

Audience Reception On The Instagram Account @mcdonaldsid

[Resepsi Audiens Pada Akun Instagram @mcdonaldsid]

Miftah Normalita ¹⁾, Kukuh Sinduwiatmo ²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi : kukuhsinduwiatmo@umsida.ac.id

Abstract. *The mcd instagram account, @mcdonaldsid, posts various menus, promotions and challenges. Mcdonald also wants to build closeness with consumers by posting holiday greetings, father's day greetings, Kartini's day, etc. The purpose of this study is to find out audience reception on the @mcdonaldsid Instagram account. This research uses a qualitative descriptive approach. The results of this study indicate that the followers of the @mcdonaldsid Instagram account, four informants are in a dominant position and one informant is in a negotiating position.*

Keywords - Reception, instagram, Mcdonald

Abstrak. *Akun dari instagram mcd yaitu @mcdonaldsid memposting berbagai menu, promosi, dan challenge. Mcdonald juga ingin membangun kedekatan dengan konsumen melalui memposting ucapan hari raya, ucapan hari ayah, hari kartini dll. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui resepsi audiens pada akun instagram @mcdonaldsid. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa followers dari akun instagram @mcdonaldsid, empat informan diantaranya berada di posisi dominan dan satu informan ada di posisi negosiasi.*

Kata kunci - Resepsi, Instagram, Mcdonald

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin pesat salah satu teknologi yang mempunyai banyak pengguna yaitu smartphone, dengan banyaknya pengguna *smartphone* maka tentunya yang menggunakan aplikasi media sosial instagram pun semakin bertambah banyak. Melalui media sosial instagram tersebut yang awalnya hanya untuk sekedar berbagi foto pribadi yang sifatnya tidak privasi sehingga orang yang mengikuti akun tersebut dapat mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh sang pengguna yang diikuti tersebut. Melalui media instagram juga biasanya dimanfaatkan bagi penggunaannya untuk mengenalkan tempat wisata, tempat belanja, rumah makan, café dll. [1]

Akun dari instagram Mcd yaitu @mcdonaldsid salah satu akun kuliner rumah makan siap saji yang berada di kota kota seluruh Indonesia. Akun @mcdonaldsid sering sekali mengupload foto ataupun video yang menampilkan berbagai promosi ataupun mengenalkan produk baru maupun promo untuk pembelian produk.

Selain memposting berbagai menu, promosi dan challenge akun ig @mcdonaldsid pun juga ingin membangun kedekatan dengan konsumen dengan melalui memposting ucapan hari raya, ucapan hari ayah, hari kartini dll. Disisi lain dalam membangun kedekatan dengan konsumen, admin instagram @mcdonaldsid juga sering membalas komentar berupa kritik dan saran dari konsumen dan followers ig @mcdonaldsid. Akun instagram @mcdonaldsid sudah mempunyai followers lebih dari 1 juta pengguna lebih.

Studi resepsi mengacu pada studi pemaknaan, produksi, dan pengalaman khalayak ketika mereka berinteraksi dengan media. Menurut Stuart Hall, studi resepsi berkaitan dengan proses *encoding-decoding*. *Encoding* ialah produsen media (*encoder*) yang memproduksi pesan mentah dimana mereka terlibat didalamnya menentukan bagaimana peristiwa sosial tersebut akhirnya tayang sebagai wacana. *Decoding* ialah khalayak (*decoder*) melakukan pemaknaan teks media secara bebas berdasarkan ideologi dan latar belakang khalayak masing-masing. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai encoder adalah instagram @mcdonaldsid. Dan yang bertindak sebagai decoder adalah followers dari akun instagram @mcdonaldsid.[2]

Proses resepsi sendiri meliputi 3 macam yakni persepsi, pemikiran, preferensi dan interpretasi

- a. Persepsi yaitu pengalaman mengumpulkan informasi dan menafsirkan suatu isi pesan.
- b. Pemikiran dapat diartikan atau juga didefinisikan suatu perbuatan dari individu atau seseorang dalam menimbang-nimbang, menghubungkan-hubungkan sampai akhirnya dapat mengambil suatu keputusan.
- c. Interpretasi adalah istilah untuk menjelaskan bagaimana kita dapat memahami sebuah pengalaman.[3]

II. METODE PENELITIAN

Mengacu pada judul penelitian ini yakni Resepsi Audiens Pada Akun Instagram @mcdonaldsid maka tipe penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif . karena data-data yang dihasilkan bertujuan untuk mengurai lebih dalam tentang pemaknaan audiens atau followers di akun media social instagram @mcdonaldsid. Studi resepsi mengacu pada studi pemaknaan, produksi, dan pengalaman khalayak ketika mereka berinteraksi dengan media. Menurut Stuart Hall, studi resepsi berkaitan dengan proses *encoding-decoding*. [4]

Dimana *Encoding* ialah produsen media (*encoder*) yang memproduksi pesan mentah dimana mereka terlibat didalamnya menentukan bagaimana peristiwa sosial tersebut akhirnya tayang sebagai wacana. *Decoding* ialah khalayak (*decoder*) melakukan pemaknaan teks media secara bebas berdasarkan ideologi dan latar belakang khalayak masing-masing. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai encoder adalah instagram @mcdonaldsid. Dan yang bertindak sebagai decoder adalah followers dari akun instagram @mcdonaldsid. [5]

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan mana yang akan diteliti, dengan tujuan agar banyak informasi yang didapat dan datanya pun cukup relevan. Penelitian ini menggunakan 5 informan untuk melengkapi data yang diteliti. dalam menggunakan teknik purposive sampling tentunya ada syarat ataupun kriteria tertentu, dalam penelitian ini kriteria yang menjadi informan adalah mereka yang aktif dalam menggunakan instagram atau juga yang memfollow akun instagram dari @mcdonaldsid. [6]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan miles and hubberman yaitu ada tiga kegiatan yang dapat dilakukan dalam melakukan analisis data tersebut diantaranya dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. [7]

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Resepsi Audience pada Akun Instagram @mcdonaldsid dapat dilihat dari beberapa unsur yaitu

1. Persepsi

Dalam Persepsi informan yang sudah kami tentukan mempunyai dasar pengetahuan dan isi pesan apa yang sudah disampaikan di akun instagram @mcdonaldsid. Salah satu informan yakni Dahasta Rahman menyatakan bahwa konten yang sudah ada di akuninstagram @mcdonaldsid sudah bagus, dan beragam mulai dari promoharga dan pengenalan produk baru hingga challenge. Tapi informan Dahasta menyatakan desain dari apa yang sudah di upload bagus dan menarik untuk dilihat.

Dari wawancara dengan informan dahasta rahman menyatakan bahwa apa yang sudah disampaikan oleh akun instagram @mcdonaldsid melalui berbagai berbagai konten yang disampikan dapat dinilai positif oleh para pengguna instagram khususnya *followers* setia dari akun instagram @mcdonaldsid.

Adapula informan vivi alynda yang mengatakan postingan dari akun instagram @mcdonaldsid dapat memberikan inspirasi bagi para pengusaha kecil, vivi alynda juga menyataka alynda menyatakan bahwa foto yang diunggah sudah bagus, *informative*.

Apa yang disampaikan oleh informan vivi alynda juga mengandung nilai positif dari akun instagram mcdonaldsid. Ia berharap akun instagram mcdonalds tersebut dapat menginspirasi para pelaku bisnis kecil atau para pelaku bisnis yang baru mulai merintis, agar foto dan videonya dapat dikemas dengan apik sehingga dapat menarik konsumen

Berbagai macam cara dilakukan oleh pihak MCD agar mendapatkan respon yang baik dalam setiap konten yang dibuat. Foto dan video yang dibuat telah diolah sebaik mungkin agar dapat menarik konsumen. Para audiens atau followers mcdonalds pun mengatakan bahwa konten foto maupun video yang di upload di mcdonald telah dikemas dengan baik, sehingga dapat memikat atau menarik konsumen.

Informan yang kami wawancarai pun tak hanya dahasta rahman saja yang menyatakan bahwa konten mengenai promo yang paling menarik tapi ada 3 informan lain yang menyatakan demikian pula, seperti pernyataan dari mambaulutfiah yang menyatakan sering melihat konten dari akun instagram @mcdonaldsid slah satu konten yang menarik menurut ia adalah banyak melakukan challenge dan promo.

Disetiap postingan feed di akun instagram @mcdonaldsid, mereka sellau menyertakan caption hal itu tentunya dimaksudkan untuk memperjelas apa yang akan disampaikan oleh pihak mcdonalds, hal ini pun dapat diterima oleh para informan atau followers dari akun instagram @mcdonaldsid, para followers dari akun

instagram @mcdonaldsid menyatakan bahwa keterikatan caption dengan unggahan foto maupun video terikat dan nyambung seperti yang sudah dinyatakan putri anggraini bahwa penggunaan caption yang diberikan pada unggahannya dapat dan mampu memperjelas foto maupun video yang telah diunggah.

Dari yang sudah disampaikan informan putri anggraeni tersebut penggunaan caption disetiap postingan instagram mcdonalds dapat memperjelas foto dan video yang telah diunggah oleh akun instagram @mcdonaldsid, dengan begitu maka isi pesan yang disampaikan oleh pihak mcdonalds diharapkan dapat tersampaikan dengan baik tidak melenceng dari apa yang ingin disampaikan oleh pihak mcdonalds.

Dari kelima informan, dua diantaranya menyatakan atau mengaku mereka tidak hanya follow akun instagram @mcdonaldsid saja. Tapi mereka juga join dengan aplikasi mcdonalds yang tersedia di app store maupun playstore. Informan vivi alynda menyatakan bahwa ia join aplikasi mcdonalds karena menurutnya lebih bagus dan juga lebih efektif

Dengan pernyataan informan diatas cukup menjelaskan bahwa mcdonalds tidak hanya memperkenalkan produknya ataupun mempromosikan produknya hanya melalui akun instagram saja, tetapi mereka juga membuat aplikasi khusus untuk lebih memperkenalkan produknya.

2. Pemikiran

Dalam Pemikiran mempunyai factor yang dipengaruhi oleh hasil keputusan yakni dimana sebelumnya para informan menimbang imbang dan menghubungkan apa yang sudah ia dapatkan seperti pengetahuan dan isi pesan yang ia sudah dapatkan sampai pada akhirnya mengambil suatu keputusan. Dari lima informan mereka semua berpandangan baik mengenai akun intagram tersebut, seperti salah satu pernyataan dari fibrianti k yang menurutnya di akuninstagram tersebut dapat membantu memberikan informasi bila ada promo terbaru, karena di akun tersebut slalu update.

Kebanyakan informan yang diwawancara memang menyatakan pandangan mereka mengenai akun instagram @mcdonaldsid memang merupakan akun yang bersifat informative karena banyak mengandung informasi mengenai promo harga.

Di postingan feed akun instagram @mcdonaldsid baik foto maupun video yang telah diunggah banyak sekali komentar yang mentag teman, kerabat ataupun bahkan keluarga mereka terutama postingan mengenai promo mcdonalds. Dan peneliti pun mengajukan pertanyaan apakah para informan pernah menshare foto maupun video di akun instagram mcdonaldsid dan mereka pun semua memberikan jawaban yang sama yakni pernah, seperti pernyataan dari Dahasata Rahman jika ia pernah, seperti bila ada promo di screenshot setelah itu dikirim ke wa teman atau dengan ngetag akun instagram teman di video ataupun foto yang sudah di unggah di instagram @mcdonaldsid. Dari pernyataan Dahasta Rahman diatas mewakili jawaban dari informan lainnya bahwa mereka pernah menshare foto ataupun video dari akun instagram mcdonaldsid kepada teman mereka untuk mengajak makan di restaurant mcdonaldsid.

Disetiap harinya di akun instagram @mcdonaldsid selalu mengupload foto ataupun video hal itu tentunya dimaksudkan agar dapat menjalin interaksi yang baik dengan para konsumen setia mcdonalds khususnya bagi para followersnya. Hal itu disambut dengan berbagai pendapat ada yang sangat menyambut baik akan hal tersebut ada pula yang menyambut kurang baik, seperti pernyataan dari vivi alynda yang menyatakan kalo update ataupun upload sebaiknya jangan setiap hari karena dianggap spam. Dan informan vivi alynda pun mengatakan bahwa ia melihat story bila ada waktu luang saja, dan cukup jarang melihat story maupun feed instagram dari akun instagram @mcdonaldsid.

Pro kontra merupakan hal yang wajar saja terjadi, memang tidak semua orang bisa kita kendalikan reaksinya. Informan yang kontra akan upload an foto maupun video yang ada di instagram mcdonalds seperti vivi alynda merupakan hal yang wajar, yang dianggap jika terlalu banyak banyak mengupload akan menimbulkan spam hal itu bisa saja membuat para followersnya bosan.

3. Interpretasi

Dalam Interpretasi mempunyai factor yang dipengaruhi oleh pemahaman dan pengalaman dari informan. Yakni dimana sang informan mampu memahami mengenai isi pesan dan juga pengalaman mereka mengenal akun instagram mcdonalds Dan mengartikan isi pesan yang sudah disampaikan.

Audiens atau followers dari akun instagram @mcdonaldsid pun dipancing untuk berinteraksi dengan pihak mcdonalds dengan cara mengadakan challenge, agar para audiens lebih aktif dan challenge yang diberikan pun

berhadiah agar dapat lebih memikat para followers setia mcdonalds. Dan salah challenge tersebut berhasil memikat salah satu followersnya, Seperti pengalaman dari informan putri anggraeni mengenai challenge dan promo yang sudah diadakan oleh pihak akun instagram @mcdonaldsid. Menurut putri anggraeni challenge yang diadakan oleh pihak mcdonalds hadiahnya menarik, dan menurut putri hal itu dapat menarik followers untuk ikut meraimaikan challenge yang diadakan oleh pihak mcdonalds. Putri pun mengatakan bahwa ia pernah ikut challenge yang diadakan mcdonalds tapi ia kurang beruntung karena tidak menang. Selain itu dengan adanya promo yang sering dilakukan oleh pihak mcdonalds ini dapat menguntungkan pihak konsumen, khususnya bagi yang suka mcdonalds sendiri karena akan senang dan merasa terbantu jika ada promo promo begini.

Dari pernyataan putri anggraeni tersebut dapat dikatakan bahwa pihak mcdonalds dapat menjadikan followers yang awalnya pasif menjadi aktif. Pihak mcdonalds pun selalu memberikan hadiah yang menarik bagi pemenang challenge, hal itupun dapat merangsang para followers untuk ikut join challenge yang diadakan oleh pihak mcdonaldsid. Selain itu juga promo yang diadakan oleh pihak mcdonalds disambut baik oleh para followersnya karena mereka merasa terbantu dengan adanya promo, mengingat kebanyakan followers dari akun instagram mcdonalds adalah para remaja.

Empat informan mengatakan latar belakang mereka follow akun instagram @mcdonaldsid ialah karena promo yang sering diadakan sementara dua informan lainnya suka makan di mcdonalds, seperti pernyataan dari vivi alynda bahwa ia follow akun instagram @mcdonaldsid karena memang suka dengan cita rasa dari sajian mcdonalds. Bukan hanya karena ada promo yang ia dapat.

Pernyataan vivi tersebut sangat berbeda dengan pernyataan informan lainnya, yang menyatakan follow akun instagram @mcdonalds karena agar lebih update mengenai promonya, tapi disini vivi mempunyai alasan follow karena ia memang menyukai makanan dari mcdonalds tanpa harus menunggu promo.

Pemaknaan terhadap suatu media dapat disebut juga resepsi. Resepsi atau pemaknaan dari sebuah media yang merupakan adaptasi dari model komunikasi yang dikemukakan oleh stuart hall pada tahun 1973 yang terkenal dengan model komunikasi encoding-decoding.[8]

Instagram juga merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang dapat dinilai memiliki kekuatan untuk dapat mempengaruhi ataupun membentuk opini public. Dengan demikian akun instagram @mcdonaldsid memiliki tujuan mendasar yakni memperkenalkan produknya melalui akun instagram tersebut untuk tetap mempertahankan eksistensinya.[9]

Pada proses pemaknaan yang dilakukan audiens dalam akun instagram @mcdonaldsid, yaitu seiringnya pengalaman audiens yang sering melihat foto dan video upload an dari mcdonaldsid. Sehingga audiens bisa menerima apa yang sudah disampaikan melalui caption ataupun foto dan video yang diupload dengan baik. [10]

Hasil penelitian ini tidak lepas dengan teori untuk menghasilkan data dari informan informan yang selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan sebuah temuan penelitian. Dalam penelitian ini sang peneliti menggunakan teori encoding decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall dalam teori tersebut menggambarkan mengenai pesan, penyampaian pesan dan kemudian pesan tersebut diterima oleh khalayak.[11]

Informan sebagai audiens bukanlah seorang yang membaca pesan atau teks yang pasif. Pesan yang disampaikan melalui foto dan video dapat dibaca atau dapat dipahami berbeda karena memiliki pemahaman yang pastinya akan berbeda-beda. Foto dan video yang telah di upload memiliki pesan yang mempunyai makna tersendiri. Namun beberapa audiens tidak mau hanya menerima makna yang ditawarkan untuk kemudian dicernahnya secara mentah-mentah. Dari sinilah dapat terlihat bagaimana audiens dapat memilih menerima atau memilih untuk memaknai sebuah pesan yang disampaikan dengan cara yang berbeda.[12]

Dalam pelaksanaannya, mcdonalds melakukan komunikasi dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan mcdonalds. Kemudian audiens melakukan pemaknaan pesan yang ingin disampaikan oleh mcdonaldsid. Disini audiens tidak sedikit tidak hanya satu atau dua orang saja tapi jutaan. Hal ini sudah dibuktikan semakin bertambahnya tahun, semakin banyak followers dari mcdonaldsid.[13]

Mcdonalds memilih media baru sebagai wadah untuk mempromosikan dan memperkenalkan produknya karena selain harga produksi yang lebih terjangkau juga dengan kelebihannya dapat diakses segala ruang dan waktu. Media yang dipilih mcdonalds sangat mendongkrak eksistensi mcdonalds. Salah satu media social instagram yang dipilih untuk memperkenalkan mempromosikan dan memperkenalkan produknya. Bahkan dimedia social lain pula seperti twitter ia terus memperkenalkan produknya. Seperti misi mcdonalds yaitu Terus

mengalami perkembangan ke arah yang menguntungkan sebagai sebuah brand, serta terus mengembangkan sistem operasional Mcdonalds ke arah yang lebih baik lagi lewat inovasi dan teknologi.[14]

Dari wawancara yang sudah dilakukan lima informan, empat diantaranya berada diposisi dominan. Hal ini diketahui dari jawaban jawaban yang sudah mereka berikan. Pada posisi ini, informan menerima seluruh pesan yang disajikan oleh mcdonalds.

Salah satu konten yang diminati followers dari mcdonalds ialah jika mcdonalds mengunggah tentang promo mcdonalds yang sedang berjalan. karena dengan mengunggah info tentang promo masyarakat atau followes mcdonalds akan tertarik dan berminat untuk membeli produk dari mcdonalds. Menurut salah satu informan yang telah diwawancarai, foto dan video yang mengandung promo sangat diminati. Karena followers merasa sangat diuntungkan bila mendapatkan promo harga dari mcdonalds mengingat produk kdari mcdonalds yang berkualitas dan harganya pun bisa dibilang cukup tinggi.[15]

Dari lima informan yang terpilih, satu diantaranya berada dalam posisi negosiasi. Dimana posisi ini diduduki oleh audiens yang menyeleksi pesan encoder. Dalam hal ini audiens atau informan mempunyai pilihan interpretasi karena mereka bisa saja salah menginterpretasi atau tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksud oleh dari pihak mcdonalds.

Seperti yang terjadi pada informan yang kami wawancarai yakni membandingkan informasi promo yang di upload di instagram mcdonalds dengan informasi yang berlaku di aplikasi mcdonalds itu sendiri. Informan yang berada di posisi ini tidak sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh akun instagram mcdonalds. Hal ini juga bisa dilihat dari latar belakang followers memfollow akun instagram @mcdonaldsid dengan alasan karena sang informan memang suka makan di mcdonalds. Dengan begitu informan vivi alynda tidak terlalu memperdulikan di akun mcdonalds ada promo atau tidak karena memang ia didasari hanya suka makannya tidak dengan promonya. Dan juga sang informan ini berpendapat bahwa apa yang di unggah oleh mcdonalds dapat memberikan inspirasi bagi para pelaku bisnis yang baru mulai, dengan melihat unggahan dari mcdonalds para pelaku bisnis tersebut dapat mengamati dan memodifikasi unggahan tersebut untuk memperkenalkan produknya sendiri. Selain itu pula informan pada posisi ini menyatakan bahwa ia kurang menyukai jika akun instagram @mcdonaldsid selalu update setiap harinya karena ia beranggapan hal itu akan spam.

Dari hasil wawancara yang dilakukan seluruh informan dapat menerima dengan baik apa yang sudah di upload di instagram mcdonalds baik berupa foto dan video, meskipun ada yang berada pada negosiasi. Lima informan masing masing memiliki pandangannya dan menafsirkan pesan dalam akun instagram @mcdonaldsid dengan cara informan sendiridan juga berdasarkan pengalaman yang mungkin informan dapatkan. Sehingga tidak ada informan yang berada di posisi oposisi ini. Hal ini menandakan secara umum followers ataupun masyarakat yang menyukai prroduk mcdonalds dapat diterima dengan baik apa yang sudah di upload di instagram mcdonalds.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa resepsi audience terhadap akun instagram @mcdonaldsid yaitu ditinjau dari latar belakang pengalaman mereka menyukai konten dari instagram @mcdonaldsid yang berupa promo harga dan penawaran produk terbaru dari mcdonalds dan ada pula yang melatar belakangi untuk memfollow akun instagram mcdonalds ialah karena memang suka makan di mcdonalds. Dari lima informan yang terpilih, empat informan diantaranya berada di posisi dominan yang artinya para informan dapat menerima seluruh informasi atau pesan yang disampaikan oleh akun instagram @mcdonaldsid, satu informan ada di posisi negosiasi dimana informan menyeleksi pesan yang disampaikan oleh akun instagram mcdonalds.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga selesai. Tidak hanya itu, peneliti juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga tugas akhir ini terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- [1] A. T. Supriyatman and C. Nugroho, "Analisis Resepsi Penonton dalam Kanal Youtube 'Yuka Kinoshita,'" *e-Proceeding Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 1428–1440, 2019.

- [2] S. Hall, *Critical Dialogues in Cultural Studies*. 1996.
- [3] D. Hariyanto, "Persepsi Penonton Televisi Terhadap Tayangan Reka Ulang Peristiwa Kriminal," no. 666, pp. 1–14, 2017, [Online]. Available: http://umsida2016.umsida.ac.id/tinymcepuk/gambar/file/Jurnal_TV.pdf
- [4] L. j. Moleong, *Metode penelitian kualitatif*. 2007.
- [5] Milatishofa, Kusrin, and Weni Adityasning Arindawati, "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Instagram Tara Basro," *Linimasa J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 2, pp. 174–185, 2021, [Online]. Available: <https://www.instagram.com/tarabasro/>,
- [6] R. B. Fatharani, "Analisis Resepsi Tentang Citra Publik Perempuan dalam Film Critical Eleven," *Ilmu Komun.*, 2019, [Online]. Available: <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15803>
- [7] S. H. Mailasari and U. Wahid, "Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics 'Long Lasting Lipstic Feel The Color,'" *J. Komunikasi*, vol. 11, no. 1, pp. 1–8, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6810>
- [8] R. N. Amalia, S. S. Indriani, and J. N. Mahameruaji, "Resepsi khalayak pada program acara televisi di Trans 7 sebagai media edukasi," *ProTVF*, vol. 6, no. 1, p. 106, 2022, doi: 10.24198/ptvf.v6i1.36061.
- [9] D. Mcquail, *Teori Komunikasi Massa Mcquail buku 2*. 2017.
- [10] A. K. Sari and D. Hariyanto, "Analisis Resepsi Pejabat Publik terhadap Program Update Pagi SBO TV," *KANAL J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 2, p. 107, 2016, doi: 10.21070/kanal.v4i2.1445.
- [11] R. Agusta, "Analisis resepsi audiens remaja terhadap romantisme film Dilan 1990," *ProTVF*, vol. 5, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.24198/ptvf.v5i1.28808.
- [12] S. Santoso, "Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online," *Komuniti J. Komun. dan Teknol. Inf.*, vol. 12, no. 2, pp. 140–154, 2021, doi: 10.23917/komuniti.v12i2.13285.
- [13] D. Pawaka and W. Choiriyati, "Analisis Resepsi Followers Milenial@ indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme," *AGUNA J. Ilmu Komun.*, vol. I, no. 1, pp. 70–86, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- [14] D. Mathieu, "The Continued Relevance of Reception Analysis in the Age of Social Media," *Trípodos*, vol. 0, no. 36, pp. 13–34, 2015, [Online]. Available: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/240%5Cninternal-pdf://1298/240.html
- [15] C. Tunshorin, "ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY YOGYAKARTA," 2016. [Online]. Available: <http://m.tempo.co/read/news/2012/11/30/dema>