

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

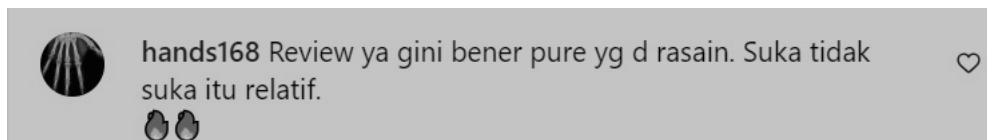
William Anderson adalah pemilik akun Instagram @codebluuuu menciptakan citra sebagai *Food Vlogger* yang konten didalamnya adalah mereview kuliner mulai dari warung hingga restoran bintang 5. Akun @codebluuuu memiliki 307.000 pengikut dan 591 postingan dan beragam like serta komentar dari setiap postingannya pada April 2025.



Gambar 1. 1. Profile dan Bio Instagram @codebluuuu
Sumber: <https://www.instagram.com/codebluuuu/> 2025

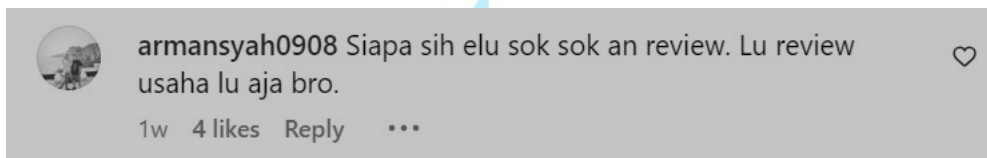
Gaya komunikasi codeblu saat mereview kuliner memang terbilang sangat arogan terlihat pada bio yang ada di cantumkan “*REVIEW JUJUR*” Bukan Roasting Tolong Bedain. Dari kalimat tersebut tergambar bahwa setiap video review kuliner yang di unggah direels instagram benar-benar jujur dan tidak bertujuan untuk mengejek. Dalam mereview kuliner baik itu direstoran mewah ataupun warung rumahan, Gaya komunikasinya yang kritis dan terkesan arogan mempengaruhi citra kuliner dan citra dari restoran yang direview, gaya komunikasi kritis yang ditunjukkan mengarah pada : penilaian detail pada cita rasa makanan, penyajian, kebersihan, pelayanan dan harga. Penggunaan bahasa yang lugas dan ekspresif dalam menyampaikan

kekurangan. Berperan sebagai konsumen yang tidak berpura-pura menyenangkan semua pihak. sehingga menimbulkan beragam respon pro dan kontra dari audiens.



Gambar 1. 2. Komentar Pro

Sumber: <https://www.instagram.com/p/C6ay9ahvdaA/> 2024

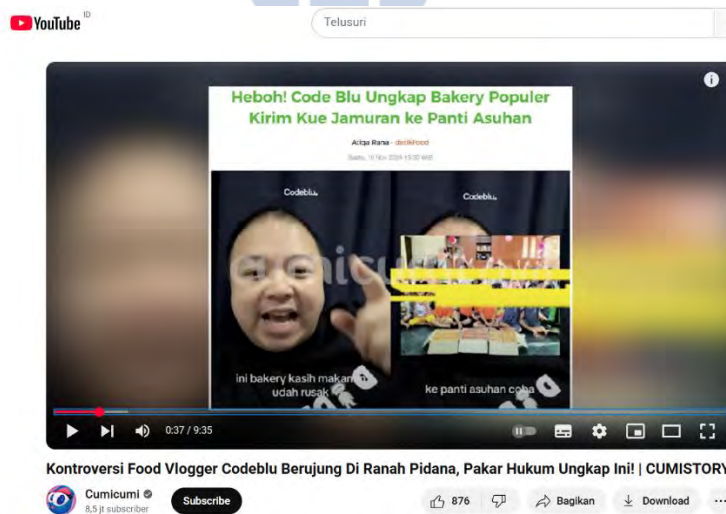


Gambar 1. 3. Komentar Kontra

Sumber: <https://www.instagram.com/p/C6ay9ahvdaA/> 2024

Saat kita masuk kedalam akun profil Instagram @Codebluuuu, disana banyak ditemukan berbagai macam komentar positif dan negatif dari audiens di setiap postingan video reels saat codeblu mereview kuliner dengan jujur. *Viewers* konten video reels di media sosial kebanyakan akan diperlihatkan dan melihat apa yang sering dilihatnya, diinginkannya, menarik dan menyenangkan. *Followers* maupun *viewers* akun Instagram ini beraneka ragam latar belakang mulai dari usia, jenis kelamin, tempat tinggal dan lainnya, tentunya *viewers* @codebluuuu memiliki penerimaan yang berbeda-beda terhadap penyampaian pesan dari akun @codebluuuu. Berdasarkan hasil observasi awal, dapat dilihat bahwa hampir setiap konten reels Codeblu menimbulkan diskusi aktif di kolom komentar baik berupa pujian atas keberaniannya maupun kritik atas cara penyampaiannya. Hal ini menunjukkan bahwa kontennya tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi

juga mengundang respons emosional dan intelektual dari penonton. Pada tahun 2023 codeblu memiliki kontroversi terkait video *review* warung oseng madun yang berujung membuatnya bermasalah dengan pemilik warung oseng madun dan para konten *food vlogger* lainnya. Tidak hanya sampai disitu ditahun 2024 codeblu kembali membuat kontroversi dengan toko roti karena *review*nya yang sangat menjatuhkan, dimana akhirnya pemilik toko roti tersebut menempuh jalur hukum dan melaporkan perbuatan codeblu. Laporan tersebut dibuat oleh pemilik toko roti berinisial ASS pada 31 Desember 2024. kasus ini bermula dari unggahan Codeblu yang mengulas adanya kue berjamur di sebuah toko roti. Merasa dirugikan oleh pemberitaan yang dianggap tidak sesuai fakta pihak toko roti melaporkan Codeblu ke pihak berwajib. Setelah video tersebut menjadi viral Codeblu diduga menawarkan kerja sama pembuatan konten dengan biaya Rp 350 juta. Pihak toko menilai tindakan tersebut sebagai bentuk pemerasan.



Gambar 1.4. Kontroversi codeblu

Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=LWNVq23lRSk> 2025

Dalam penerimaan pesan dari sebuah konten menghasilkan sebuah pendapat yang di dalam teori analisis resepsi merupakan pendukung terhadap kajian khalayak. Dimana pendapat yang dihasilkan tidak hanya berposisi sebagai khalayak pasif yang hanya menerima isi dari sebuah pesan melainkan dapat berposisi sebagai khalayak aktif yang dapat memaknai isi dari setiap elemen pesan yang disampaikan. Khalayak aktif menyatakan bahwa khalayak memiliki keputusan aktif tentang bagaimana menggunakan media.

Dalam resepsi audiens, terdapat proses pemberian dan penerimaan pesan yang disebut dengan proses *Encoding* dan *Decoding*. Menurut Bankovic dalam (Afifah, 2019) *Encoding* atau pengkodean yaitu proses komunikasi menata pesan yang akan diberikan dengan kode yang paling baik sebelum diberikan ke *receiver* atau penerima. *Decoding* adalah bagaimana *receiver* atau penerima dapat mengerti isi dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Proses ini adalah tahapan dari penerima untuk merekonstruksi dan juga memakai simbol yang diberikan oleh pengirim pesan sebagai suatu kesatuan. Khalayak atau penerima pesan akan menilai pesan yang disampaikan dengan beragam makna sesuai dengan latar belakang dan pengalaman yang dimiliki.

Disini media yang digunakan sangat berperan banyak terhadap audiens karena dengan audiens kita bisa mendapatkan sebuah informasi mengenai dinamika yang terjadi antara konsumen dan restoran. Dan untuk mendapatkan pesan khalayak peneliti menggunakan cara wawancara terhadap responden untuk mengetahui pandangan khalayak pada gaya komunikasi *codeblu* dalam mencitrakan kuliner. Jadi dengan wawancara itulah kita tahu hasil penerimaan pesan penonton dari sebuah isi teks media tersebut. (Adi, 2012)

Instagram adalah *Platform* media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara publik atau pribadi. Diluncurkan pada tahun 2010, Instagram telah menjadi salah satu *Platform* media sosial paling populer di dunia, dengan miliaran pengguna aktif bulanan. Pengguna dapat

mengunggah foto dan video, menambahkan filter, menulis caption, dan berinteraksi dengan konten dari pengguna lain melalui like, komentar, dan pesan langsung. Instagram juga memiliki fitur-fitur seperti Instagram Stories, IGTV, Reels, dan Shopping, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dengan berbagai cara kreatif.

Instagram sebagai media sosial berperan penting dalam membentuk pencitraan ini melalui interaktivitasnya yang tinggi. Fitur-fitur seperti likes, komentar, dan Reels memungkinkan pengikut @codebluuuu untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi mengenai konten yang diunggah. Melalui komentar, audiens dapat memberikan *feedback* langsung, baik itu mendukung maupun mengkritik *review* yang diberikan. *Likes* dan *views* juga menjadi indikator popularitas dan penerimaan konten di kalangan pengikut. Fitur Reels memungkinkan codeblu untuk menyajikan konten video pendek yang menarik dan informatif, yang dapat dengan cepat dibagikan dan dilihat oleh ribuan pengguna. Peneliti memilih Instagram sebagai objek penelitian karena Platform ini memiliki fitur interaktif yang kuat, seperti komentar, likes, dan Reels yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi langsung dalam menanggapi konten. Instagram juga merupakan media visual yang sangat mendukung penyajian konten kuliner secara menarik dan cepat viral.

Interaktivitas ini menciptakan lingkungan di mana pesan yang disampaikan oleh codeblu dapat diterima dan diinterpretasikan secara berbeda oleh audiens yang beragam. Berdasarkan teori analisis resepsi Stuart Hall, persepsi khalayak terhadap konten yang disampaikan oleh codeblu dapat bervariasi, dari menerima sepenuhnya (posisi dominan-hegemoni), bernegosiasi (posisi negosiasi), hingga menolak (posisi oposisi), tergantung pada latar belakang dan pengalaman masing-masing penonton (Morissan, 2015). Interaksi langsung ini memungkinkan audiens untuk menjadi khalayak

aktif yang tidak hanya menerima pesan tetapi juga memaknainya sesuai dengan perspektif pribadi mereka (Afifah, 2019).

Pemilihan Codeblu dibanding influencer kuliner lainnya bukan tanpa alasan. Dibanding food vlogger lain yang umumnya menampilkan gaya yang lebih halus, estetik, dan diplomatis, Codeblu hadir dengan pendekatan kontras yang justru menjadi pembeda. Ia memosisikan diri sebagai “suara kejujuran” di tengah maraknya ulasan berbayar yang kerap dianggap tidak objektif. Hal ini menjadikan Codeblu sebagai figur yang menarik untuk diteliti, terutama dalam hal bagaimana gaya komunikasi kritisnya membentuk citra kuliner dan persepsi audiens.

Menurut laporan *We Are Social*, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (Katadata.id, 2014).

Menurut hasil survei Microsoft berjudul Digital Civility Indeks keadaban digital tahun 2020 yang dirilis Februari 2021. Indonesia menempati urutan 29 dari 32 negara yang disurvei, atau yang terburuk pengguna sosial media dan paling banyak digunakan untuk menyebarkan Hoaks 47%, 27% ujaran kebencian dan 13% diskriminasi. Sehingga penulis tertarik meneliti bagaimana pemaknaan penonton pada gaya komunikasi codeblu dalam mencitrakan kuliner.

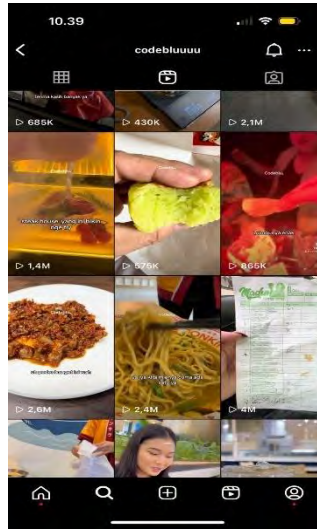


Gambar 1. 4. Survei Microsoft

Sumber: <https://news.microsoft.com/id-id/2021/02/11/studi-terbaru-dari-microsoft-menunjukkan-peningkatan-digital-civility-keadaban-digital-di-seluruh-kawasan-asia-pacific-selama-masa-pandemi/>

Terkait dengan Citra, Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Kesan itu sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Seseorang yang memandang sebuah citra mempunyai kesan yang berbeda-beda dan tidak sama. Karena yang ada pada benak seseorang citra bisa membuat organisasi itu menjadi dipandang seseorang baik buruknya sebuah organisasi. Setiap organisasi mempunyai pencitraan sendiri-sendiri tergantung apa yang ada dan yang diberikan terhadap publik. Pembentukan citra membutuhkan waktu yang lama dalam sebuah organisasi (Soemirat, 2004).

Peneliti telah melakukan observasi terhadap konten *review* di Instagram @codebluuuu, konten yang diposting dalam akun Instagram berupa video yang dikemas sedemikian rupa. Postingan video yang dikemas dengan konsep video informatif yang mengarah pada penilaian dari harga hingga rasa masakan. Berbagai konten *review* menghasilkan penonton, like dan komentar yang berbeda-beda.



Gambar 1. 5. Postingan Reels di Instagram @codebluuuu
 Sumber: <https://www.instagram.com/codebluuuu/>, 2024

Perbedaan pemaknaan khalayak terhadap suatu pesan pada media dikaji melalui analisis resepsi milik dari Stuart Hall. Dalam teori analisis resepsi menyebutkan bahwa makna dari content media tergantung pada persepsi khalayak (Morissan, 2015). Hall melakukan *Decoding* terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi yaitu posisi hegemoni dominasi, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Analisis ini mengkaji makna isi media terhadap persepsi khalayak mengenai bagaimana proses khalayak mempersepsi, penggunaan media oleh khalayak dan peranan persepsi khalayak terhadap media.

Penelitian ini memilih penonton sebagai subjek penelitian karena mereka memegang peran penting dalam proses komunikasi media, khususnya dalam konteks analisis resepsi. Penonton adalah pihak yang menerima, menafsirkan, dan memberikan respons terhadap pesan yang disampaikan oleh Codeblu dalam konten *review* kuliner. Mereka bukan hanya konsumen pasif, tetapi juga aktor aktif yang memaknai pesan sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan kerangka pengetahuan mereka. Dengan mengacu pada teori

Stuart Hall tentang *Encoding/Decoding*, penelitian ini ingin menggali bagaimana penonton menafsirkan gaya komunikasi kritis dan arogan Codeblu yang digunakan dalam setiap *review* kuliner. Penonton memiliki latar belakang yang beragam, seperti profesi, usia, pendidikan, hingga nilai budaya, yang memengaruhi cara mereka memaknai pesan. Lebih dari itu, penonton juga memiliki potensi untuk memengaruhi citra restoran atau usaha kuliner yang diulas, sehingga persepsi mereka sangat relevan untuk dikaji. Di era media sosial yang partisipatif, penonton bukan hanya objek pasif tetapi juga subjek aktif yang dapat memberikan komentar, berbagi konten, dan bahkan memproduksi konten balasan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penonton untuk memahami bagaimana konten *review* Codeblu diterima, diinterpretasikan, dan berdampak terhadap citra restoran serta praktik usaha kuliner.

1.2 Fokus Penelitian

Fenomena yang menarik untuk diteliti dalam konteks akun Instagram @codebluuuu adalah bagaimana gaya komunikasi yang arogan dan kritis dalam *review* kuliner mempengaruhi persepsi dan reaksi audiens. Akun ini menarik perhatian karena meskipun menggunakan gaya yang tegas dan terkadang kontroversial, ia berhasil mengumpulkan banyak pengikut dan interaksi di setiap postingannya. Hal ini menunjukkan adanya dinamika kompleks antara penyampaian pesan oleh konten kreator dan penerimaan pesan oleh khalayak.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka fokus penelitian yang menjadi pokok pembahasan penelitian adalah :

1. Bagaimana Interpretasi penonton pada gaya komunikasi kritis dan arogan @codebluuuu dalam konten *review* kuliner di Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan penonton pada gaya komunikasi kritis dan arogan @codebluuuu dalam konten *review* kuliner di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk:

1. Referensi dalam studi keilmuan komunikasi dan landasan penelitian sejenis.
2. Menjadi referensi untuk penelitian yang berfokus pada :
 - a. Komunikasi Digital Public Relation, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan mengembangkan strategi komunikasi digital dalam bidang Public Relations.
 - b. Kontruksi Pesan, penelitian ini dapat membantu memahami bagaimana pesan tertentu dapat mempengaruhi audiens.
 - c. Public Relation di Media Digital, penelitian ini membantu memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku digital audiens.
 - d. Gaya Komunikasi, penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang gaya komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan.
 - e. Resepsi, penelitian ini membantu mengetahui bagaimana audiens mempersepsikan pesan dapat membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif.
 - f. *Encoding Decoding*, penelitian ini membantu memahami terkait pesan yang disampaikan dan diterima melalui saluran media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan solusi dalam bentuk saran perihal pemaknaan penonton.

