

Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Kasus Nyak Kopsah Vs. Food Vlogger

Valya Allyssa Ghaniva¹, Aidiana Yulia Khaerani², Ahmad Feriyanto³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

valya.23301@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This research discusses a place to eat located on the side of the road, named Nyak Kopsah. Type of qualitative research, reception research method which aims to understand how audiences interpret messages from mass media, and the constructivism paradigm. The owner of this restaurant, often known as Nyak Kopsah, has become a hot topic of conversation on social media. Due to Nyak Kopsah's response to not accepting criticism of his restaurant by food vloggers and customers debated by the public, he responded in a high tone. The purpose of this article is to analyze the community's perspective on the case. This research explores issues such as disproportionate prices, inaccessible locations, negative service, and owners' responses to criticism. This research also discusses the impact of social media on business, the importance of service quality in the culinary industry, and perception theory by Stuart Hall. The research results show how the sources responded to the Nyak Kopsah case; 1. Public opinion about the quality and service at the Nyak Kopsah eating place; 2. Audience opinion about Nyak Kopsah's response to the critical video. The results of this research are that each interviewee has various perceptions of the quality of service and facilities at Nyak Kopsah, the roadside food seller. They all agreed that the price of food was too expensive compared to the quality of service and facilities provided. They also criticized the unhygienic way of packaging food in plastic bags.

Keywords: Nyak Kopsah; Food Vlogger; Food Review; Restaurant; Reception; People's Opinion

Abstrak

Penelitian ini membahas tempat makan yang terletak di pinggir jalan, bernama Nyak Kopsah. Jenis penelitian kualitatif, metode penelitian resepsi yang bertujuan untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan dari media massa, dan paradigma konstruktivisme. Pemilik dari tempat makan yang kerap dikenal dengan nama Nyak Kopsah ini menjadi perbincangan hangat di media sosial. Dikarenakan tanggapan Nyak Kopsah yang tidak menerima kritikan terhadap tempat makannya oleh food vlogger dan pelanggan yang didebatkan oleh khalayak, ia memberi tanggapan dengan nada yang tinggi. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis perspektif masyarakat terhadap kasus tersebut. Penelitian ini mengeksplorasi isu-isu seperti harga yang tidak proporsional, lokasi yang sulit dijangkau, pelayanan yang negatif, dan tanggapan pemilik terhadap kritik. Penelitian ini juga membahas dampak media sosial terhadap bisnis, pentingnya kualitas pelayanan dalam industri kuliner, dan teori persepsi oleh Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana respon para narasumber terkait kasus Nyak Kopsah. 1. Opini Khalayak Tentang Kualitas dan Pelayanan di Tempat Makan Nyak Kopsah. 2. Opini Khalayak Tentang Respon Nyak Kopsah terhadap video kritik. Hasil dari penelitian ini adalah setiap informan mempunyai berbagai persepsinya terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas di tempat makan Nyak Kopsah, pedagang makanan pinggir jalan tersebut. Sebagian besar dari informan sepakat bahwa harga makanan terlalu mahal dibandingkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Mereka juga mengkritik cara mengemas makanan dengan kantong plastik yang tidak higienis. Berdasarkan hasil penelitian ini, informan cenderung ke arah dominan kepada *food vlogger*.

Kata Kunci: Nyak Kopsah; Food vlogger, Tinjauan Makanan, Restoran; Resepsi; Pendapat Orang-Orang

1. Pendahuluan

Era modern yang dipenuhi dengan beragam kemajuan teknologi dan kemudahan berkomunikasi, fenomena di dunia maya memiliki potensi untuk mempengaruhi citra dan eksistensi suatu bisnis secara signifikan. Salah satu contoh nyata dari fenomena ini adalah kasus yang melibatkan tempat makan Nyak Kopsah di Tangerang, Banten. Dengan lokasi yang terletak di tepi sungai yang memancarkan pesona alam yang memesona, Nyak Kopsah pada awalnya muncul sebagai rahasia kuliner yang tersembunyi dari pandangan umum. Namun, belakangan ini, tempat makan yang tenang ini telah menjadi pusat perhatian di ranah maya, khususnya di berbagai platform media sosial. Sayangnya, perhatian ini tidak selalu bersifat positif, melainkan sebaliknya, menjadi sumber kontroversi dan kritikan yang terus menghampiri Nyak Kopsah.

Meskipun Nyak Kopsah telah bertahan dan beroperasi selama dua dekade penuh, tampaknya pencapaiannya sebagai tempat makan berpengalaman selama 20 tahun belum sepenuhnya mencerminkan standar yang diharapkan oleh banyak orang. Kritik-kritik tajam yang disampaikan oleh para pengkritik, termasuk *food vlogger* terkemuka dan pelanggan setianya, telah menyoroiti beberapa aspek yang sekarang menjadi fokus utama perbincangan:

1. Harga yang tidak proporsional dengan kualitas: Salah satu masalah yang paling mencolok adalah harga menu di Nyak Kopsah. Banyak pihak yang menganggapnya tidak sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan. Terletak di pinggir jalan yang seharusnya menawarkan harga yang lebih terjangkau, harga di Nyak Kopsah dinilai terlalu mahal. “Karena kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima.” [1]
2. Lokasi yang menciptakan tantangan: Keberadaan Nyak Kopsah yang berdekatan dengan sungai, meskipun menawarkan pemandangan alam yang indah, juga menimbulkan dampak negatif. Bau yang tidak sedap dari sungai tersebut menjadi masalah yang sering dihadapi oleh pelanggan, yang pada akhirnya mengganggu pengalaman makan mereka dan menciptakan rasa ketidaknyamanan. Dengan adanya pemilihan lokasi strategis dapat membantu usaha warung makanan yang akan membuka cabang baru. Kelayakan lokasi terkadang hanya dikira-kira atau hanya memikirkan saja tanpa adanya perhitungan. Maka dari itu di butuhkan sistem pendukung pemilihan lokasi untuk tempat makan.” [2]
3. Pelayanan yang mendapat sorotan negatif: Aspek pelayanan di Nyak Kopsah juga menjadi sorotan negatif. Penggunaan kantong kresek merah untuk membungkus makanan yang dibawa pulang oleh pelanggan telah memicu kekhawatiran tentang kebersihan dan standar profesionalisme yang diterapkan oleh tempat ini.
4. Respons terhadap kritik: Upaya Nyak Kopsah untuk merespons kritik yang diberikan oleh masyarakat, khususnya melalui media sosial, juga menjadi subjek perdebatan. Banyak yang merasa bahwa klarifikasi yang diberikan oleh Nyak Kopsah terkesan defensif dan tidak sepenuhnya menerima tanggung jawab atas masalah yang dihadapi.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki lebih dalam isu yang melibatkan Nyak Kopsah dan menganalisis pandangan masyarakat tentang masalah ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan berlandaskan teori persepsi yang diajukan oleh Stuart Hall. Teori ini mengemukakan bahwa khalayak memiliki kemampuan untuk memilih, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap suatu fenomena berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka.

Melalui analisis yang akan dilakukan, artikel ini akan memusatkan perhatian pada tanggapan dan persepsi masyarakat terhadap kontroversi yang melibatkan Nyak Kopsah. Dengan mempertimbangkan beragam pendapat dan komentar yang telah tersebar luas di berbagai platform media sosial, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana masyarakat secara kolektif memahami dan merespons isu ini. Didukung dengan *statement* “saat ini makanan juga bisa dijadikan untuk menunjukkan eksistensi diri. Melalui media sosial, khalayak sering menunjukkan dirinya dengan cara mengunggah makanan yang mereka

konsumsi di media sosial. Ketika makanan sudah menjadi *life style*, secara tidak langsung menjadikan makanan atau aktifitas makan sebagai alat untuk berkomunikasi dalam khalayak. Makanan yang dipublikasikan ke media sosial kemudian menjadi suatu alat berkomunikasi nonverbal.” [3]

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam pemahaman yang lebih baik tentang dinamika yang berkaitan dengan tempat makan Nyak Kopsah, kritik yang diberikan, serta bagaimana masyarakat secara keseluruhan meresponsnya. Selain itu, artikel ini juga akan mencoba mengungkap akar permasalahan yang mungkin muncul dalam kasus ini, dengan harapan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan perspektif yang lebih luas dan mendalam terhadap isu ini, serta memberikan landasan untuk potensi perbaikan yang diperlukan dalam pengelolaan dan pengembangan tempat makan Nyak Kopsah di masa depan. Nyak Kopsah harus meningkatkan kualitas produk dalam mempertimbangkan harga yang sesuai, sehingga dapat bersaing dengan tempat makan lainnya.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian berbasis resepsi kualitatif adalah salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk memahami bagaimana khalayak menafsirkan pesan yang diterima dari media massa atau budaya populer. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi, yang dimaksud adalah pola opini yang berkembang di masyarakat atau khalayak sehing pesan yang ada dari suatu komunikator dan komunikan akan terjadi yang namanya konstruk pesan. [4]

Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis teks untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut. Disebut penelitian kualitatif karena melakukan wawancara terhadap tujuh narasumber dari kalangan masyarakat. Metode penelitian menggunakan analisis resepsi yang menginterpretasikan makna yang bersumber dari pendapat informan yang sudah diwawancarai tentang apa yang dilihat dari video-video yang beredar di media sosial. Tujuh orang yang menjadi khalayak sudah ditanyakan pendapatnya terkait fenomena Nyak Kopsah ini dan mempunyai pendapat yang menarik serta berbeda yang patut diteliti lebih dalam.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama Inisial	Jenis Kelamin	Semester
1.	S. F	Perempuan	1
2.	A. P	Perempuan	1
3.	T. I	Perempuan	1
4.	M. F	Laki-laki	1
5.	S. A	Perempuan	1
6.	A. T	Laki-laki	1
7.	T. G	Perempuan	1

Tahapan-tahapan untuk penelitian ini adalah yang pertama adalah melakukan wawancara dengan audiens untuk memahami bagaimana mereka menafsirkan pesan yang diterima. Selanjutnya melakukan observasi terhadap audiens saat mereka menonton atau membaca media massa atau budaya populer. Yang terakhir yaitu menganalisis teks media massa atau budaya populer yang dikonsumsi oleh audiens. Untuk menginterpretasi data yang telah dianalisis untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan yang diterima. Penulis melakukan laporan penelitian yang mencakup tujuan penelitian, metodologi, hasil penelitian, dan kesimpulan. Dalam melakukan penelitian berbasis resepsi kualitatif, peneliti harus memperhatikan beberapa hal, seperti: Objektivitas yang didasarkan pada data yang akurat dan tidak dipengaruhi oleh pandangan

atau opini pribadi. Validitas bahwa data yang dikumpulkan dan hasil penelitian yang diperoleh benar-benar merefleksikan pandangan audiens terhadap pesan yang diterima. Dan reliabilitas bahwa hasil penelitian dapat diulang dengan cara yang sama oleh peneliti lain dan menghasilkan hasil yang sama. “Selain itu penelitian kualitatif tidak memiliki rumus yang bersifat mutlak untuk mengolah dan menginterpretasikan data, tetapi berupa pedoman untuk mengorganisasikan data, pengkodean, dan analisis data, penghayatan dan pengkayaan teori, serta interpretasi data.” [5]

3. Hasil dan Pembahasan

Menurut penelitian yang sudah dilakukan, tempat makan Nyak Kopsah banyak kejanggalan dan ketidaknyamanan. Harga yang tidak sesuai dengan kualitas dan pelayanan yang didapat oleh konsumen. Memang tempat makannya yang berada di pinggir jalan, namun harganya tidak seperti tempat makan pinggir jalan yang relatif lebih terjangkau. Tempat makan yang banyak sampah dan bau yang tidak sedap dikarenakan lokasi yang berada di samping kali menyebabkan konsumen tidak nyaman ketika menyantap makanan di tempat makan Nyak Kopsah.

Ketika Nyak Kopsah direview oleh beberapa *food vlogger*, ia tidak terima dan cenderung menyalahkan *food vlogger* yang datang ke tempat makannya. Karena Nyak Kopsah menganggap *food vlogger* tersebut menjatuhkan nama baik tempat makan yang didirikannya. Banyak opini dan respon buruk Masyarakat terhadap isu mengenai kualitas tempat makan Nyak Kopsah.

3.1. Opini Khalayak Tentang Kualitas dan Pelayanan di Tempat Makan Nyak Kopsah

Belakangan ini banyak review mengenai tempat makanan di media sosial khusus nya oleh para *food vlogger*. Media sosial merupakan salah satu media yang digunakan untuk strategi pemasaran untuk menarik perhatian banyak masyarakat. Dimana fenomena ini banyak menuai respon khalayak dan memicu pandangan dan tanggapan positif maupun negatif dari berbagai kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh review seorang *food vlogger* yang menjatuhkan usaha tempat makan seorang pengusaha yaitu Nyak Kopsah. Dan ini menuai berbagai komentar dari masyarakat karena dianggap memicu kontroversi. Berbagai komentar dan kritik dilontarkan oleh masyarakat. Persepsi kualitas pelayanan yang baik, akan berdampak pada loyalitas dan pembelian berulang oleh konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan penyampaian yang tepat sebagai upaya untuk menyamakan harapan konsumen. [6]

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dua dari tujuh khalayak yang sudah diwawancarai cenderung kearah opisisi dalam artian pro terhadap Nyak Kopsah dan kontra kepada *food vlogger*, mereka berpendapat bahwa Nyak Kopsah tidak bisa disalahkan karena *food vlogger* yang mereview tempat makannya mempunyai standar yang begitu tinggi sehingga dianggap *food vlogger* tersebut salah tempat untuk berkunjung ke tempat makan Nyak Kopsah, karena itu adalah tempat makan pinggir jalan yang memiliki harga cukup tinggi namun cukup untuk porsi keluarga, seperti S. F yang berpendapat:

“Tidak bisa disalahkan dari dua sudut pandang, karena mungkin food vlogger mempunyai standar yang begitu tinggi, sedangkan Nyak Kopsah itu adalah tempat makan pinggir jalan yang memiliki harga tinggi. Menurut saya, dengan harga yang relatif tinggi itu sudah mencakup porsi keluarga sehingga menurut saya masih reasonable.”

Sehubung dengan itu, informan menyatakan bahwa tidak menjadi masalah bahwa Nyak Kopsah untuk mematok harga yang relatif tinggi karena itu usaha miliknya, maka dari itu ia bebas untuk memberi harga. Nyak Kopsah juga tidak salah karena ia sudah menampilkan harganya sangat jelas, dengan kata lain Nyak Kopsah tidak menipu pelanggan dengan harga yang tinggi. Terkait tempat yang berada di pinggir jalan dan dekat kali, yang menjadi perhatian adalah di konsumen, pasti konsumen sudah melihat dahulu sebelum memutuskan untuk makan di tempat makan Nyak Kopsah dan sudah tahu akan konsekuensinya bahwa akan ada bau yang tidak sedap.

Berbanding terbalik dengan dua informan dia atas, lima dari tujuh informan menganggap Nyak Kopsah mematok harga yang tinggi untuk sebuah tempat makan di pinggir jalan. Dengan kualitas tempat yang berada di pinggir kali disertai sampah di bawah gazebo-gazebo tempat makannya, ini sangat tidak sesuai untuk dipatok dengan harga tinggi. Yang di mana, bisa kita dapatkan kualitas yang lebih baik di tempat makan lain dengan harga yang sama. Mahalnya yang

tidak sebanding untuk harga kaki lima, seharusnya dengan fasilitas dan pelayanan seperti itu konsumen bisa mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang jauh lebih baik, *standart operational procedure* tidak dipenuhi oleh tempat makan Nyak Kopsah, tempatnya yang kotor, pelayanan yang kurang baik sangat tidak bisa diterima oleh siapapun yang makan ditempat makan Nyak Kopsah.

Nyak Kopsah terlalu mematok harga yang mahal apalagi dengan kualitas pelayanan dan tempat yang mungkin kurang mumpuni atau memadai dan terlalu mahal dibandingkan tempat makan orang lain dengan harga yang mungkin di bawah tempat makan Nyak Kopsah tetapi dengan fasilitas dan pelayanan lebih bagus, dan pelayanannya ketika ingin membungkus makanan untuk dibawa pulang kurang higienis karena lebih baik menggunakan kertas minyak daripada langsung menggunakan tas kresek, selain itu bukan salah konsumen dan penjual juga terkait tempat, karena penjual mungkin hanya mampu menyewa di tempat itu, dan konsumen juga sudah tau dengan konsekuensi seperti itu sebelum memutuskan untuk makan do tempat makan Nyak Kopsah.

Terdapat dua pandangan mengenai kualitas dan pelayanan di tempat makan Nyak Kopsah yang menciptakan perdebatan di media sosial. Perbedaan pendapat terjadi karena munculnya berbagai faktor yang bisa kita nilai dan mengambil pendapat terkait kasus Nyak Kopsah yang sedang viral di media sosial ini. pro dan kontra pada pihak Nyak Kopsah dan *food vlogger* menarik khalayak untuk mengikuti kasus Nyak Kopsah ini. Pro dan kontra biasa terjadi untuk mengetahui pendapat yang bertentangan dengan pendapat pribadi, yang menjadikan kita bisa mengetahui sisi pendapat orang lain. [7]

3.2. Opini Khalayak Tentang Respon Nyak Kopsah Terhadap Video Kritik

Setiap bisnis, tidak peduli seberapa baiknya, dapat menghadapi kritik dan kontroversi. Tanggapan terhadap kritik dan kontroversi dapat memiliki dampak besar pada citra dan reputasi bisnis. Penting untuk bisnis untuk mengambil tindakan yang tepat dan bijaksana ketika menghadapi kritik, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Keandalan dalam menangani situasi tersebut dapat mempengaruhi apakah kritik tersebut berubah menjadi kesempatan perbaikan atau kerugian yang lebih besar. [8]

Hasil penelitian ini, dua dari tujuh informan mengatakan bahwa kasus *mereview* makanan di tempat makan Nyak Kopsah menimbulkan banyak sekali kontroversi di khalayak. Dua dari informan ini bersifat opisisi dalam artian pro terhadap Nyak Kopsah dan kontra kepada *food vlogger*. Hasil penelitian yang bersumber dari informan Nyak Kopsah pantas marah sudah *direview* secara jujur, karena dianggap untuk menjatuhkan tempat makan miliknya, apalagi setelah muncul video dimana Nyak Kopsah memberikan tanggapan mengenai *food vlogger* yang mengkritik tempat makan nya. Hal ini pun membuat khalayak di media sosial menanggapi video tersebut dengan berbagai komentar, A. T berpendapat:

“Menurut saya, Nyak Kopsah tidak dikritik, tapi cenderung disumpahi agar usahanya bangkrut oleh siapapun yang mereview tempat makannya, jadi sangat wajar jika Nyak Kopsah marah dan melaporkan kepada pihak yang berwenang atas pencemaran nama baik tempat makan atau usaha miliknya.”

Nyak Kopsah mempunyai hak untuk marah karena mendapat kritik yang tidak mengenakkan bagi keberlangsungan tempat makan miliknya yang sudah berdiri 20 tahun lamanya. Yang membuat khalayak tidak suka cara Nyak Kopsah menganggapi kritik karena mungkin juga, faktor ketika berbicara logat Nyak Kopsah beda dari yang lain dan memakai suara yang tinggi sehingga membuat khalayak menjadi salah persepsi bahwa Nyak Kopsah tidak menerima kritikan.

Perspektif lain yang bersifat dominasi atau pro kepada *food vlogger* dan kontra terhadap, lima dari tujuh informan berpendapat Nyak Kopsah tidak ingin menerima kritikan untuk tempat makan miliknya sendiri, ia cenderung menggunakan alibi untuk mencari pembelaan bahwa ia sudah benar mengelola tempat makannya. Hal ini ditekankan oleh S. A:

“Menurut saya, Nyak Kopsah kurang menerima kritikan, karena yang namanya food vlogger itu pasti harus mereview makanan secara jujur tanpa ditutup-tutupi, dan yang dikritik hanya soal kebersihan bukan perihal rasa masakan di tempat makan Nyak Kopsah. Jika misalkan review jujur seperti itu, seharusnya Nyak Kopsah berterimakasih karena bisa menerima feedback, bukan marah-marah.”

Cara mengkritik yang dilakukan Nyak Kopsah juga masih harus dibenahi karena itu terkesan tidak sopan untuk ditonton oleh khalayak dan dipertontonkan di media sosial. Nyak Kopsah seharusnya berpikir dua kali sebelum berbicara dengan kata-kata yang kurang mengenakan jika ia sudah tahu video klarifikasinya akan dipublikasikan kepada khalayak. Karena teknologi dan media sangat berpengaruh untuk kepercayaan masyarakat terhadap keputusannya ingin berkunjung atau tidak. [9]

Persepsi yang berbeda-beda berbagai faktor yang dipertimbangkan menjadi keputusan konsumen untuk makan di tempat makan Nyak Kopsah. Berbagai perspektif, pandangan, dan pendapat dari informan yang sudah diwawancarai menimbulkan dominasi, oposisi, dan negosiasi. [10] Elemen-elemen ini digunakan sebagai dasar untuk menilai kualitas pelayanan dalam memainkan peran terhadap kontroversi yang terjadi, dan bagaimana tanggapan Nyak Kopsah terhadap kritik mempengaruhi persepsi khalayak.

Tabel 2. Teori Resepsi

No.	Nama Inisial	Dominasi	Negosiasi	Oposisi
1.	S. F			√
2.	A. P	√		
3.	T. I	√		
4.	M. F	√		
5.	S. A	√		
6.	A. T			√
7.	T. G		√	

Berdasarkan hasil penelitian ini informan lebih memihak kepada *food vlogger* (dominasi) dikarenakan informan lebih setuju dengan sudut pandang *food vlogger* mengenai tempat makan Nyak Kopsah baik dari segi kualitas dan pelayan serta bagaimana Nyak Kopsah menganggapi kritikan terhadap tempat makannya. Sedangkan negosiasi adalah sudut pandang yang tidak menerima dan tidak menolak secara penuh, dalam artian memiliki pro dan kontra terhadap tempat makan Nyak Kopsah. Ada pula oposisi, keadaan ketika tidak menerima makna, atau cenderung kontra terhadap *food vlogger* atau pendapat khalayak.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini terdapat sebagian besar informan cenderung lebih pro kepada *food vlogger* karena sudah mereview secara jujur. Secara garis besar, memang benar tempat makan Nyak Kopsah dari segi harga seperti bukan makanan pinggir jalan yang relatif murah, tempat makan Nyak Kopsah cenderung mematok harga yang tinggi per porsi. Tempatnya yang berdekatan dengan kali juga menjadi pertimbangan untuk konsumen untuk datang mencoba makanan di tempat makan Nyak Kopsah. Pelayanan untuk membungkus makanan juga kurang pantas karena hanya disediakan kantong plastik kresek.

Semua responden atau narasumber mempunyai, berbagi persepsinya terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas di Nyak Kopsah, pedagang makanan pinggir jalan tersebut. Mereka semua sepakat bahwa harga makanan terlalu mahal dibandingkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Mereka juga mengkritik cara mengemas makanan dengan kantong plastik yang tidak higienis dan kurangnya kebersihan di tempat makan. Namun mereka berbeda pendapat mengenai tanggung jawab vendor dan pelanggan terhadap kondisi tempat tersebut. Mereka juga menyarankan agar pedagang meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar sesuai dengan tingginya harga makanan.

Lima dari tujuh informan menilai Nyak Kopsah harus lebih terbuka terhadap kritik, terutama dari para *food vlogger* yang mengulas makanan dengan jujur. Menurutnya, Nyak Kopsah harus berterima kasih atas masukan tersebut dan tidak mudah marah. Di sisi lain, dua dari tujuh informan menilai Nyak Kopsah bukan dikritik melainkan dikutuk para reviewer yang ingin melihat bisnisnya gagal. Ia menilai, wajar jika Nyak Kopsah marah dan melaporkan segala pencemaran nama baik

kepada pihak berwajib.

Ucapan Terima Kasih

Bersama ini, tim penulis mengucapkan terima kasih atas kepercayaan yang diberikan oleh dosen Ilmu Komunikasi melalui mata kuliah Komunikasi dan Perubahan Sosial yang telah memberikan kesempatan untuk membuat artikel ilmiah yang berjudul “Analisis Persepsi Kasus Nyak Kopsah”. Terima kasih kepada teman-teman yang sudah membantu dalam memberi kritik, saran, serta masukan sehingga artikel ini bisa selesai tepat waktu. Terima kasih kepada ketiga penulis yang tidak mengenal lelah dalam meneliti kasus yang diangkat. Terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia diwawancarai untuk menyelesaikan artikel ilmiah.

Daftar Pustaka

- [1] H. Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rrumah Makan SBC Semarang Muhtarom, M. Mukery Warso, L. Budi Hasiolan, M. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang, and D. Jurusan Manajemen Fakultas, “Analisis Kualitas.”
- [2] D. Zulkarnain *et al.*, “Halaman |53 Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Lokasi Strategis Cabang Usaha Warung Makanan.”
- [3] R. Y. Rahma, “Publikasi dan Promosi Kuliner Food Vlogger di Media Sosial,” *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, vol. 3, no. 2, pp. 68–75, 2022, doi: 10.25008/caraka.v3i2.69.
- [4] “Analisis Resepsi Penonton Terhadap Personal Branding Vlog Konten Pendaki Fiersa Besari.” [Online]. Available: <http://mercubuana.ac.id/>
- [5] “Metode_kualitatif_penerapannya_dalam_pen”.
- [6] J. Pemikiran *et al.*, “Mimbar Agribisnis: Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Proses Pembelian Beras Hitam Organik Produksi Gapoktan Wangunsari Cisayong Tasikmalaya Consumer Perceptions Of Service Quality In The Process Of Purchasing Organic Black Rice Produced By Wangunsari Farmers Group,” 2022.
- [7] “502-Article Text-1354-1-10-20201203”.
- [8] L. Dian Angraini, P. Deoranto, and D. Morita Ikasari, “Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index The Analysis Of Consumer Perception Used Importance Performance Analysis Method And Customer Satisfaction Index.”
- [9] H. Ali Imran Peneliti Madya Bidang Studi Komunikasi dan Media pada BPPKI Jakarta Balitbang SDM Kemkominfo Jalan Pegangsaan Timur No and B. Jakarta Pusat, “47 Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media Dan Fenomena Diskursif (Sebuah Tinjauan dengan Kasus pada Surat kabar Rakyat Merdeka),” 2012. [Online]. Available: <http://www>.
- [10] P. Manajemen Perhotelan, F. Ekonomi, U. Kristen Petra, N. Yuanita Sari Harianto, and R. Ferdinand Sosiawan, “Persepsi Konsumen Terhadap Makanan Organik Di Surabaya Sienny Thio.”