



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam proses penelitian ini, penulis memiliki beberapa tinjauan terdahulu yang digunakan sebagai landasan untuk melakukan penelitian ini. Pada sub bab ini penulis akan memaparkan penelitian terdahulu yang juga membahas tentang pemaknaan khalayak terhadap produk media siar ataupun cetak.

Miftahul Arzak dalam penelitiannya “Ical di Mata Televisi dan Korban Lumpur Lapindo” bertujuan untuk mengetahui konstruksi mengenai Ical ditampilkan dan dipandang oleh korban lumpur lapindo yang bersumber dari tulisan dan riset sebelumnya. Miftahul menggunakan teori Stuart Hall *Encoding-Decoding* dalam melakukan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh penulis juga menggunakan teori yang dibangun oleh Stuart Hall yaitu *Encoding* dan *Decoding*. Hanya saja objek penelitian yang dipilih penulis bukanlah media siar, akan tetapi media online yang dimana beritanya berupa teks yang dapat dimaknai oleh khalayak.

Dalam pengumpulan data, Miftahul menerapkan dua cara yaitu pada saat berita di *encoding*, dengan cara melihat struktur pemberitaan dalam instansi atau media

televisei tersebut. Lalu, studi pustaka dalam bentuk reduksi data, dan menjelajahi teks. Setelah itu beliau melakukan *decoding*, dengan Teknik *Focus Group Discussion (FGD)*. Teknik FGD merupakan pengumpulan data dari berbagai informasi dari informan yang didapatkan dengan cara diskusi secara berkelompok dan terfokus terhadap isu tertentu. Miftahul menggunakan konsep dari Irwanto (2006) yang menyatakan bahwa 3 kata kunci dari diskusi kelompok terfokus adalah obrolan, kelompok dan bukan individu, dan tidak bebas atau terfokus. Peneliti akan belakukan tahap *encoding* dengan cara studi pustaka pemberitaan-pemberitaan terkait isu LGBT di media *online* yang sudah dipilih oleh penulis yaitu *sindonews.com*. Setelah itu penulis akan mewawancarai penulis dari berita yang terkait dengan isu LGBT di *sindonews.com*. Penulis akan menggali lagi lebih jauh mengenai makna apa yang ingin disampaikan oleh pembuat berita kepada khalayaknya. Lalu pada proses *decoding* peneliti akan memilih empat informan yang sudah memenuhi indikator yang dibuat oleh peneliti. Setelah itu peneliti akan melakukan wawancara mendalam kepada individu-individu tersebut. Peneliti memilih wawancara mendalam karena isu terkait yang dipilih merupakan isu yang sensitif. Sehingga penulis tidak ingin menimbulkan ketersinggungan jika wawancara ini dilakukan secara kelompok.

Penelitian kedua dilakukan oleh Billy Susanti dalam “Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan audiens terhadap rasisme yang terjadi di Amerika Serikat. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Konsep-konsep yang digunakan adalah tentang film,

rasisme dan analisis resepsi audiens (*Stuart Hall*). Teori yang digunakan pada umumnya yaitu sama dengan teori yang digunakan oleh peneliti sendiri dan Miftahul yaitu *Encoding-Decoding*. Proses pengumpulan data oleh Billy sama dengan yang akan dilakukan oleh penulis yaitu wawancara mendalam. Billy memilih informan dari latar belakang etnis minoritas di pulau Jawa. Alasannya karena mereka yang paling memungkinkan mengalami diskriminasi ras. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dari posisi khalayak yang dijabarkan oleh Stuart Hall yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi, kebanyakan khalayak berada pada posisi oposisi dimana mereka menolak sama sekali makna yang ada di dalam film tersebut. Mereka menyatakan bahwa rasisme merupakan tindakan yang tidak sesuai dengan moral.

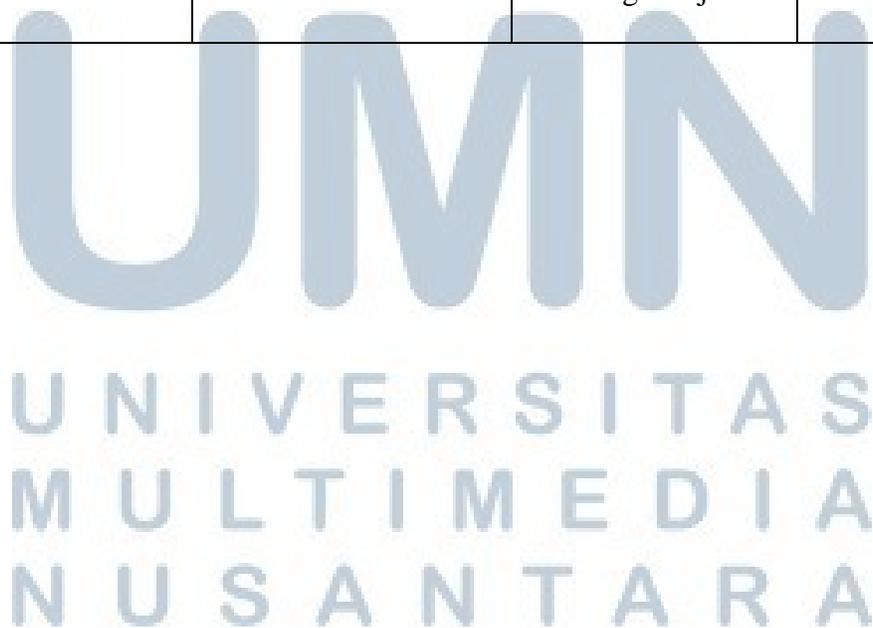
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Miftahul Arzak	Billy Susanti	Rachel Anastasia
Judul	Ical di Mata Televisi dan Korban Lumpur Lapindo	Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film <i>12 Years A Slave</i> pada Mahasiswa Multi Etnis)	Pemberitaan Lgbt Di Media <i>Online</i> : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Lgbt Di Sindonews.Com

Tujuan Penelitian	Mengetahui konstruksi mengenai Ical ditampilkan dan dipandang oleh korban lumpur lapindo yang bersumber dari tulisan dan riset sebelumnya.	Untuk dapat mengetahui pemaknaan yang dibentuk oleh audiens terhadap rasisme yang terjadi di Amerika Serikat.	Mengetahui posisi khalayak dalam memaknai pemberitaan terkait minoritas seksual (LGBT) dalam media <i>online</i> sindonews.com
Konsep&Teori	<i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall	Film Rasisme Analisis Resepsi Audiens (<i>Stuart Hall</i>)	Analisis Resepsi Media Massa LGBT
Metode Penelitian	<i>Reception Analysis</i>	Analisis Resepsi	Analisis Resepsi
Pengumpulan Data	<i>Encoding</i> , melihat struktur pemberitaan dalam instansi atau media televisi tersebut. Studi pustaka dalam	Wawancara mendalam dengan informan dari latar belakang etnis minoritas di pulau	Wawancara mendalam dengan informan yang berbeda latar belakang usia,

	<p>bentuk reduksi data, dan menjelajahi teks.</p> <p><i>Decoding</i>, dengan Teknik <i>Focus Group Discussion</i></p>	<p>Jawa. Alasannya karena mereka yang paling memungkinkan mengalami diskriminasi ras.</p>	<p>Pendidikan, dan status sosial.</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Televisi swasta nasional secara tidak langsung akan menyampaikan pesan sesuai dengan keinginan mereka.</p> <p>Penerimaan oleh khalayak ditemukan beberapa penerimaan tiap informannya yaitu <i>dominant, negotiated</i>, dan <i>oppositional</i>.</p> <p>Penerimaan ini dilatarbelakangi oleh macam-macam sebab.</p>	<p>Semua informan ada di posisi oposisi yaitu menolak adanya adegan perbudakan dan kekerasan akibat rasisme yang ditampilkan.</p> <p>Beberapa informan ada pada posisi dominan dalam adegan tertentu.</p> <p>Latar belakang informan dianggap sangat</p>	

	<p>Dari penelitian ini juga terbukti bahwa khalayak tidak pasif ketika menerima informasi. Khalayak menginterpretasikan pengamatan yang mereka terima dari media.</p>	<p>memengaruhi, terbukti dari ketika mahasiswa keturunan China setuju dengan salah satu adegan yang merugikan kulit hitam. Menurut informan rasisme adalah tindakan yang tidak berperikemanusiaan dan sangat kejam.</p>	
--	---	---	--



2.2 TEORI ATAU KONSEP-KONSEP YANG DIGUNAKAN

2.2.1 *ENCODING-DECODING* STUART HALL

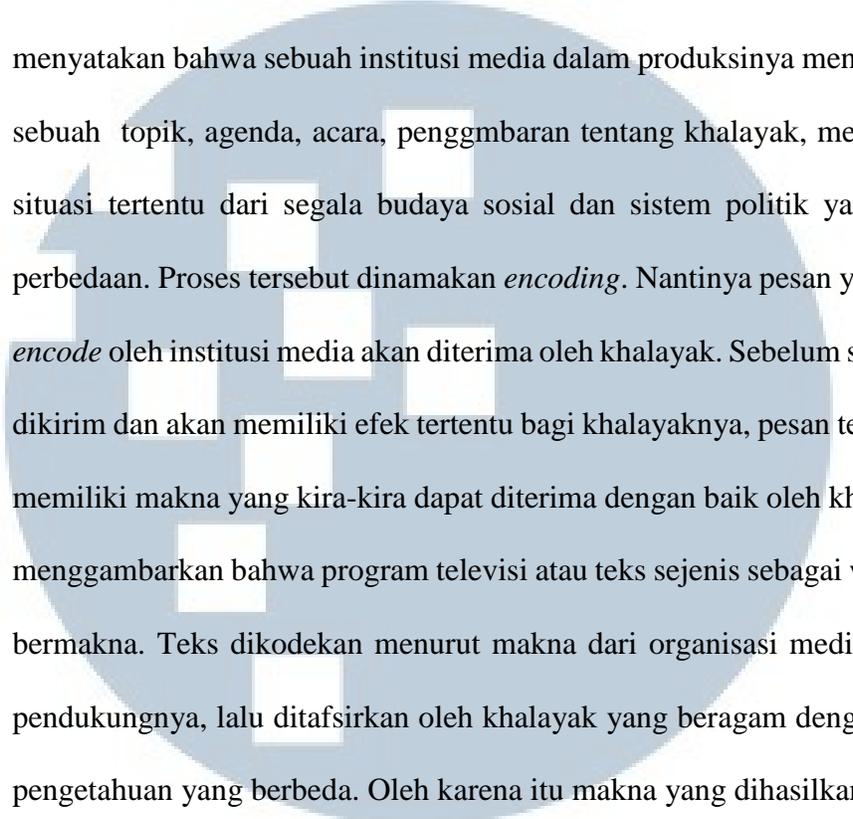
Media dapat menjadi stimuli individu dalam memahami pesan yang disampaikan. Pesan yang ingin disampaikan oleh media dapat menjadi wacana perbincangan (penerimaan khalayak) yang cukup menarik jika dikaitkan dengan konteks budaya. Khalayak dapat membangun makna sesuai dengan teks media melalui efek dramatisasi yang ditimbulkan oleh media (Hadi, 2008, p. 1).

Menurut Hadi (2008) salah satu cara untuk mengukur khalayak media adalah dengan melakukan penelitian dengan metode analisis resepsi. Analisis resepsi digunakan untuk memberikan makna atas teks media (cetak, elektronik, internet) dengan cara memahami pesan yang ada dalam teks media yang dibaca serta bagaimana khalayak dapat membangun makna dari teks tersebut melalui pendiriannya. Dalam studi ini, Aryani (dalam Hadi, 2008, p. 2) mengatakan bahwa media bukan yang memiliki kekuatan terbesar ketika memengaruhi khalayak melalui pesannya, melainkan khalayaklah yang berperan besar ketika sedang membangun makna secara bebas dan dapat bertindak menurut dengan makna yang dibangun dari teks media tertentu.

Asumsinya adalah, dulu media hanya menjadi penyalur informasi dan memposisikan khalayak dalam zona pasif, sekarang McQuail (1997) menyatakan teori baru mengenai khalayak bahwa khalayak itu aktif. Dalam

bukunya *Audience Analysis*, McQuail mengutip perkataan Hall (1980) yang menyatakan bahwa khalayak akan meng-*decode* makna yang ada melalui perspektif masing-masing, halnya berasal dari pembingkai yang memang sudah ada ataupun pengalaman pribadi. Melalui pandangan ini, analisis resepsi pada berita bergantung pada posisi sosial dan pandangan penerima pesan. Hal ini cenderung mampu untuk menyesuaikan fakta-fakta yang ada dalam bingkai interpretasi dan relevansi baik publik ataupun pribadi (McQuail, 1997, p. 102).

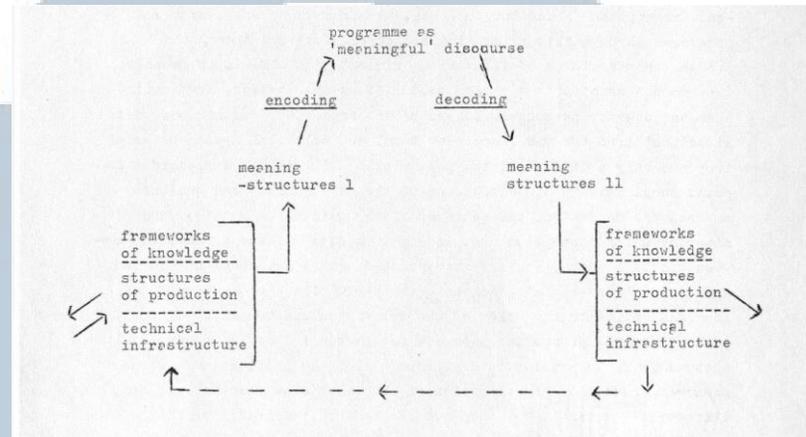
Inti dari pendekatan resepsi ini untuk komparasi tekstual mengenai pemahaman dan pembentukan makna, dalam melakukan studi resepsi disarankan untuk mengambil data dari kedua belah sisi yaitu dari insitusi media tersebut dan khalayaknya (Jensen & Jankowski, 1991, p. 139). Teori kritis ini dibangun oleh Stuart Hall (1973/1980) yang menekankan pada tingkat transformasi melalui mana pesan media lewat dari sumbernya hingga penerima dan pemaknaannya (McQuail, 2012, p. 80). Dalam tulisannya, Hall (1973) mengatakan bahwa ada peneliti terdahulu yang mempertanyakan tentang seluruh proses komunikasi massa. Hal itu dimulai dari struktur produksi dari sebuah pesan hingga pesan tersebut dikirim hingga pesan tersebut berakhir di khalayak yang menerima pesan tersebut. Pembuatan dan penerimaan pesan dianggap tidak semuanya sama, akan tetapi mereka saling berhubungan, meskipun ada perbedaan pada setiap momen komunikasi massa (Hall, 1973, p. 3). Model milik Hall ini disebut proses *encoding* dan *decoding*. Beliau



menyatakan bahwa sebuah institusi media dalam produksinya menggambarkan sebuah topik, agenda, acara, penggambaran tentang khalayak, mendefinisikan situasi tertentu dari segala budaya sosial dan sistem politik yang memiliki perbedaan. Proses tersebut dinamakan *encoding*. Nantinya pesan yang sudah di *encode* oleh institusi media akan diterima oleh khalayak. Sebelum sebuah pesan dikirim dan akan memiliki efek tertentu bagi khalayaknya, pesan tersebut harus memiliki makna yang kira-kira dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Hall menggambarkan bahwa program televisi atau teks sejenis sebagai wacana yang bermakna. Teks dikodekan menurut makna dari organisasi media massa dan pendukungnya, lalu ditafsirkan oleh khalayak yang beragam dengan kerangka pengetahuan yang berbeda. Oleh karena itu makna yang dihasilkan tidak harus berhubungan dengan makna yang dibangun oleh organisasi media massa tersebut, penafsiran makna bisa juga berbeda dengan organisasinya. Jadi, prinsip utama dari model atau teori ini berasal dari keragaman makna dari konten media, keberadaan komunitas yang memiliki keragaman penafsiran, dan dominasi penerima dalam menentukan makna (McQuail, 2012, p. 81).

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2.1 Model Encoding-Decoding



Sumber: Paper Stuart Hall (1973)

Pada gambar diatas, makna I dan makna II mungkin tidaklah sama. Kode pada tahap *encoding* dan *decoding* mungkin tidak simetris. Adanya perbedaan pembedaan oleh *encoder-producer* dan *decoder-receiver* akan memengaruhi makna yang ada pada sebuah teks, hal tersebut yang dinamakan sebuah distorsi atau kesalahpahaman (Hall, 1973, p. 4). Dalam bagan ini menjelaskan, adanya faktor-faktor yang memengaruhi pembuatan dan penerimaan sebuah pesan. Adanya perbedaan dalam tingkatan pengetahuan yang dimiliki oleh pembuat dan penerima pesan yang nantinya dapat menimbulkan adanya kesalahpahaman dalam memaknai pesan yang ada di dalam sebuah reks media. Dalam pembangunan pesan dalam teks media, relasi yang dimiliki *encoder* juga dinyatakan memengaruhi isi pesannya. Cara pandangnya terhadap orang-orang yang diberitakan dapat memberikan

subjektivitas tersendiri terhadap isi teks media. Begitu juga dengan penerimanya, ketika cara pandang penerima terhadap orang tersebut berbeda dengan pembuat pesan, makna yang diterima juga akan memiliki perbedaan (Hall, 1973, p.5).

Dalam studi resepsi, setelah mengetahui pemaknaan yang dibangun melalui proses *encoding-decoding*, Hall (dalam Eriyanto, 2001, p. 94-96) memposisikan khalayak menjadi tiga posisi, yaitu:

a. Dominan : Posisi ini bisa ditetapkan jika penulis menggunakan kode-kode yang dapat diterima oleh khalayak, sehingga khalayak akan menafsirkan dan membaca pesan/kode itu dengan pesan yang sudah diterima oleh khalayak itu.

Secara hipotesis, pada posisi ini dikatakan tidak adanya perbedaan pemaknaan antara penulis dan penerima pesan/khalayak.

b. Negosiasi : Dalam posisi ini, tidak ada pembaca yang lebih dominan. Kode yang ingin disampaikan oleh penulis menjadi bahan untuk ditafsirkan secara terus-menerus antara kedua belah pihak. Dalam posisi ini penulis mencoba memberikan kode melalui kepercayaan politik yang dimiliki oleh khalayak. Hingga akhirnya khalayak

dapat memaknai teks media tersebut berdasarkan apa yang dia percaya dan sedikit pengaruh dari makna yang ingin disampaikan oleh penulis berita.

c. Oposisi : Pada posisi ini khalayak menunjukkan adanya penolakan dan rasa keberatan terhadap pesan yang telah disampaikan oleh pembuat pesan. Berbeda dengan posisi pertama yaitu dominan, dimana khalayak memiliki makna yang sama dengan si pembuat pesan. Khalayak dalam posisi ini dianggap memiliki alternatif lain yang lebih relevan untuk memaknai berita tersebut.

2.2.2 MEDIA MASSA

Menurut Hafied Cangara (2006) dalam buku pengantar ilmu komunikasi, media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat komunikasi. Dalam konteks jurnalistik, Yunus (2010) memaparkan bahwa media massa dibagi menjadi tiga jenis yakni:

- a. Media cetak yang terdiri dari surat kabar harian, surat kabar mingguan, majalah, bulletin atau jurnal, dan lainnya.
- b. Media elektronik, terdiri dari radio dan televisi.

c. Media *online*, terdiri dari media internet seperti *website*, *blog*, dan lainnya.

Media massa sudah mengalami perubahan yang pesat. Awalnya pada abad ke-19 media massa hanya bersifat satu arah, memiliki arus yang satu rupa kepada massa yang seragam. Pergeseran terhadap media baru yang dimaksud adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan dengan digitalisasi dan keluasan terhadap ketersediaannya untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2012, p. 146).

Menurut McQuail (2012) media baru itu beragam dan tidak mudah untuk diidentifikasi. Fokus utama dalam media baru ini adalah internet yang merujuk pada penggunaan publik contohnya berita *daring*, iklan, aplikasi penyiaran, forum dan aktivitas diskusi, *World Wide Web* (WWW), dan sebagainya. Media *online* dengan sebutan jaringan WWW tumbuh pesat pada sekitar tahun 1990-an. Program ini berjalan seiring berjalannya perkembangan komunikasi, kebutuhan informasi yang meningkat. Media *online* merupakan *platform* yang menyebarkan informasi yang dapat memengaruhi berbentuk virtual. Menurut Romli (2012), media *online* merupakan media baru yang tersaji secara *online* di situs *website* internet. Dikategorikan dalam media massa generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, majalah, buku, tabloid dan media elektronik seperti radio, film/video, dan televisi.

Hall dalam buku *Online Journalism* (2001, p. 3) memperkuat keberadaan media *online* sebagai penguat sumber informasi. Beliau mengatakan bahwa media cetak telah usang dengan kehadiran media baru. Beliau juga menyarankan surat kabar dan majalah dapat digantikan oleh sistem penyampaian informasi berbasis internet. Hal ini juga diperkuat oleh Salwen dalam *Online News and The Public* (2006, p. 6) menjelaskan bahwa komunikasi melalui media *online* sudah ada pada akhir 1990-an. Beliau mengatakan karena sebagian besar surat kabar tidak memiliki jalur *online*, adanya *World Wide Web* (WWW) mengambil keuntungan dari kemudahan dalam mengakses dan menggunakan, sehingga menghasilkan ekspansi yang cepat dari media *online*.

Berita merupakan bagian dari komunikasi massa, dimana media massa merupakan alat untuk menyampaikan komunikasi massa tersebut. Menurut Assegaf (dalam Sumadiria, 2005, p. 64-65), berita merupakan laporan tentang fakta atau ide yang termassa. Fakta atau ide yang dapat menarik perhatian pembaca karena fakta tersebut dianggap luar biasa, penting, dan mencakup sisi ketertarikan manusia seperti emosi, ketegangan, dan humor. Berita merupakan resep inti dari surat kabar. Berita memperoleh perhatian khusus dalam diskusi mengenai konten media hanya karena berita merupakan sedikit dari kontribusi asli oleh media massa terhadap ungkapan atas bentuk budaya. Berita juga merupakan aktivitas inti yang merupakan sebagian besar dari pekerjaan

jurnalistik (karenanya juga media) mendefinisikan mereka sendiri. Institusi media tidak akan ada jika tidak ada berita begitu juga berita tidak akan ada jika tidak ada institusi media (McQuail, 2011, p. 119-120).

Dari banyak kajian konten kesimpulan yang dapat diambil bahwa berita memperlihatkan pola umum yang cukup stabil dan dapat diperkirakan ketika diukur menurut kategori konvensional dari subjek masalah. Melalui hal itu, banyak pertanyaan mengenai bagaimana informasi berita ditampilkan. Ketika informasi dibuat oleh media berita dengan beberapa sumber, maka tidak kecil kemungkinan nantinya informasi ini akan mirip dengan kerangka yang terbentuk menyesuaikan dengan sumber yang diambil dan tidak murni objektif. Disinilah pembingkaiannya terbentuk (McQuail, 2011, p. 124).

Hall (dalam McQuail, 2011, p. 131) menyatakan bahwa biasanya ada pemaknaan utama yang dilambangkan dalam sebuah teks, makna ini meliputi yang diinginkan produsen (media) dan makna yang diterima oleh penerima pesan. Schramm (dalam McQuail, 2011, p. 144) menyatakan bahwa khalayak dekat sekali dengan istilah “penerima” dalam model sederhana dari proses komunikasi massa (sumber, saluran, pesan, penerima, efek) yang dikaji oleh pelopor di bidang penelitian terhadap media.

Dalam bukunya *Media and Audiences: New Perspective*, Ross & Nightingale (2003) menyatakan bahwa adanya perubahan dalam posisi

khalayak dalam menerima terpaan media massa. Awalnya khalayak yang dianggap pasif kini sudah menjadi interaktif dan dapat memberikan pemaknaan melalui apa yang sudah diterimanya dari media. Beliau mencirikan jenis-jenis khalayak dari keragaman yang baru menjadi empat jenis yaitu:

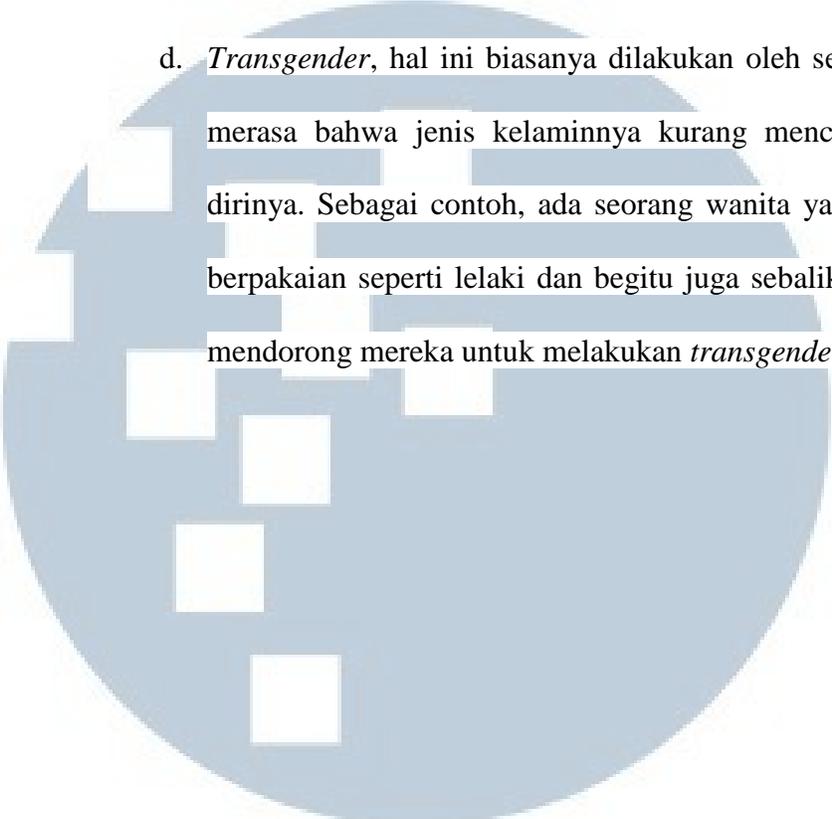
- a. Khalayak sebagai sekumpulan orang. Kumpulan orang ini diukur ketika orang tersebut memberi perhatian terhadap isi di media atau produk tertentu dalam waktu yang ditentukan, merekalah yang disebut dengan penonton/khalayak.
- b. Khalayak sebagai kumpulan orang yang menjadi target. Hal ini ada pada kelompok yang sudah dibayangkan oleh komunikator dan untuk siapa konten itu dibuat. Hal ini yang dinamakan khalayak itu terlibat.
- c. Khalayak sebagai yang berlangsung. Pengalaman dalam menerima terpaan saat sendiri ataupun dengan orang lain sebagai peristiwa yang interaktif dalam kehidupan sehari-hari.
- d. Khalayak merupakan pendengar dan pemilih. Hal ini merujuk pada khalayak yang ikut berpartisipasi, ketika mereka dihadapkan kepada sebuah pertunjukan dan dipersilahkan untuk berpartisipasi melalui alat dan memberi respons pada waktu bersamaan.

Dalam hal ini khalayak dapat juga dikategorikan dalam jenis yang berbeda tergantung dari media yang terkait dan perspektif yang diterapkan. Internet juga dapat memberikan jenis baru terhadap khalayak (McQuail, 2011, p. 145).

2.2.3 *LESBIAN, GAY, BISEXUAL, TRANSGENDER*

Dilansir dari brainews.com (2017), *American Psyciatric Association* (APA) mengatakan bahwa perkembangan orientasi seksual seseorang akan terus berkembang sepanjang hidupnya. Orientasi seksual terbagi menjadi dorongan hasrat seksual dan emosional yang bersifat ketertarikan romantis pada jenis kelamin sama atau tidak sama. APA menyatakan bahwa orientasi seksual adalah ketertarikan yang muncul dari dalam diri seseorang dengan jenis kelamin yang sama atau tidak sama, dengan landasan perasaan emosional, fisik, seksual, dan cinta. Jika diuraikan menurut hurufnya, pengertian masing-masing istilah dari LGBT yaitu:

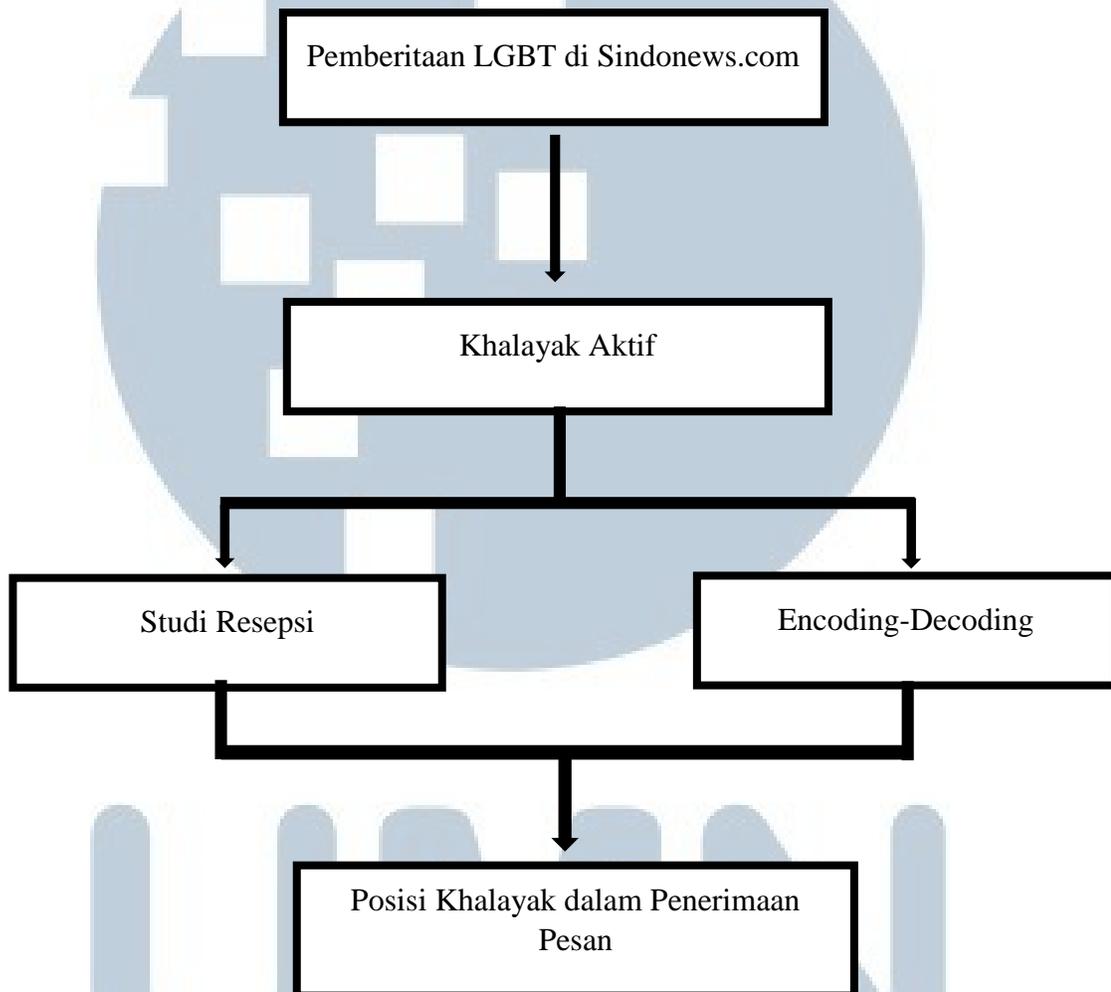
- a. *Lesbian*, orientasi yang dimiliki oleh wanita yang tertarik dengan jenis kelamin wanita.
- b. *Gay* atau homoseksual, merupakan orientasi yang tercipta dari hubungan laki-laki dengan jenis kelamin laki-laki.
- c. *Biseksual*, orientasi yang dilakukan oleh seseorang yang menyukai kedua jenis kelamin, baik lelaki maupun perempuan.



d. *Transgender*, hal ini biasanya dilakukan oleh seseorang yang merasa bahwa jenis kelaminnya kurang mencerminkan jati dirinya. Sebagai contoh, ada seorang wanita yang lebih suka berpakaian seperti lelaki dan begitu juga sebaliknya sehingga mendorong mereka untuk melakukan *transgender*.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 ALUR PENELITIAN



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA