

ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS WANITA MILENIAL @CERMINLELAKI DALAM MEMAKNAI KONTEN TENTANG PACAR

Oleh:

Titania Aprillia 192022000100

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

- ❑ Perkembangan media sosial saat ini menjadi wadah untuk memenuhi kebutuhan komunikasi penggunanya. Adanya teknologi canggih media sosial para penggunanya pun dapat secara up to date mengikuti perkembangan informasi dibelahan dunia manapun salah satu platformnya adalah instagram.
- ❑ Dalam aplikasi Instagram, banyak sekali akun yang berfungsi menjadi media komersil, media informasi, media edukasi dan bahkan media massa online. Salah satu fungsi sebagai media bertukar informasi, yaitu curhat online. Di media sosial, pola curhat biasanya dibuat oleh seseorang untuk mencari dukungan bagi dirinya sendiri (Ary Wicaksana & Rudy, 2021).

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- ❑ Bagaimana resepsi/pemaknaan khlayak terhadap masalah dalam beberapa konten tentang pacar yang ditampilkan pada akun instagram @cerminlelaki?

Metode

- ❑ Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi teori encoding-decoding. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang pengumpulan datanya menggunakan kata-kata dan gambar. Dimana data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, foto, video, catatan pribadi dan dokumentasi lainnya.
- ❑ Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu dengan observasi konten-konten instagram @cerminlelaki yang memiliki paling banyak komentar dengan pemaknaan yang beragam dari followers. Wawancara kepada subjek yang telah dipilih sesuai dengan kriteria dengan menggunakan google form. Dan dokumentasi berupa foto.

Metode

- ❑ Analisis data pada penelitian ini menggunakan teori Encoding-Decoding Stuart Hall, yaitu menggambarkan tiga posisi khalayak dalam mengkonstruksikan pesan, yakni posisi dominan hegemoni, negosiasi, dan oposisi.
- ❑ Posisi dominan hegemoni : dalam klasifikasi ini pesan dipahami oleh khalayak secara apa adanya dan menurut tanda dominan yang dibangun dari awal pemroduksi atau pengirim pesan. Dalam arti tertentu, audiens setuju dengan isi pesan.
- ❑ Posisi Oposisional : Pada posisi ini khalayak menolak atau tidak setuju terhadap pesan atau kode yang disampaikan oleh pengirim pesan
- ❑ Posisi Negosiasi : khalayak menerima kode yang diberikan oleh pembuat atau pengirim pesan. Namun disisi lain pula, khalayak juga dapat memilih makna lain yang sesuai atau tidak untuk diri sendiri

Hasil

- ❑ Pada penelitian ini pemahaman informan terhadap konten akun @cerminlelaki menunjukkan pada hasil yang bagus dan positif
- ❑ Informan dari penelitian ini berada pada posisi negotiated. Hal ini karena perbedaan dari latar belakang dan pengalaman khalayak sehingga memiliki persepsi dan interpretasi yang berbeda.

Pembahasan

- ❑ Stuart Hall berpendapat bahwa resepsi terbentuk dari beberapa indikator yaitu persepsi, pemikiran, preferensi, dan interpretasi,
- ❑ Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori encoding-decoding,
- ❑ Teori encoding-decoding mendorong munculnya interpretasi teks yang berbeda selama proses penerapan dan penerimaan.

Temuan Penting Penelitian

- ❑ Adanya akun @cerminlelaki merupakan salah satu fenomena baru pada media sosial, meskipun akun telah dibuat sejak tahun 2018 namun akun @cerminlelaki adalah akun mengawali curhat online yang membahas tentang rumah tangga khususnya laki-laki.
- ❑ Pada akun @cerminlelaki ditemukan bahwa meskipun akun tersebut diperuntukkan untuk lelaki namun mayoritas pengikut adalah wanita. Wanita tersebut mengikuti akun @cerminlelaki dengan jangka yang cukup lama dengan berbeda alasan. Terdapat alasan bahwa memang menyukai konten yang ditampilkan, terdapat pula alasan mempelajari dan mengatasi dalam hal berumah tangga

Manfaat Penelitian

- a) Manfaat teoritis : Penelitian ini mampu menjadi rujukan bagi peneliti komunikasi dengan metode reception analysis terhadap konten dalam media sosial dan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang media studies.
- b) Manfaat Praktis : Penelitian ini mampu menjadi masukan pembaca untuk memperkaya tema mengenai interpretasi khalayak terhadap konten-konten curhat para lelaki yang ditampilkan melalui akun @cerminlelaki

Referensi

- Afifa, A., & Kusnarto, K. (2022). Persepsi Followers Terhadap Postingan Keputusan Lepas Hijab Influencer @Rachelvenya Di Instagram. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 299–307. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4329>
- Afifah, N. Z. (2019). Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza 'Arap'Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart Hall). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–172. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15810>
- Arifin, M. S., & Hariyanto, D. (2022). Analysis of Public Reception of Nujek. *Indonesian Journal of Public Policy Review*, 19, 1–8. <https://doi.org/10.21070/ijppr.v19i0.1257>
- Ary Wicaksana, D. G., & Rudy, D. G. (2021). Perlindungan Konsumen “Curhat Online” dalam Platform Media Sosial. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 10(3), 644. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2021.v10.i03.p15>
- Atmojo, W. T., & Nugroho, C. (2021). PEMBACAAN AUDIENS TENTANG INFORMASI KOTA SOLO (Analisis Resepsi Followers akun Instagram @ agendasolo) AUDIENCE READ ABOUT SOLO CITY INFORMATION (Reception Analysisist of @ Agendasolo Instagram Account ' s Followers). *e-Proceeding of Management*, 8(5), 6975–6983.
- Desi Nuzul Agnafia. (2019). ANALISIS KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS SISWA DALAM PEMBELAJARAN BIOLOGI. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Dewi, A. C., Adi, E. P., & Abidin, Z. (2021). Pengembangan Infografis Melalui Instagram Sebagai Penguatan Pemahaman Pokok Bahasan Sistem Pencernaan Manusia. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 4(2), 216–224. <https://doi.org/10.17977/um038v4i22021p216>
- During, S. (1999). *The Cultural Studies Reader Second Edition* (S. During (ed.); Second Edi). Routledge.
- Fathiha, A. R. (2022). Analisis Tindakan Sosial Max Weber Terhadap Tradisi Siraman Sedudo. 4(2), 68–76.
- Afifa, A., & Kusnarto, K. (2022). Persepsi Followers Terhadap Postingan Keputusan Lepas Hijab Influencer @Rachelvenya Di Instagram. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 299–307. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4329>
- Afifah, N. Z. (2019). Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza 'Arap'Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart Hall). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–172. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15810>
- Arifin, M. S., & Hariyanto, D. (2022). Analysis of Public Reception of Nujek. *Indonesian Journal of Public Policy Review*, 19, 1–8. <https://doi.org/10.21070/ijppr.v19i0.1257>
- Ary Wicaksana, D. G., & Rudy, D. G. (2021). Perlindungan Konsumen “Curhat Online” dalam Platform Media Sosial. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 10(3), 644. <https://doi.org/10.24843/jmhu.2021.v10.i03.p15>
- Atmojo, W. T., & Nugroho, C. (2021). PEMBACAAN AUDIENS TENTANG INFORMASI KOTA SOLO (Analisis Resepsi Followers akun Instagram @ agendasolo) AUDIENCE READ ABOUT SOLO CITY INFORMATION (Reception Analysisist of @ Agendasolo Instagram Account ' s Followers). *e-Proceeding of Management*, 8(5), 6975–6983.
- Desi Nuzul Agnafia. (2019). ANALISIS KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS SISWA DALAM PEMBELAJARAN BIOLOGI. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.

Referensi

- Dewi, A. C., Adi, E. P., & Abidin, Z. (2021). Pengembangan Infografis Melalui Instagram Sebagai Penguatan Pemahaman Pokok Bahasan Sistem Pencernaan Manusia. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 4(2), 216–224. <https://doi.org/10.17977/um038v4i22021p216>
- During, S. (1999). *The Cultural Studies Reader Second Edition* (S. During (ed.); Second Edi). Routledge.
- Fathiha, A. R. (2022). Analisis Tindakan Sosial Max Weber Terhadap Tradisi Siraman Sedudo. 4(2), 68–76.
- Hariyanto, D., & Mariyanto, A. P. P. (2020). Motif Menonton Vlog “Keluarga Beti” Channel Youtube Arif Muhammad. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 67–72. <https://doi.org/10.21070/kanal.v8i2.264>
- Hawari, I. (2019). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP GAYA HIDUP CLUBBING YANG DITAMPILKAN MELALUI FOTO DALAM AKUN INSTAGRAM @ INDOCLUBBING Idham Hawari Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga. 1–11.
- Koranti, K., Sriyanto, S., & Lestiyono, S. (2018). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–245.
- Lestari, M. P. (2019). HUBUNGAN ROMANTIS DI MEDIA SOSIAL (Resepsi Pengguna terhadap Keterbukaan Hubungan Romantis yang Diunggah Selebgram di Instagram). *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 11(1), 28–44. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i3.5944>
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Naim, N. (2015). ISLAM DAN PANCASILA: Rekonstruksi Pemikiran Nurcholish Madjid. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 10(2). <https://doi.org/10.21274/epis.2015.10.2.435-456>
- Nisak, K., & Hariyanto, D. (2017). Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i1.1422>
- Noviadhista, U. F., Prasetyo, B. D., & Antoni. (2019). Komodifikasi Identitas Tionghoa Dalam Humor: Studi Encoding/Decoding Stuart Hall Tentang Pertunjukan Stand-Up Comedy Ernest Prakasa. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik*, 2(3), 161–177. <https://doi.org/10.54783/japp.v2i3.28>
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial@ indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- Pradiyan, R. P., & Yasya, W. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Kecelakaan di Media Online @ infobekasi Terhadap Persepsi Safety Riding. 7(2), 346–357.
- Sakina, A. I., & A., D. H. S. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki Di Indonesia. *Share: Social Work Journal*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.24198/share.v7i1.13820>
- Sipahutar Celvin, P. A. N. (2020). Pengalaman Komunikasi Curhat Anonim Bagi Followers @18Autobase Di Twitter. *Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(Nomor 2), 1–19. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1414>
- Thiodanu, B., & Sari, W. P. (2020). Fenomena Curhat Online pada @Cerminlelaki di Instagram. *Koneksi*, 3(2), 435. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6445>

