

ABSTRAK

Media sosial mendorong pelaku industri untuk beradaptasi dengan pola konsumsi informasi yang cepat dan visual. TikTok, sebagai platform audiovisual, kerap dimanfaatkan untuk promosi kuliner dengan pendekatan humor. Penelitian ini menganalisis resepsi *audience* terhadap humor (*wordplay*, *absurd*, dan *slapstick*) dalam konten kuliner TikTok @onebitebigbite menggunakan teori *encoding/decoding* Stuart Hall (1981). Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima pengguna aktif TikTok yang mengikuti akun tersebut. Hasilnya, tiga informan berada pada posisi *dominant-hegemonic reading*, dua pada *negotiated reading*, dan tidak ada pada *oppositional reading*. Perbedaan pemaknaan menunjukkan bahwa resepsi humor dipengaruhi oleh latar sosial-budaya, preferensi hiburan, dan kebutuhan informasi masing-masing individu.

Kata kunci: Humor, Media Sosial TikTok, Konten Kuliner, Resepsi *Audience*

ABSTRACT

Social media encourages industry players to adapt to the fast-paced and visual nature of information consumption. TikTok, as an audiovisual platform, is often used for culinary promotion with a humorous approach. This study examines audience reception of humor (wordplay, absurdity, and slapstick) in the culinary content of TikTok account @onebitebigbite using Stuart Hall's (1981) encoding/decoding theory. Data were collected through in-depth interviews with five active TikTok users who follow the account. Findings show that three informants adopted a dominant-hegemonic reading, two a negotiated reading, and none an oppositional reading. The variation in interpretations indicates that humor reception is influenced by each individual's socio-cultural background, entertainment preferences, and information needs.

Keywords: Humor, TikTok, Culinary Content, Audience Reception