarkannya secara langsung di internet. Salah satu pelaku Mukbang yang paling umum diketahui ialah Yuka Kinoshita di YouTube. Serta umumnya penonton dari fenomena ini ialah remaja. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan pemaknaan audiens dan mengetahui posisi audiens dalam penerimaan makna dalam video Mukbang Yuka Kinoshita. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, paradigma konstruktivisme dengan pendekatan analisis resepsi (reception analysis) Stuart Hall. Analisis resepsi memandang audiens secara aktif, yakni penonton mampu mengkonstruksi dan merekonstruksi makna yang ada di dalam sebuah tayangan media. Posisi-posisi audiens dikategorikan berdasarkan teori Encoding/Decoding milik Stuart Hall dalam tiga posisi pembacaan audiens yakni Dominant position, Negotiated position dan Oppositional position. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan audiens terhadap makna dalam video-video Mukbang Yuka Kinoshita terhadap kedua informan menghasilkan pemaknaan yang didominasi oleh posisi Dominant position.
Kata Kunci: Analisis Resepsi, Mukbang, Pemaknaan, Media Baru

Abstract

One of the phenomenon from South Korea that spread because of internet is Mukbang that can be interpreted as eating show. This phenomenon shows one until several people in a room doing eating activity, recorded it or even streamed it online on internet. One of the people that is known to do Mukbang is Yuka Kinoshita on YouTube. Also, mostly the audience of this phenomenon is teenager. The aim for this research is to describe the audience's meaning and to understand audience position in receiving meaning on Yuka Kinoshita's Mukbang videos. To reach the aim for this research, researcher used qualitative research method, constructivism paradigm with Stuart Hall's reception analysis approach. Reception analysis sees audience as an active viewer that are able to construct and reconstruct meaning in a show from media. Audience position is categorized based on Stuart Hall's Encoding/Decoding theory in three position readings of the audience such as "Dominant position", "Negotiated position" and "Oppositional position". The result shows that audience meaning toward Yuka Kinoshita's Mukbang videos on two informant was dominated by "Dominant position".
Key Words: Reception Analysis, Mukbang, Meaning, New Media

1. PENDAHULUAN

Semenjak kemunculan media baru yang berkaitan erat dengan internet, pengguna internet terus menerus berkembang bersamaan dengan perkembangan internet. Good News from Indonesia menuturkan, berdasarkan laporan Wearesocial terdapat fakta terkait pengguna internet dunia yang telah mencapai 4.021 miliar orang (sumber: Goodnewsfromindonesia.id). Fakta ini dapat diartikan bahwa pengguna internet sudah melebihi separuh manusia di bumi. Selain itu, perkembangan internet juga menyebarkan sebuah fenomena yang kini diminati oleh berbagai pengguna internet di seluruh dunia. Salah satu fenomena yang mewabah berkat internet ialah K-Wave yang menurut penelitian Dwi Nastiti (2010) memiliki arti tersebarnya kebudayaan populer Korea secara global ke seluruh dunia.

Dilansir dari situs berita Kumparan, awal kemunculan K-Wave merambat ke Indonesia ialah semenjak pertengahan tahun 2000-an. Dari sisi demografis, survey yang dihasilkan oleh Korean Tourism Organization menyatakan bahwa penggemar K-Wave (sekitar 67%) mayoritas merupakan kaum berusia 20-an dan 30-an. Hal ini dapat dikatakan bahwa usia produktif merupakan mayoritas dari penggemar K-Wave (sumber: kumparan.com). Mengenai konten-konten yang digandrungi para penggemarnya, berdasarkan Globe Asia, pada 2015 Korean Foundation for International Culture telah membuat survey terkait konten paling populer dari budaya Korea. Terkait hal yang para usia produktif itu gandrungi, Dari 6500 responden yang berasal dari 14 negara, konten yang paling mereka diminati ialah makanan (46.2%), diikuti oleh K-pop (39.0%), kemudian fashion serta kecantikan (35.8%) (sumber: globeasia.com).

Namun menurut Hong (2017), ia memaparkan sebuah fakta yang terjadi di negara pencetus K-Wave dan terjadi sebuah keadaan yang melanda para generasi millenial Korea dalam penelitiannya bahwa; Peningkatan orang-orang yang tinggal sendiri adalah perubahan yang paling terlihat di dalam struktur sosial Korea. Terdapat 5.2 juta penduduk yang hidup

sendiri, melupakan tradisi yang umumnya hidup dengan tiga hingga empat orang anggota keluarga berdasarkan statistik populasi di tahun 2015. Bahkan fenomena ini diprediksi akan meningkat terus menerus. Anak muda semacam ini telah menyebabkan terbentuknya sebuah istilah baru dalam industri terkini yaitu "single-economy".

Maka dari itu, muncullah fenomena yang menjadi penawar bagi mereka berupa kemunculan produk audio visual yang menampilkan satu hingga beberapa orang di sebuah kamar melakukan kegiatan makan dan merekam bahkan menyiarkannya secara langsung di internet. Hal ini memicu pengguna internet terutama para single-economy untuk dapat menyaksikan kegiatan mereka secara langsung dan merasa memiliki teman ketika mereka sedang makan. Istilah fenomena ini menurut situs Quartz disebut dengan "Mukbang" yang berasal dari gabungan dua istilah Korea yaitu Muok-da (yang berarti makan) dan Bang-song (yang berarti siaran); dua kata tersebut pun digabung dan dapat diartikan sebagai siaran makan (sumber: qz.com). Dalam penelitian Hong (2017) memaparkan fenomena ini mulai muncul di internet bersamaan dengan meningkatnya popularitas situs AfreecaTV pada tahun 2008. Sebuah situs siaran langsung atau streaming dari Korea yang banyak menayangkan tayangan Mukbang dengan berbagai macam cara mereka makan dan gaya mereka saat melakukan siaran.

Bahkan pada zaman sekarang, siaran Mukbang tidak hanya tersebar luas di Korea Selatan, tetapi penonton dapat menemukan berbagai negara melakukan siaran serupa ini di media sosial seperti YouTube. YouTube menjadi salah satu sarana creator video Mukbang untuk mengunggah kontennya. Hal ini ditunjukkan dengan YouTube menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan berdasarkan situs wearesocial dan Hootsuite.

Dalam infografis yang berasal dari situs wearesocial dan Hootsuite, YouTube merupakan platform sosial kedua setelah Facebook yang memiliki pengguna aktif terbanyak hingga bulan Januari tahun 2018. Selain itu, konten Mukbang menjadi salah satu konten yang diminati penggunanya. Hal ini ditunjukkan berdasarkan situs Influencer MarketingHub; bahwa terdapat 12 konten terbaik yang ada di YouTube yakni, 1) Video binatang menggemaskan; 2) Walkthrough (sejenis strategy guide) dari Video Game; 3) Tutorial, 4) Review prodak; 5) Video gosip selebriti; 6) Vlog (Video Blog); 7) Komedi / Video Sketsa; 8) Berbelanja; 9) Video unboxing; 10) Video edukasi; 11) Parodi; dan 12) Prank/Video perbuatan iseng (sumber: influencermarketinghub.com). Mukbang termasuk kepada konten vlog dikarenakan karakteristik tayangannya serupa dengan vlog. Dalam tayangan Mukbang diperlihatkan bagaimana seseorang menikmati makanan tanpa menggunakan skrip dalam pembuatan video tersebut.

Mengingat tersebarnya fenomena ini sudah cukup lama dan sudah banyak orang-orang melakukan aksi Mukbang di internet, peneliti pun akhirnya membuat sebuah kuisioner pra-penelitian. Pra-penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui umumnya penonton Mukbang berada di rentang usia berapa di Indonesia. Selain itu untuk mengetahui seberapa familiar mereka dengan istilah Mukbang, apakah mereka menyukai video-video tersebut, serta siapa saja pelaku Mukbang yang umumnya diketahui dan sukai oleh penonton. Selain itu, kuisioner juga digunakan mencari informan dalam penelitian ini karena sejatinya penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Pra-penelitian yang dibuat peneliti disusun dalam Google Form. Terhitung semenjak 9 Oktober 2018 hingga 10 Oktober 2018, terdapat 122 responden menjawab kuisioner yang telah disebarluaskan oleh peneliti melalui aplikasi LINE dan Facebook. Dari responden yang telah mengisi kuisioner, peneliti seleksi dengan kriteria tertentu yang nantinya akan digunakan menjadi informan peneliti.

Peneliti mendapati 101 responden yang dianggap menyampaikan data valid terkait pelaku Mukbang mana yang umumnya diketahui oleh penonton. Data-data ini merupakan hasil dari jawaban responden atas kuisioner yang telah dibuat peneliti. Umumnya mereka menonton tayangan Mukbang dari media sosial YouTube dan Instagram. Dari 92 responden yang menjawab YouTube sebagai sarana mereka menonton Mukbang, urutan pertama untuk vlogger yang mereka ketahui ialah Yuka Kinoshita dari Jepang dengan 24 responden; Tanboy Kun dari Indonesia dengan 11 responden; serta Ria SW dari Indonesia dengan 8 responden. Kemudian, 9 responden yang menjawab Instagram sebagai sarana mereka menonton dan mengetahui pelaku Mukbang. Diurutan pertama ialah akun Instagram @ddeonggae dari Korea dengan 4 responden; kemudian @april.asmr dair Amerika Serikat dengan 2 responden; dan diikuti oleh @safiracrespin, @thisisinsiderfood, dan @dietmulaibesok dengan masing-masing 1 responden.

Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, membahas bagaimana penerimaan penonton terhadap pesan yang terkandung dalam video-video Mukbang menarik bagi peneliti untuk diteliti lebih lanjut. Dengan demikian, peneliti membutuhkan pendapat penonton terkait penerimaan pesan yang disampaikan video Mukbang. Teknik yang peneliti pilih dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Dalam analisis resepsi, analisis ini dapat dimaknai sebagai proses pembuatan makna (making meaning process) yang dilakukan audiens saat mengonsumsi sebuah tayangan. Khalayak dipandang oleh analisis resepsi sebagai producer of meaning yang tidak pasif dalam menciptakan makna.

Peneliti memilih menggunakan teori yang diciptakan Stuart Hall karena merupakan turunan dari analisis resepsi. Berdasarkan Rahmana (2011), teori tersebut ialah teori encoding/decoding mengenai bagaimana peran khalayak dalam penerimaan pesan serta hubungan pandangan akan produsen serta konsumen terhadap sebuah teks. Latar belakang serta pengalaman yang dimiliki penerima pesan menjadi faktor bagaimana ia memaknai sebuah pesan. Stuart Hall menjelaskan bagaimana sebuah proses dalam komunikasi yaitu saat pesan diciptakan atau disebut di-encode serta saat pesan diterima atau di-decode oleh produsen serta konsumen pesan; yang dalam hal ini ialah media serta khalayak. Pesan yang diciptakan menggunakan kode-kode tertentu disebut dengan Encoding. Sedangkan Penguraian kode yang dimaknai untuk menjadi sebuah pesan disebut dengan Decoding. Khalayak dalam hal ini berperan tidak pasif dalam penerimaan pesan untuk dimaknai dan diinterpretasi.

Fenomena Mukbang dalam penelitian ini menjadi makna yang terkandung dalam sebuah video; dengan kata lain, sebuah kode komunikator. Makna-makna yang yang terkandung dalam Fenomena Mukbang nantinya menjadi hal yang

akan diterima oleh komunikannya; yakni penonton. Pemilihan fenomena ini sebagai objek penelitian dilatar belakangi oleh keinginan peneliti untuk menggali pemaknaan fenomena Mukbang dalam sebuah tayangan video. Selain itu, fenomena ini sebelum era digital belum pernah terjadi sebelumnya sehingga menarik peneliti untuk menelusuri lebih dalam. Dalam hal ini, pelaku video Mukbang yang akan dipilih ialah vlogger atau YouTuber asal Jepang bernama Yuka Kinoshita dengan alasan ialah pelaku Mukbang yang paling banyak diketahui responden berdasarkan pra-penelitian. Maka dari itu, penelitian ini akan mengupas pemaknaan pesan yang diterima oleh penonton remaja dari video Mukbang milik Yuka Kinoshita.

1.1 Fokus Penelitian

Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana penonton yang menonton Mukbang menerima pesan yang di-encode dalam bentuk video Mukbang. Maka dari itu, peran penonton terhadap video Mukbang akan diteliti lebih lanjut oleh peneliti. Apakah mereka setuju dan berminat mengikuti fenomena ini, bernegosiasi atau bahkan oposisi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

"Bagaimana penonton remaja memaknai Mukbang yang ditonton melalui video Mukbang dari Yuka Kinoshita?"

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana penonton remaja memaknai Mukbang yang ditontonnya melalui video Mukbang dari Yuka Kinoshita.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis**,** Penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi medium dari beberapa konsep dan teori yang penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan serta untuk memberikan kontribusi dalam ilmu komunikasi, khususnya kajian budaya dan media. Selain itu, penelitian ini diharapkan untuk mampu memberikan kontribusi positif terhadap penelitian-penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya penelitian terkait analisis resepsi pesan media.
2. Secara praktis, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu menginspirasi kepada orang-orang yang hendak meneliti dengan tema sejenis dan memahami bagaimana Mukbang dimaknai oleh informan-informan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Baru

Bila dikaitkan dengan istilah internet, media baru merujuk kepada teknologi komunikasi yang hadir beserta dengan aplikasinya (Tomasselo et al, 2010:532 dalam Damayanti, 2016). Terry Flew dalam penelitian Damayanti (2016) menyatakan bahwa media baru ialah penggabungan daripada tiga C yakni, Computer, Communication dan Contents. Sesuatu yang baru menurut McQuail (2010:141) disebabkan oleh unsur-unsur yang berada didalamnya. Berbagai unsur ini mencakup digitalisasi serta konvergensi setiap aspek media seperti interaktivitas dan konektivitas jaringan yang kerap berkembang, mobilitas serta delokasi pengiriman serta penerimaan, adaptasi publikasi dan peran audiens, serta muncul berbagai bentuk gateway media.

2.2 Komunikasi Media Baru

Internet merupakan media komunikasi yang penting. Hal ini dikarenakan karakteristik internet itu sendiri yang berbeda dibandingan media komunikasi tradisional seperti surat-menyurat, surat kabar, radio, dan televisi. Berikut ialah karakteristik yang dimiliki oleh internet yaitu:

1. Jejaring, tidak hanya diartikan sebagai infrastruktur yang menghubungkan antarkomputer dan perangkat keras lainnya, namun juga menghubungkan antar individu (Hassan dan Thomas, 2006, 2005: 16; Gane dan Beer, 2008: 16 dalam Nasrullah, 2014).
2. Interaksi, merupakan sebuah konsep yang acap digunakan untuk membedakan media tradisional yang menggunakan analog dan media baru yang digital (Graham, 2004; Lev Manovich, 2001; Spiro Kiousis, 2002 dalam Nasrullah, 2014).
3. Perangkat, Dalam teknologi media baru, baik perangkat keras atau 'hardware' seperti komputer maupun perangkat lunak atau 'software' seperti jaringan internet, sejatinya saling terhubung agar dapat beroperasi. Seperti sudah dijelaskan dalam karakteristik jejaring sebelumya, bahwasanya tiap komputer sebagai contoh merupakan satu entitas tersendiri yang membentuk jaringan dengan komputer yang lain (Nasrullah, 2012).

2.3 YouTube

YouTube merupakan bagian dari situs berbagi media (media sharing). Salah satu jenis media sosial yang berguna untuk berbagi media audio visual. Saxena (2014) dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa, media sharing adalah situs media sosial yang penggunanya dapat berbagi gambar, podcast, dan video secara online.

2.4 Reception Theory Stuart Hall

Menurut Meenakshi Gigi (2006), pembahasan dalam teori pemaknaan (reception), analisis resepsi berkaitan dengan studi mengenai makna, produksi serta pengalaman khalayak akan kaitannya berinteraksi melalui teks media. Khalayak memainkan peran aktif dalam memaknai teks media. Hal tersebut dapat terlihat dalam premis-premis dari model encoding-decoding Stuart Hall yang merupakan dasar dari analisis resepsi. Peristiwa yang serupa dapat disampaikan atau diterjemahkan lebih dari satu cara dan pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi pembacaan

ujar Stuart Hall. Memang tentu ada tujuan pesan serta arahan pembacaan, namun itu tidak serta merta menutup menjadi satu pembacaan saja; mereka masih berpolisemi (sejatinya masih memungkinkan untuk munculnya varian dari interpretasi).

2.4.1 Encoding/Decoding Model

Diawali dari permasalahan kritis yang dikritisi oleh Stuart Hall (1973) yang memiliki tulisan berjudul "Encoding and Decoding Television Discourse" (Pembentukan dan Pembongkaran Kode dalam Wacana Televisi) membawa pembaruan dalam bidang ini. Hall sejatinya mengawali pengembangan konsep yang tadinya linear menjadi lebih dinamis dengan memperhitungkan proses produksi serta penyebaran pesan dari peran pihak-pihak yang terkait. Terdapat empat tahapan teori komunikasi yang ia tawarkan yakni, "production, circulation, use (which here he calls distribution or consumption), and reproduction" (During, 1993: 507).

Hall kemudian menjabarkan bahwa terdapat tiga interpretasi selama proses negosiasi makna praktik resepsi. Interpretasi tersebut digunakan individu untuk merespon apa yang dilihatnya dalam media, yakni:

1. Dominant-Hegemonic position, Audiens dalam posisi ini memaknai makna yang memiliki arti dari sebuah tayangan serta men-decode sesuai dengan pesan yang disampaikan media (preferred reading). Dengan pemahaman yang sama, pandangan komunikator dengan komunikan selaras.
2. Negotiated position, Terdapat kombinasi dalam posisi ini. Dalam satu sisi, audiens mampu menangkap kode yang dominan pada teks; dilain sisi menolaknya dan mereka menyeleksi mana yang cocok untuk diadaptasi. Audiens dalam posisi ini tidak serta merta menerima pesan yang ada.
3. Oppositional position, Posisi ini serupa dengan posisi audiens yang memilih untuk bernegosiasi. Audiens paham makna denotatif serta konotatif sebagai abstraksi pesan yang dibuat. Namun mereka menunjukkan sikap yang bertolak belakang dari isi pesan. Dalam posisi ini terlihat adanya keberatan terhadap kode yang ada karena adanya acuan alternatif yang menurutnya lebih relevan.

2.5 Mukbang

Menurut Hadi (2015), Salah satu fenomena yang muncul dari penggunaan internet di Korea Selatan adalah fenomena dimana pengguna internet di Korea Selatan melakukan kegiatan makan sendiri ataupun bersama orang lain di dalam kamar sambil merekam dan menyiarkannya secara langsung melalui internet sehingga para pengguna internet yang berada ditempat lain dapat menonton siaran tersebut secara langsung pada saat itu juga atau disebut juga streaming.

2.6 Remaja

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Remaja disebut juga sebagai Pemuda. Pemuda dalam UU Kepemudaan No 40 Tahun 2009, Pasal 1 Ayat 1 merupakan warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Twenge (2018) menjabarkan bahwa remaja pada beberapa tahun belakangan lebih jarang menghabiskan waktu pada media cetak, televisi ataupun film dibandingkan remaja pada dekade sebelumnya. Selain itu, ditegaskan pula bahwa remaja di tahun 2016 lebih banyak menghabiskan waktu dua kali lebih banyak waktu untuk online dibandingkan tahun 2006. Di tahun 2016 pun, dengan total 6 jam perhari, mereka menghabiskan waktu untuk online, texting, dan bermedia sosial.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Pandangan konstruktivis tidak lagi menggunakan bahasa untuk memahami realitas objektif serta dipisahkna dengan subjek penyampaian pesan. Makna maupun realitas dalam konstruktivis sendiri bergantung kepada konstruksi pikiran. Hal ini kemudian menjadi konstruktivisme yang batasan baru tidak hanya mengenai keobjektifan, namun dilain sisi juga mengenai kebenaran serta pengetahuan manusia (Ardianto, 2009:152-153)

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dalam penelitian ini, dengan alasan ingin mengetahui bagaimana penonton dari tayangan Mukbang oleh Yuka Kinoshita menerima pesan yang disampaikan didalamnya. Selain itu bagaimana mereka mengkonstruksi ulang pesan yang disampaikan dalam tayangan tersebut yakni makna-makna dalam video Mukbang. Tentunya dengan berbagai aspek yang perlu diperhatikan yang mampu mempengaruhi penonton dalam menerima pesan. Kemudian penonton dapat dikelompokan ke dalam tiga posisi audiens yang dipaparkan oleh Stuart Hall tergantung dari hasil wawancara yang akan dilakukan..

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi berkaitan dengan studi mengenai makna, produksi serta pengalaman khalayak akan kaitannya berinteraksi melalui teks media. Khalayak memainkan peran aktif dalam memaknai teks media. Hal tersebut dapat terlihat dalam premis-premis dari model encoding-decoding Stuart Hall yang merupakan dasar dari analisis resepsi. Peristiwa yang serupa dapat disampaikan atau diterjemahkan lebih dari satu cara dan pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi pembacaan ujar Stuart Hall (1973).

Hall memiliki pendapat mengenai teori encoding serta decoding yang sebagai proses audiens dalam mengkonsumsi serta memproduksi makna dalam rangka proses penerimaan konten media yang dikonsumsinya (Ida, 2014: 161-162).

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam rancangan penelitian kualitatif berdasarkan Bungin (2007:76) dalam Ramadhani (2018) merupakan fokus serta locus (tempat/lokasi) penelitian. Objek daripada penelitian ini ialah penonton video-video

dalam situs YouTube yang membahas mengenai Mukbang, dalam hal ini video Mukbang dari akun kanal YouTube "Yuka Kinoshita".

Video yang dijadikan patokan peneliti berdasarkan video-video Yuka Kinoshita yang memiliki total 1572 video (terhitung sejak 14 Januari 2019) berjudul "Kinoshita Yuka [OoGui Eater] Dangerously HOT Korean Instant Noodles" berdasarkan 14 Januari 2019 merupakan video dengan viewers terbanyak dari hasil unggahannya sekitar 15 juta viewers. Video ini menayangkan Yuka Kinoshita yang tengah memakan produk asal Korea Selatan bernama Samyang Hot Chicken Ramen (Buldak) yang dikirimkan oleh penggemar serta translator bahasa Korea dalam tayangan videonya di YouTube.

Selain itu, video yang peneliti pilih lagi adalah video produk asal Indonesia yakni Indomie Mi Goreng. Pemilihan produk ini dikarenakan dalam hasil pencarian "Yuka Kinoshita Indonesia" dalam platform YouTube, pilihan video pertama yang muncul ialah produk Indomie Goreng berjudul "[MUKBANG]【Indo mie】6 Packets of Fried Indonesian Noodles 3008kcal| Yuka [Oogui]". Produk ini dikirimkan oleh penonton serta penggemarnya yang berasal dari Indonesia. Pemilihan video ini juga berdasarkan pilihan informan dalam meneliti penelitian ini yakni orang Indonesia, sehingga peneliti memerlukan video dengan produk yang relevan serta dekat dengan informan.

3.4 Unit Analisis Penelitian

Fokus-fokus penelitian yang berada dalam unit analisis terdiri dari input, analisis, serta sub analisis. Fokus dalam penelitian ini ialah adegan mukbang pada pada video-video Yuka Kinoshita dalam situs YouTube.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah menggunakan data primer dan sekunder. Berdasarkan Sugiyono (2012:137), kualitas instrumen penelitian serta kualitas pengumpulan data menjadi dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian. Peneliti mengumpulkan data dapat dilakukan dalam berbagai cara, setting maupun sumber. Dalam penelitian ini, data primer yang peneliti dapat peroleh secara langsung ialah video yang dipilih peneliti untuk diteliti preffered reading-nya yakni video berjudul "Kinoshita Yuka [OoGui Eater] Dangerously HOT Korean Instant Noodles" dan "[MUKBANG]【Indo mie】6 Packets of Fried Indonesian Noodles 3008kcal| Yuka [Oogui]". Selain itu, wawancara yang dilakukan secara tatap muka maupun online dengan penonton dari tayangan Mukbang yang dilakukan Yuka Kinoshita di YouTube.

Peneliti perlu melengkapi data primer yang telah ada. Data tambahan yang digunakan untuk menyempurnakan penelitian ini diperoleh dari pengumpulan data-data yang relevan dengan topik penelitian. Beberapa diantaranya ialah buku, karya ilmiah, jurnal, serta artikel yang tersebar di media online.

3.6 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2010: 245) menyatakan, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan dimulai sebelum memasuki lapangan, saat berada di lapangan, hingga setelah selesai di lapangan meski nyatanya Nasution menyatakan bahwa analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

1. Melakukan preffered reading pada tayangan video yang dipilih peneliti
2. Peneliti mengumpulkan data, mengupayakan validitas serta reliabilitasnya
3. Mengkategorikan tema-tema tertentu
4. Melakukan wawancara langsung terhadap informan sesuai dengan kriteria
5. Menganalisis menggunakan analisis resepsi sesuai teori encoding-decoding yang diungkapkan oleh Stuart Hall. Dimana posisi encoder serta decoder dikatakan sebagai pembuat pesan serta penerima pesan. Hall dalam Rahmana (2011) menjabarkan terdapat tiga posisi penonton, yakni:
    a. *Dominant-hegemonic position*: Makna yang mengandung arti dari program tayangan secara penuh diterima secara langsung tanpa penolakan maupun ketidaksetujuan
    b. *Negotiated position*: Hampir semua apa yang didefinisikan serta ditandakan dalam sebuah program dipahami oleh mayoritas penonton. Penonton dapat menolak hal-hal yang dikemukakan, dilain pihak menerima bagian lain.
    c. Oppositional position: Kode ataupun pesan yang lebih disukai dibaca penonton dan membentuknya kembali dengan kode alternatif. Definisi lainnya ialah memiliki pandangan yang berbeda, serta langsung menolak karena memiliki pandangan yang berbeda.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengujian keabsahan data atas penelitian yang dilakukan perlu dilakukan menggunakan uji kredibilitas. Penerapan kriteria derajat kredibiltas berfungsi untuk melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kredibilitas penempuannya dapat tercapai. Selain itu, untuk menunjukan derajat kredibilitas dari hasil-hasil penemuan menggunakan jalan pembuktian oleh peneliti yang nyatanya ganda pada saat diteliti (Moleong, 2011: 342).

Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan cara triangulasi dan kecukupan referensial. Berdasarkan Wiliam (1986) dalam Ramadhani (2018), Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber menggunakan berbagai cara dan dalam berbagai waktu. Selain itu Moleong (2006, 330-331) menyatakan membagi teknik pemeriksaan keabsahan data menjadi triangulasi sumber, metode/teknik, serta triangulasi teori. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian ini. Peneliti membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang. Data yang didapat dari beragam sumber tidak bisa disama ratakan

namun dapat dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama dan berbeda, hingga mana spesifik dari berbagai sumber data (Sugiyono, 2008:274).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menganalisis pemahaman penonton terhadap tayangan Mukbang yang berada dalam video Mukbang dari Yuka Kinoshita di YouTube. Fokus dalam penelitian ini ialah bagaimana penerimaan audiens terhadap video-video Mukbang yang diproduksi oleh Yuka Kinoshita dan menampilkan makanan-makanan yang dimakannya. Adapun total keseluruhan dari video Yuka Kinoshita ialah 1572 video (terhitung sejak 14 Januari 2019), namun peneliti hanya akan meneliti berdasarkan video yang paling banyak (terhitung sejak 14 Januari 2019) yakni berjudul "Kinoshita Yuka [OoGui Eater] Dangerously HOT Korean Instant Noodles" dan [MUKBANG]【Indo mie】6 Packets of Fried Indonesian Noodles 3008kcal| Yuka [Oogui].

Tabel 4.1 Tabel Video Mukbang Yuka Kinoshita

Judul Video	***Thumbnail***
Kinoshita Yuka [OoGui Eater] Dangerously HOT Korean Instant Noodles	
[MUKBANG]【Indo mie】6 Packets of Fried Indonesian Noodles 3008kcal| Yuka [Oogui]	

(Sumber: Olahan Peneliti 2019)

Alasan peneliti hanya memilih dua video Yuka Kinoshita karena video-videonya diunggah hampir setiap hari dan tidak semua informan menonton serta mengingat keseluruhan dari video-video milik Yuka Kinoshita.

Unit analisis akan diidentifikasi serta diklasifikasi menggunakan analisis resepsi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menganalisis preffered reading dari teks yang akan diteliti dengan melakukan analisis semiotik Roland Barthes terhadap teks
2. Data dianalisis dan diinterpretasi dari hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam sebelumnya. Tidak ada pembedaan yang khusus diantara analisis serta interpretasi audiens mengenai pengalaman media mereka dalam penelitian resepsi ini. Kemudian, data hasil dari wawancara dibuat menjadi transkrip yang kemudian dikategorisasikan berdasarkan tema-tema yang muncul pada pemaknaan yang dilakukan subjek penelitian.
3. Berdasarkan tema-tema yang muncul, kemudian dianalisis dengan mempertimbangkan proses pemaknaan, karakteristik dari individu, cara pemaknaannya, sekaligus konteks sosial serta kultural yang melingkupi proses pemaknaan. Di bagian ini, analisis tidak hanya dari wawancara, namun studi diakronik menggunakan prinsip intertekstual dari analisis wacana, dimana wacana dari audiens diinterpretasi dengan mempertimbangkan konteks dalam hal wacana teks maupun konteks sosial serta kondisi psikologis audiens.
4. Dari tema-tema yang muncul, kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kelompok pemaknaan yakni; dominant position, negotiated position, dan oppositional position..

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.

Pada sub-bab ini, peneliti akan membahas terkait dari hasil wawancara yang dilakukan kepada enam informan. Dimana wawancara dilakukan secara langsung serta menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pemilihan dua informan dipilih berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sebelumnya, yakni: (1) berusia rentang 18 hingga 25 tahun, (2) Familiar dengan istilah Mukbang, dan (3) Pernah menonton video Mukbang terutama pada kanal YouTube "Yuka Kinoshita". Selain itu, pemilihan informan juga ditentukan berdasarkan latar belakang yang berbeda dari masing-masing informan. Informan akan dikelompokkan oleh peneliti dari hasil analisis data wawancara dan dikategorikan berdasarkan tiga posisi pemaknaan milik Stuart Hall.

4.2 Pengelompokkan Informan berdasarkan Tiga Posisi Pemaknaan Stuart Hall (*dominant position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*)

Dengan didasari pemikiran Stuart Hall, peneliti ingin mengetahui posisi audiens dalam penerimaan (reception) Stuart Hall terhadap video Mukbang. Dalam melakukan analisis resepsi, hal-hal yang akan dilakukan ialah melakukan preferred reading akan hasil analisis penonton berdasarkan transkrip wawancara yang sudah dilakukan peneliti yang kemudian penonton dikategorikan ke dalam tiga posisi penonton yaitu dominant position, negotiated position, dan. *oppositional position*. Terdapat dua video Mukbang dari Yuka Kinoshita yang ditentukan berdasarkan peneliti untuk dijadikan sebagai bagian dari unit analisis penelitian ini. Hasil analisis data disesuaikan dengan tiga posisi pembacaan Stuart Hall setelah dilakukan wawancara dengan keenam informan. Berikut ialah hasil dari analisis yang sudah dilakukan peneliti.

Tabel 4.2 Pengkategorian Informan berdasarkan Tiga Posisi Penonton

No	Adegan Mukbang dalam Potongan *Scene-Scene* video Yuka Kinoshita		Informan	*Dominant Position*	*Negotiated Position*	*Oppositional Position*
1	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 1	*Preffered Reading*: Pakaiannya Menunjukkan ia sedang Santai	Nabila Isnandini	**Tidak**	**Ya**	**Tidak**
		Preffered Reading: Bantal YouTube Menunjukkan bahwa videonya menggunakan platform YouTube		**Tidak**	**Ya**	**Tidak**
		Preffered Reading: Menunjukkan bahwa Yuka merasa "*Kepedesan*"		**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
		Preffered Reading: Bantal Kumamon Menunjukkan		**Tidak**	**Tidak**	**Ya**

		bahwa ia Orang Jepang				
	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan bahwa Yuka merasa "*Kepedesan"*			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 3 *Preffered Reading*: Sedang berusaha menghabiskan			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 1 *Preffered Reading*: Menambahkan Keju/Telur untuk menetralisir pedas			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka senang dengan makanan yang dimakannya			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 3 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka mampu menghabiskan makanan yang dimakannya			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 1	*Preffered Reading*: Pakaiannya Menunjukkan ia sedang Santai		**Tidak**	**Ya**	**Tidak**
		Preffered Reading: Menunjukkan Yuka senang dengan makanan yang dimakannya		**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka suka dengan wangi Indomie			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**

	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 3 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka suka dengan produk Indomie			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
2	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 1	*Preffered Reading*: Pakaiannya Menunjukkan ia sedang Santai	Nisa Aulia	**Tidak**	**Tidak**	**Ya**
		Preffered Reading: Bantal YouTube Menunjukkan bahwa videonya menggunakan platform YouTube		**Tidak**	**Ya**	**Tidak**
		Preffered Reading: Menunjukkan bahwa Yuka merasa "*Kepedesan"*		**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
		Preffered Reading: Bantal Kumamon Menunjukkan bahwa ia Orang Jepang		**Tidak**	**Tidak**	**Ya**
	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan bahwa Yuka merasa "*Kepedesan"*			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 1* Potongan 3 *Preffered Reading*: Sedang berusaha menghabiskan			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 1			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**

	Preffered Reading: Menambahkan Keju/Telur untuk menetralisir pedas					
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka senang dengan makanan yang dimakannya			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Samyang *Scene 2* Potongan 3 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka mampu menghabiskan makanan yang dimakannya			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 1	*Preffered Reading*: Pakaiannya Menunjukkan ia sedang Santai		**Tidak**	**Tidak**	**Ya**
		Preffered Reading: Menunjukkan Yuka senang dengan makanan yang dimakannya		**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 2 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka suka dengan wangi Indomie			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**
	Makanan: Indomie *Scene 1* Potongan 3 *Preffered Reading*: Menunjukkan Yuka suka dengan produk Indomie			**Ya**	**Tidak**	**Tidak**

(Sumber: Olahan Peneliti 2019)

4.3 Pembahasan

Dalam sub-bab ini, peneliti akan menjabarkan hasil wawancara dengan informan secara mendalam yang sudah peneliti lakukan. Berikut ialah penjabaran dari bagaimana enam informan memahami video-video Yuka Kinoshita yang mereka ketahui:

1. Informan 1 Nabila Isnandini, Mahasiswi, Universitas Indonesia, Jakarta

   Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Informan 1 yakni Nabila Isnandini atau Andin dapat disimpulkan bahwa ia mayoritas berada pada posisi dominan dengan beberapanya terdapat pendapat yang berada dalam posisi negosiasi maupun oposisi. Dari video "Samyang", pada preffered reading pertama bahwa ia menyebutkan Yuka terlihat santai namun pakaiannya tetap appropriate sebagai YouTuber yang tampil dalam video. Karena hal ini, informan berada di posisi Negotiated Position. Informan sebagai audiens

ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap tidak seluruh pesan namun memiliki alternatif lain dalam kode yang dimilikinya.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia menyebutkan bantal YouTube pada videonya menunjukkan bahwa ia videonya berasal dari platform YouTube dan juga menunjukkan bahwa ia merupakan YouTuber terkenal. Karena hal ini, informan berada di posisi Negotiated Position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap tidak seluruh pesan namun memiliki alternatif lain dalam kode yang dimilikinya.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka merasakan pedas dari makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia tidak setuju dengan Bantal Kumamon menunjukkan bahwa ia orang Jepang dan ia melihatnya sebagai bentuk Yuka dalam menunjukkan citra Child-Friendly. Karena hal ini, informan berada di posisi Oppositional Position. Informan berada pada Oppositional Position karena saat informan menangkap suatu informasi dari media, penonton merubah pesan yang ditangkap dan diganti sesuai dengan keinginan audiens itu sendiri.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka merasakan pedas dari makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang tengah berusaha menghabiskan makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka menambahkan keju untuk menetralisir rasa pedas makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa mampu menghabiskan makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia menyebutkan Yuka terlihat santai namun pakaiannya tetap appropriate sebagai YouTuber yang tampil dalam video. Karena hal ini, informan berada di posisi Negotiated Position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap tidak seluruh pesan namun memiliki alternatif lain dalam kode yang dimilikinya.

Dilanjutkan, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan wangi makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

. Terakhir, untuk preffered reading berikutnya ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya yakni Indomie. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

2. Informan 2 Nisa Aulia, Mahasiswi, Telkom University, Cilegon

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Informan 2 yakni Nisa dapat disimpulkan bahwa ia mayoritas berada pada posisi dominan dengan beberapanya terdapat pendapatnya yang berada dalam posisi

negosiasi maupun oposisi. Dari video “Samyang”, pada preffered reading pertama bahwa ia menyebutkan Yuka terlihat tidak santai dengan mengenakan kemeja di dalam ruangan. Karena hal ini, informan berada di posisi Oppositional Position. Informan berada pada Oppositional Position karena saat informan menangkap suatu informasi dari media, penonton merubah pesan yang ditangkap dan diganti sesuai dengan keinginan audiens itu sendiri.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia menyebutkan bantal YouTube pada videonya menunjukkan bahwa ia videonya berasal dari platform YouTube dan juga menunjukkan bahwa ia merupakan YouTuber. Karena hal ini, informan berada di posisi Negotiated Position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap tidak seluruh pesan namun memiliki alternatif lain dalam kode yang dimilikinya.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka merasakan pedas dari makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia tidak setuju dengan Bantal Kumamon menunjukkan bahwa ia orang Jepang dan karena ia tidak tahu. Karena hal ini, informan berada di posisi Oppositional Position. Informan berada pada Oppositional Position karena saat informan menangkap suatu informasi dari media, penonton merubah pesan yang ditangkap dan diganti sesuai dengan keinginan audiens itu sendiri.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka merasakan pedas dari makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang tengah berusaha menghabiskan makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa Yuka menambahkan keju untuk menetralisir rasa pedas makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Dilanjutkan dengan preffered reading berikutnya ia setuju bahwa mampu menghabiskan makanan tersebut. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia menyebutkan Yuka terlihat tidak santai dengan mengenakan gelang yang banyak di dalam ruangan. Karena hal ini, informan berada di posisi Oppositional Position. Informan berada pada Oppositional Position karena saat informan menangkap suatu informasi dari media, penonton merubah pesan yang ditangkap dan diganti sesuai dengan keinginan audiens itu sendiri.

Dilanjutkan, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

Kemudian, preffered reading berikutnya bahwa ia setuju dengan Yuka yang senang dengan wangi makanan yang disantapnya. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

. Terakhir, untuk preffered reading berikutnya ia setuju dengan Yuka yang senang dengan makanan yang disantapnya yakni Indomie. Karena hal ini, informan berada di posisi Dominant position. Informan sebagai audiens ketika menerima pesan yang berupa kode dari media, serta menangkap penuh seluruh pesan karena sesuai dengan kode-kode yang dimiliki oleh khalayak juga.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menjabarkan bahwa pesan Mukbang dalam video Mukbang Yuka Kinoshita yang telah dianalisis dan dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti ialah sebagai berikut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi audiens menurut tiga posisi milik Stuart Hall dalam video Mukbang Yuka Kinoshita, untuk mengetahui apakah mereka menerima makna dalam video Mukbang yang disampaikan atau tidak. Berikut ialah simpulan dari informan-informan yang telah menjawab yakn,i Informan berada dalam dominant position, Keadaan dimana informan paham akan makna-makna yang disampaikan dalam video Mukbang Yuka Kinoshita dan tidak menolak terhadap apa yang disampaikan dalam video.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Aness. (2009). Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Durham, Meenakshi Gigi & Douglas M. Kelner. (2006). Media & Cultural Studies Key Works. United Kingdom: Blackwell Publishers.

During, Simon. (1993). The Cultural Studies Reader. (Diakses 1 Oktober 2018 dari: https://faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/SH-Encoding-Decoding.pdf)

Hall, Stuart. (1980). Encoding/Decoding. In D.H Stuart Hall (Ed.), Culture, Media, Language. New York : Routledge,128-138.

Ibrahim. (2015). Metode Penelitian Kualitatif, Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif. Bandung : Penerbit Alfabeta

Ida, Rachmah. (2014). Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya. (Edisi Pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

McQuail, Dennis. (1997). Audience Analysis. London: SAGE Publications Ltd.

McQuail, Dennis. (2010). Mass Communication Theory 6th Edition. London: SAGE Publications Ltd.

Moleong, J. Alex. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. (2014). Teori dan Riset Media Siber (CYBERMEDIA). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP

Nasrullah, Rulli. (2015). MEDIA SOSIAL, PERSPEKTIF KOMUNIKASI, BUDAYA, DAN SOSIOTEKNOLOGI. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Rahmana, Saleh (2011). Budaya, Media, Bahasa: Teks Utama Rancangan Cultural Studies. Yogyakarta: Jalasutra.

Rakhmat, Jalaluddin. (1994). Psikologi Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Satori, Djam'an & Komariah, Aan. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sekaran, Uma. (2006). Research Methods for Business. Jakarta: Salemba Empat.

Sobur, Alex. (2016) Semiotika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Storey, John. (2001). Cultural Theory and Popular Culture. London: Pearson/Prentice Hall.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Internet

Commentary. (2016). Why some Koreans Make $10,000 a month to eat on camera. (Diakses 12 September 2018 dari: https://qz.com/592710/why-some-koreans-make-10000-a-month-to-eat-on-camera/)

Kemp, Simon (2018). DIGITAL IN 2018: WORLD'S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK. (Diakses 25 September 2018 dari: https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018)

Nurmala, Noviyanti. (2018). Menyingkap Sejarah dan Rahasia Sukses Korean Wave. (Diakses 12 September 2018 dari: https://kumparan.com/noviyanti-nurmala1519197736585/menyingkap-sejarah-dan-rahasia-sukses-korean-wave)

Ramadhan, Bagus. (2018). Inilah Perkembangan Digital Indonesia Tahun 2018. (Diakses 12 Oktober 2018 dari: https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018)

Younhee, Sim. (2016). Behind the Korean Wave. (Diakses 13 Oktober 2018 dari: https://www.globeasia.com/columnists/behind-the-korean-wave/)

_____. (____). 12 Best Types of YouTube Content to Succeed at Growing a YouTube Channel. (Diakses 25 September 2018 dari: https://influencermarketinghub.com/12-best-types-of-youtube-content/)