



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dari empat informan yang membaca fan fiction tema Yaoi ini memiliki hampir keempatnya memiliki pemaknaan yang sama. Tiga dari empat informan berada dalam kategori dominant hegemonic sedangkan 1 diantaranya berada dalam posisi negotiated code.

Informan 1 dan 3 berada dalam dalam kategori dominant hegemonic dengan dipengaruhi oleh peer to peer groupnya, dimana teman sepermainannya mempunyai kebiasaan untuk membaca fan fiction genre Yaoi. Meski latar belakang keluarga yang cukup religius, banyaknya waktu yang dihabiskan bersama teman-teman membuatnya informan 1 dan 3 mudah terbawa.

Hal lain yang berpengaruh pada informan sehingga membuatnya dikategorikan kedalam dominant hegemonic adalah rasa *sense of belonging* yang tinggi. Seperti yang dialami oleh informan 3 dan 4. Menjadi seorang fans yang loyal membuat mereka kerap merasa harus mendapatkan hal yang lebih. Sehingga hal ini berujung pada menjelekkan sang idola sendiri.

Sementara informan 2 berada dalam negotional code dimana bisa menerima makna yang disampaikan karena ia telah tebiasa untuk memainkan

sebuah peran menjadi orang lain di dunia maya. Informan 2 telah mengetahui keasyikannya untuk mengikuti percintaan sesama jenis meski tak ada yang salah dengan hubungan percintaannya dengan sang kekasih. Kehidupan informan 2 yang bebas untuk menentukan pilihan dan berbuat apa saja, membuatnya berfikiran lebih luas dengan sebuah cerita percintaan lelaki dengan lelaki.

Sementara pandangan informan 1 sampai 4 juga dipengaruhi atas dasar media yang dikonsumsi dan apa yang dilihatnya di media. Seperti menonton video youtube yang memperlihatkan interaksi lelaki dengan lelaki seperti berpegangan tangan, mencium pipi yang sering diartikan sebagai sebuah hubungan dekat antara laki-laki dan perempuan. Sosial media dan sumber berita yang didapatkannya saat mengupdate berita idola favorit juga cenderung membuatnya mereka mengamini bahwa sebuah cerita percintaan sesama jenis antara lelaki dengan lelaki adalah hal yang sudah biasa dan lazim adanya.

Realitas baru dibangun dan dikonstruksi kembali oleh keempat informan, melalui 3 proses yaitu eksternalisasi, internalisasi dan objektivasi. Dimana realita sebelum mereka membaca fan fiction, kemudian dipengaruhi oleh latar belakang, *peer to peer group*, media yang dikonsumsi dan pola asuh. Kemudian para informan membaca informasi dan menyerap makna dari fan fiction yang dibacanya, dalam hal ini mereka telah melakukan proses internalisasi. Dan proses terakhir adalah objektivasi dimana keempat informan menyerap makna yang sama atas apa yang ada dan ditulis dalam fan fiction tema Yaoi tersebut.

Pemaknaan keempat informan juga memaparkan tentang orientasi nilai budaya yang digunakan. Pembaca fan fiction mengalami hegemoni budaya pop

dari Korea selatan sehingga menggeser nilai-nilai tradisional dalam dirinya.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, salah satunya adalah tak adanya metode resepsi untuk media baru. Dimana dalam media web 2.0 dikenal istilah user generated, pengguna tak hanya mengkonsumsi informasi tetapi juga pembuat content itu sendiri. Sehingga dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sendiri untuk menyaring dan memisahkan antara pembaca dan penulis, dengan memberikan pertanyaan yang memfokuskan dan memposisikan informan sebagai pembaca bukanlah penulis fan fiction. Sehingga mungkin dalam penelitian ini bisa saja terjadi bias dalam hasilnya.

Pada penelitian yang menggunakan studi resepsi, peneliti melakukan interpretasi terhadap pemaknaan para informan. Pemaknaan tersebut tak hanya berupa tanggapan, melainkan apa yang dimaknai oleh para informan dan dipengaruhi oleh atribut-atribut yang ada pada dirinya, mulai dari sosial kognitif, peer to peer group, lingkungan keluar, maupun pola asuhnya, serta media apa yang dikonsumsinya. Sehingga konstruksi realitas merupakan konsep yang dapat digunakan dalam penelitian ini untuk mengelaborasi temuan yang ada.

Metode analisis resepsi biasa digunakan dalam media-media lama seperti televisi maupun media cetak. Sehingga bila nantinya penelitian sejenis ini dilanjutkan peneliti mengharapkan dapat ditemukannya metode baru yang lebih praktis dan valid untuk memisahkan antara audiens yang mengkonsumsi konten

dan audiens yang membuat konten. Dan yang terakhir semoga semakin banyak penelitian dengan studi resepsi karena penelitian ini sesungguhnya sangat menarik, terutama dalam bidang jurnalistik.

