

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dari topik yang ingin peneliti teliti, peneliti memilih beberapa riset terdahulu yang pernah diteliti sebelumnya untuk menjadi bahan acuan dan menambah teori yang akan digunakan untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Referensi dalam memperkaya kajian pada penelitian ini juga didapatkan dari penelitian terdahulu. Terkait penelitian yang dilakukan penulis, berikut beberapa penelitian terdahulu yang didapatkan penulis:

1. *Resepsi aktif audiens media sosial youtube (studi kasus terhadap audiens tayangan video youtube Reza 'arap' Oktovian)*

Riset pertama, skripsi yang berjudul “*Resepsi aktif audiens media sosial youtube (studi kasus terhadap audiens tayangan video youtube Reza 'arap' Oktovian)*” ini diteliti oleh Ricky Halim. Skripsi ini diteliti pada tahun 2016. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (Halim, 2016).

Dalam penelitian ini, Ricky menggunakan studi teori resepsi terhadap khalayak aktif dalam media sosial Youtube. Ricky meneliti resepsi dan posisi khalayak aktif terhadap bahasa yang digunakan Reza Oktavian, juga ingin melihat bagaimana khalayak aktif mencerna isi atau konten dari sebuah media khususnya

Youtube. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana resepsi khalayak aktif terhadap konten atau isi video Reza Oktavian? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi audiens aktif terhadap konten atau isi video Reza Oktavian. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan empat informan mahasiswa dan dua informan dewasa yang sudah pernah menonton video Reza Oktavian dan analisis dokumen.

Ricky menggunakan teori resepsi, studi yang berfokus pada proses *decoding* dan interpretasi sebagai inti dari konsep analisis resepsi. Ricky menjelaskan bahwa Hall membagi khalayak menjadi tiga posisi *decoding* yaitu posisi dominan (ketika khalayak menerima pesan tanpa ada penolakan atau pengartian kembali makna pesan), posisi negosiasi (ketika khalayak menangkap pesan dan melakukan penolakan terhadap isi pesan tetapi dengan melakukan seleksi mana pesan yang ingin diterima), dan posisi oposisi (ketika khalayak mengerti makna denotative dan konotatif sebagai abstraksi dari pesan yang diberikan tetapi sikap yang ditunjukkan bertolakbelakang dengan isi pesan). Proses pemaknaan ini digunakan oleh Ricky untuk melihat perbedaan pemaknaan yang dibuat oleh Reza Oktavian dalam Youtube-nya kepada khalayak. Penelitian ini juga melihat posisi khalayak.

Berdasarkan hasil dari penelitian, informan yang diwawancarai memiliki pendapat yang berbeda. Pada posisi proses *decoding*, yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisi, tiga informan ada pada posisi negosiasi dan tiga informan lainnya berada pada posisi oposisi. Pada seluruh aspek video Reza Oktavian, terdapat tiga informan ada pada posisi negosiasi dan tiga lainnya menerima secara menyeluruh video Reza Oktavian.

Dalam melakukan penelitian, peneliti dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan unsur proses pemaknaan pesan Stuart Hall yaitu *frameworks of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure* sebagai acuan untuk melihat keberagaman khalayak dalam membentuk opini dari pesan media. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama menggunakan studi resepsi Stuart Hall. Selain itu, juga terdapat persamaan melakukan penelitian mengenai pemaknaan khalayak terhadap suatu media dan melihat posisi *decoding* khalayak dari Stuart Hall. Perbedaan penelitian Ricky dengan penelitian yang peneliti lakukan ada pada media yang diteliti dan metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan Youtube sebagai objek penelitian, sedangkan peneliti menggunakan *Kompas.com* sebagai objek penelitian peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi untuk menjelaskan bagaimana generasi milenial memaknai isi media dan melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media serta interpretasi dari generasi milenial.

2. Pemaknaan Audiens Mengenai Pemberitaan Kesepakatan Rahasia Hancurkan Surga Papua: Studi Resepsi Pemberitaan Papua Di Gecko.Id Pada Generasi Milenial

Pada penelitian terdahulu kedua, judul skripsi “*Pemaknaan Audiens Mengenai Pemberitaan Kesepakatan Rahasia Hancurkan Surga Papua: Studi Resepsi Pemberitaan Papua Di Gecko.Id Pada Generasi Milenial*” ini diteliti oleh Rahmi Utami Putri pada tahun 2020, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian kualitatif ini menggunakan analisis resepsi. Data

dalam penelitian ini diperoleh dari analisis *framing* dan wawancara mendalam dengan 4 informan generasi milenial. Rahmi menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan key informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentastudsi dan wawancara mendalam (Putri, 2020).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan mengenai papua pada media *Geckoproject.id*? Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan seperti apa proses *encoding* dan *decoding* melalui pemberitaan Papua, mendeskripsikan seperti apa penerimaan pesan yang dapat disampaikan oleh khalayak melalui pemberitaan Papua, dan untuk mendalami konsep pemaknaan terhadap nilai-nilai yang didapatkan oleh khalayak melalui pemberitaan Papua.

Rahmi menggunakan teori resepsi dengan model *encoding/decoding* Stuart Hall yang menekankan bahwa makna yang disampaikan oleh wartawan melalui berita belum tentu sama dengan makna yang diterima audiens. Dalam penelitian ini, menurut Rahmi upaya yang dilakukan pemerintah untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai rasisme dan pelanggaran HAM belum diiringi dengan pemahaman masyarakat Jawa dan hanya berada di level pemerintah. Hal ini didukung dengan adanya tindak diskriminasi rasial terhadap masyarakat Papua di Surabaya.

Rahmi menggunakan analisis resepsi untuk menjelaskan bagaimana khalayak memaknai isi media sehingga terbentuk perspektif yang berbeda-beda dari khalayak pada isi media itu sendiri. Penelitian ini fokus pada generasi milenial yaitu

yang lahir antara tahun 1983-1999. Rahmi menggunakan metode gabungan analisis isi dan analisis resepsi untuk melihat dan menganalisis seperti apa khalayak memaknai pemberitaan mengenai Papua dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada *key informan* dari *The Gecko Project.id* dan 15 orang pembaca *The Gecko Project.id* pada berita “Kesepakatan Rahasia Hancurkan Surga Papua”.

Dalam studi resepsi, saat terjadi proses *encoding* dan *decoding*, Rahmi ingin mendalami seperti apa proses pembentukan pesan dan makna yang dibuat oleh *geckoproject.id* selaku *encoder* dalam pemberitaan Papua lalu apa saja makna yang ingin disampaikan dan dicapai dalam berita yang ditayangkan melalui proses *encoding* di media *geckoproject.id*. Hasil penelitian ini akan berbentuk analisis *framing* dari berita *Gecko.id* dan hasil wawancara yang akan digolongkan ke tiga posisi hipotesis dalam pemaknaan teks, yakni *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading* dari Stuart Hall dalam teori resepsi.

Hasil dari penelitian ini dibagi menjadi hasil analisis framing berita *Gecko.id* dan pemaknaan berita dari 4 responden. Rahmi mengkategorikan posisi resepsi informan dalam tiga posisi yaitu *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*.

Dari hasil dari penelitian ini dapat dilihat konsep pemaknaan dan nilai-nilai *encoder* dapat tersampaikan kepada *decoder*. Hal ini terlihat terlihat dari bagaimana informan bisa mendapatkan pesan dari berita ini. Terdapat satu informan yang memiliki pendapat atau sudut pandang sendiri dan tidak menyetujui pesan yang disampaikan *Gecko.id* dikarenakan ada pengalaman pribadi dan pengetahuan hukum yang mendasar. Hasil analisis pemaknaan informan terhadap berita

Gecko.id menunjukkan tiga orang informan berada di posisi *dominant reading* dan satu orang informan berada di *oppositional reading*. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial menghargai perbedaan tidak sepenuhnya benar dan faktor yang memengaruhi perbedaan pemaknaan adalah tempat tinggal, latar belakang sosial, dan pengetahuan umum tentang Papua. Celah dari penelitian ini adalah peneliti tidak mengetahui proses produksi berita dari *Gecko.id* (tahap *encoding*) mengenai berita Papua.

Penelitian tersebut dapat menjadi acuan peneliti karena menggunakan teori yang sama dengan peneliti yaitu studi resepsi dari Stuart Hall dan menggunakan metode yang sama yaitu analisis resepsi. Penelitian ini juga sangat relevan karena melihat pemaknaan audiens mengenai sebuah pemberitaan dan menggunakan teori yang sama dengan peneliti yaitu studi resepsi Stuart Hall.

3. Pemaknaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Begal Motor di Warta Kota (Periode Januari-Maret)

Penelitian terdahulu selanjutnya adalah skripsi yang berjudul “*Pemaknaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Begal Motor di Warta Kota (Periode Januari-Maret)*” ini diteliti oleh Anindityo Achita Putra pada tahun 2015. Penelitian ini diteliti dari Universitas Multimedia Nusantara. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi (Putra A. A., 2015).

Dalam penelitian ini, Putra ingin mengetahui dan memahami bagaimana khalayak memaknai pemberitaan begal motor di Warta Kota dan melihat pemaknaan khalayak berdasarkan perbedaan gender dan kelas sosial. Putra menggunakan analisis pemaknaan khalayak Stuart Hall dan mengumpulkan data

menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap empat informan. Informan yang diwawancarai terdiri dari faktor gender dan kelas sosial yang berbeda untuk melihat perbandingan informan dengan latar belakang gender dan kelas sosial memaknai pemberitaan begal motor di Warta Kota.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan begal motor di Warta Kota (Periode Januari-Maret 2015) dan bagaimana pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan begal motor jika dilihat dari demografi (status sosial dan jenis kelamin)?

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk memahami pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan begal motor di Warta Kota berdasarkan kerangka pemikiran dengan cara wawancara mendalam. Putra memilih empat informan berdasarkan kelas sosial menengah dan kelas sosial bawah berdasarkan unsur ekonominya untuk membandingkan bagaimana pemaknaan informan mengenai pemberitaan begal motor di Koran Warta Kota dengan kategori berdasarkan pendapatan per-bulan tiap informan.

Putra menganalisis pemaknaan khalayak berdasarkan pemaknaan informan terhadap berita dan struktur berita (judul, pembuka, isi berita, dan penutup) pada 12 artikel berita yang Putra pilih dari Warta Kota periode Januari-Maret. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak memaknai pemberitaan pembegalan motor di Koran Warta Kota secara *dominant-hegemonic* berdasarkan pengalaman para informan, pengamatan bahwa berita tersebut bukan hanya terdapat di Warta Kota saja melainkan media lain juga memuat berita yang sama, dan berdasarkan penilaian informan terhadap isi berita (lengkap, jelas, detail, dan mudah dipahami).

Dari penelitian ini juga ditemukan bahwa gender dan pengalaman informan selama berinteraksi dengan orang-orang di lingkungan sekitarnya memengaruhi pemaknaan informan terhadap pemberitaan pembegalan motor di Warta Kota. Di samping itu, latar belakang kelas sosial tidak memengaruhi pemaknaan informan terhadap berita pembegalan motor di Warta Kota.

Penelitian ini memiliki relevansi yaitu menggunakan metode analisis resepsi dan meneliti pemahaman informan terhadap pemberitaan media dengan melihat posisi *decoding* khalayak berdasarkan latar belakang khalayak. Dari penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan penelitian untuk melihat keberagaman khalayak ketika membentuk opini dari media yang khalayak konsumsi dengan menggunakan unsur proses pemaknaan pesan Stuart Hall yaitu *frameworks of knowledge, relations of production, dan technical infrastructure*. Peneliti menggunakan unsur proses pemaknaan pesan Stuart Hall untuk melihat latar belakang dan keberagaman khalayak dalam membentuk opini dari pesan media.

2.2 Teori dan konsep

2.2.1 Studi Resepsi

Studi resepsi berfokus pada bagaimana khalayak menginterpretasikan media yang mengacu pada model *encoding* dan *decoding* Stuart Hall (Wasko, 2000, p. 1). Dalam studi resepsi, latar belakang khalayak seperti gender, ras, umur, pekerjaan khalayak memengaruhi khalayak dalam memberi interpretasi pada teks media yang

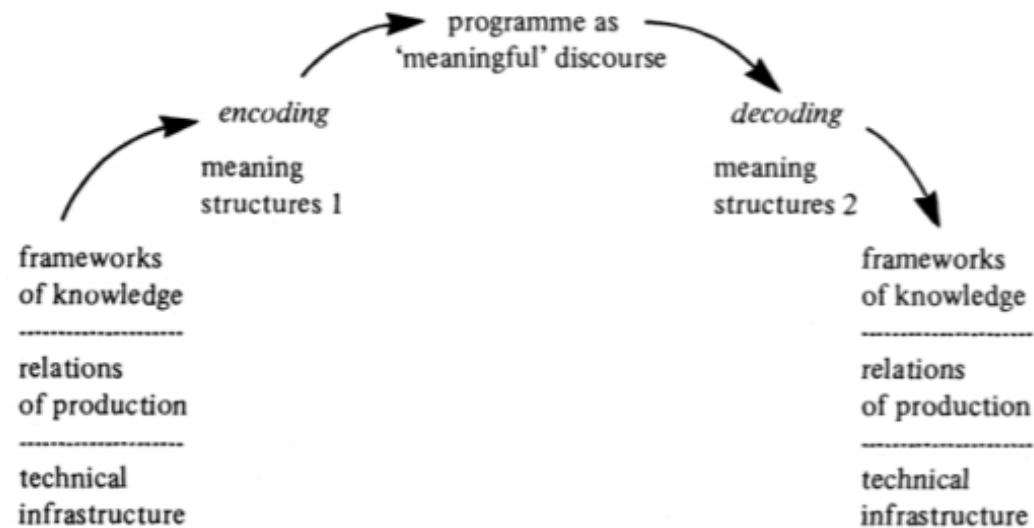
mereka konsumsi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor ras, gender, dan umur untuk melihat pemaknaan khalayak. Peneliti menggunakan faktor-faktor tersebut untuk melihat keberagaman khalayak atau bagaimana khalayak dengan latar belakang dari faktor yang berbeda memaknai pemberitaan mengenai strategi pemerintah khususnya larangan mudik dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.

Dalam analisis resepsi khalayak media, terdapat dua bagian yang memiliki pandangan arus besar (mainstream) yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif. Khalayak aktif merupakan khalayak yang aktif mengikuti dan berpartisipasi di dalam khalayak media. Dalam hal ini, khalayak media sudah dapat membahas isu-isu yang beredar di masyarakat dan sudah memiliki kemampuan literasi media yang baik sehingga dapat mengolah pesan yang disampaikan media. Sedangkan khalayak pasif merupakan khalayak yang hanya sekedar menerima informasi tanpa mencari kebenaran atau fakta. Hal ini dikarenakan media massa meneruskan informasi secara langsung pada khalayak media sebagai sasaran utama untuk menyebarkan informasi (Gunawan, 2013).

Model *encoding-decoding* dari Stuart Hall menjelaskan mengenai teks media yang memberikan kerangka makna dengan cara tertentu dan khalayak dapat menafsirkan makna dengan interpretasi yang berbeda-beda (McQuail, 2010, p. 158). Hall menerima premis bahwa makna dari isi media dikodekan ke dalam konten simbolis dengan cara yang terbuka sekaligus

tertutup yang sulit dihindari, tetapi pesan tersebut dapat ditolak atau ditafsirkan kembali dengan penerima pesan.

Gambar 2.1 Model Encoding-Decoding Stuart Hal



Sumber: (Stuart Hall, 2005, p. 120)

Stuart Hall menjelaskan, proses pertama merupakan proses pembuatan wacana (komunikator). Dalam proses ini, pembuat pesan membuat ide dan isi pesan yang ingin disampaikan berdasarkan sudut pandang pembuat pesan dalam melihat fenomena dan keberadaan khalayak. Hasil isi pesan dari proses ini adalah dalam pembentukan kode yang disebut dengan *meaning structures 1*, di mana struktur makna dalam proses ini akan didominasi oleh *encoder* atau pembuat pesan. Ketika pesan disampaikan, pada proses penyampaian pesan ini khalayak memiliki akses untuk memaknai pesan.

Pada proses *meaning structures 2*, khalayak memiliki kendali untuk membentuk opini atau membuat makna dari pesan yang mereka konsumsi.

Proses pemaknaan pesan dipengaruhi oleh tiga unsur yaitu *frameworks of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure*. Dalam *Frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), pengalaman dan latar belakang pengetahuan individu dapat memengaruhi pemaknaan khalayak, di mana ketika pengetahuan seseorang semakin bertambah atau berubah, pemaknaan terhadap sebuah teks akan berubah (Pramoesiwi, 2016, p. 20). Sistem nilai, norma, dan budaya merupakan beberapa hal yang dapat membentuk pengetahuan seseorang. Pengetahuan juga dapat didapatkan tiap individu secara non-formal melalui keluarga dan nilai-nilai budaya di lingkungan sosialnya dan secara formal melalui pendidikan formal seperti sekolah dan universitas dan juga pekerjaan seseorang.

Dalam *Relations of production* (hubungan produksi), relasi sosial khalayak yang terjadi dalam keluarga, tempat kuliah, tempat kerja, maupun di masyarakat memengaruhi khalayak dalam menghasilkan makna pada pesan (Pramoesiwi, 2016). *Technical infrastructure* (infrastruktur teknis) berkaitan dengan kemampuan khalayak untuk menerima pesan teks dari media dan kemudian menginterpretasikan pesan dari media. Seperti alat-alat secara fisik yang berkaitan dengan konteks ruang dan waktu pada saat mengonsumsi pesan dari media (kapan membaca pesan, pada saat-saat apa, dan berapa kali membaca pesan dari media) dan juga alat yang dipakai untuk mengonsumsi seperti media cetak atau elektronik (media online).

Hubungan antara *frameworks of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure* ini menjadi faktor utama bagaimana khalayak

menginterpretasikan pesan yang mereka konsumsi. Ketiga unsur proses *decoding* model Stuart Hall ini akan membantu peneliti dalam mendapatkan keberagaman pemahaman generasi milenial terhadap pemberitaan strategi pemerintah mengenai Covid-19 di *Kompas.com*. Keberagaman dan pemahaman generasi milenial dapat membantu peneliti untuk melihat posisi *decoding* generasi milenial model Hall (posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi) dan menjelaskan fenomena atau konstruksi yang dialami setiap orang.

Pada proses *encoding* dan *decoding*, muncul distorsi atau kesalahpahaman karena kurangnya kesetaraan antara kedua sisi di pertukaran komunikatif. Kode yang digunakan dan disandi balik tidak selamanya simetris. Maksud dari simetris dalam teori ini adalah pemahaman dan kesalahpahaman dalam proses pertukaran pesan antara *encoder* dan *decoder*. Dari hasil pemahaman khalayak terhadap kode dari pesan yang diterimanya akan menghasilkan makna dan memberikan dampak yang berbeda.

Dalam teori ini, Hall membagi khalayak dalam tiga posisi *decoding* (Stuart Hall, 2005, pp. 125-127), yaitu:

- 1) Posisi Dominan

Posisi dominan ini terjadi ketika khalayak menerima dan menafsirkan isi pesan secara umum dan tanpa adanya penolakan dan penafsiran kembali pada makna yang sudah disampaikan.

- 2) Posisi Negosiasi

Pada posisi ini, ketika menerima pesan, khalayak akan menerapkan makna dari isi pesan pada pengalaman atau kasus tertentu. Dalam hal ini, khalayak menerima pesan dari media tetapi dapat memberi tafsiran yang berbeda dan melakukan penolakan terhadap isi pesan yang media sampaikan dengan melakukan seleksi terhadap pesan yang ingin khalayak terima.

3) Posisi Oposisi

Pada posisi ini, khalayak dengan kritis mengubah pesan dari media dengan pesan atau kode alternatif. Pada cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan *decoding* ini, khalayak dapat menolak pesan yang disampaikan media dan menggantinya dengan konsep atau ideologinya.

Peneliti menggunakan proses pemaknaan Stuart Hall ini untuk mendapatkan pemahaman bagaimana generasi milenial memaknai pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*. Pemahaman didapatkan dari keberagaman pandangan khalayak dan posisi khalayak generasi milenial dalam melakukan *decoding* dari pemberitaan mengenai kebijakan pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.

2.2.2 Cultural Studies (Kajian Budaya)

Kajian budaya merupakan perspektif teoritis yang berfokus pada bagaimana budaya dipengaruhi oleh kelompok dominan yang kuat (Turner,

2010, p. 362). Kajian budaya menekankan bahwa media membuat khalayak yang berkuasa tetap memegang kendali sementara yang kurang memiliki kendali menyerap apa yang disajikan kepada mereka. Kajian budaya berfokus pada bagaimana khalayak menginterpretasikan dan membuat makna pada media yang mereka konsumsi. Dalam penelitian kajian budaya, penelitian menekankan bahwa khalayak secara aktif menafsirkan konten media dengan cara yang bervariasi dan interpretasi yang diberikan berkaitan dengan posisi sosial atau budaya masing-masing khalayak (Hoynes, 2018, p. 400).

Dalam kajian budaya, hegemoni dan hegemoni tandingan merupakan salah satu konsep inti yang terkait dengan kajian budaya. Hegemoni merupakan pengaruh kekuasaan atau dominasi dari suatu kelompok sosial terhadap yang lain. Sedangkan hegemoni tandingan adalah ketika khalayak menentang kekuasaan yang ada, di mana tidak selamanya khalayak percaya dan menerima apa yang disajikan oleh kekuatan dominan. Meski khalayak sering dipengaruhi oleh kekuatan masyarakat yang dominan, di sisi lain terkadang khalayak akan menunjukkan kecenderungan hegemoni mereka masing-masing. Hegemoni dan hegemoni tandingan ini ada ketika khalayak memiliki kemampuan untuk menerima pesan dan membandingkannya dengan makna yang sudah mereka miliki (Turner, 2010, pp. 367-370).

Asumsi dalam kajian budaya (Turner, 2010, pp. 364-366) adalah mengidentifikasi budaya sebagai komunitas makna dan berkaitan dengan

orang sebagai bagian penting dari hierarki sosial yang kuat. Berbagai norma, ide, nilai, dan bentuk pemahaman dalam suatu masyarakat yang membantu orang menafsirkan realitas mereka adalah bagian dari ideologi budaya. Stuart Hall dalam (Turner, 2010, p. 365) mengungkapkan bahwa ideologi mencakup bahasa, konsep, dan kategori yang dikumpulkan oleh kelompok sosial yang berbeda untuk memahami lingkungan kelompok masyarakat tersebut.

2.2.3 Generasi Milenial

Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall dalam (Yudha, 2018) membedakan generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya yaitu Generasi *Baby Bommers* lahir pada 1946-1964, Generasi X lahir pada 1965-1980, Generasi Y atau Generasi Milenial lahir pada 1981-1994, Generasi Z lahir 1995-2010, dan Generasi Alpha lahir pada 2011-2025. Menurut Yudha, tiap generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan kepribadian.

Hasil studi terkait dengan generasi milenial USA di Amerika Serikat tahun 2011 yang dilakukan oleh Boston Consulting Group (BCG) bersama University of Berkley mengemukakan bahwa minat membaca generasi milenial secara konvensional kini sudah menurun karena generasi milenial lebih memilih membaca lewat telepon genggam mereka, generasi milenial memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi, dan generasi milenial lebih memilih ponsel daripada televisi, dan generasi

milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka (Suci Prasasti, 2020).

Lyons dalam (Putra Y. S., 2016) mengungkapkan karakteristik dari generasi milenial adalah pola konsumsi generasi milenial sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, kehidupan generasi milenial sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, dan lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Teralihnya minat generasi milenial dari media cetak ke digital adalah karena perubahan tren media berbasis digital yang bisa diakses di telepon genggam secara cepat, mudah, dan gratis (Qorib, 2020). Berdasarkan survei APJII, generasi milenial memiliki persentasi sebesar 88.5 persen terhadap penggunaan internet (Kumparan, 2019).

IDN Research Institute mengelompokkan generasi milenial menjadi dua yaitu junior milenial dan senior milenial. Menurut riset, junior milenial lebih memiliki toleransi terhadap persepsi keagamaan dibandingkan senior milenial. Berdasarkan riset, junior milenial memiliki karakteristik lebih sering menghabiskan waktu dengan memperbanyak pergaulan atau pertemanan dan lebih menaruh perhatian pada isu sosial dibanding senior milenial yang lebih memperhatikan kehidupan berkeluarga dan pekerjaan.

Kemudahan menggunakan teknologi yang sebelumnya dilakukan oleh peralihan ke era digital dapat sangat dinikmati oleh generasi milenial. Berdasarkan (Institute, 2019), konsumsi internet dibagi menjadi empat

kategori berdasarkan lamanya mengonsumsi internet yaitu *light user* (mengakses internet < 1 jam sehari), *medium user* (mengakses internet 1-3 jam sehari), *heavy user* (mengakses internet 4-6 jam sehari), dan *addicted user* (mengakses internet > 7 jam sehari). Mayoritas generasi milenial masuk dalam kategori *heavy user* dan *addicted user* di mana hampir semua generasi milenial ketergantungan terhadap menggunakan internet melalui telepon genggam (Institute, 2019). Berdasarkan riset, 9,6 persen junior milenial menghabiskan waktu lebih dari 11 jam untuk menggunakan internet, sedangkan senior milenial hanya 5,2 persen.

Riset Kominfo dan UNICEF (2016) mencatat bahwa remaja di Indonesia yang menjadi pengguna internet dan menjadikan media digital sebagai pilihan utama untuk berkomunikasi setidaknya terdapat 30 juta orang. Generasi milenial umumnya ditandai dengan peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital (Kemenkeu.go.id, 2020). Tantangan yang dialami generasi milenial adalah derasnya arus globalisasi sehingga harus dapat mempersiapkan diri dari terjangan arus globalisasi.

Dalam (Rohmiyati, 2018), untuk mendapatkan informasi, generasi milenial melakukan proses mencari informasi dengan apa yang sedang mereka pikirkan dan butuhkan. Generasi milenial cenderung melakukan seleksi akan informasi yang mereka peroleh untuk memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam jurnalnya, Rohmiyati menuliskan bahwa selain melakukan seleksi, generasi milenial juga melakukan evaluasi

dari informasi yang mereka dapat dengan melihat sumber informasi tersebut, membandingkan beberapa informasi yang sama, dan memeriksa informasi dari media atau sumber informasi lain. Setelah melakukan evaluasi, generasi milenial akan berpikir untuk menyebarkan informasi tersebut atau tidak dan melakukan respon dari informasi-informasi yang mereka dapatkan dan telah mereka bagikan.

Dalam hal ini, generasi milenial sadar akan kebutuhan informasi, menyukai mencari informasi dengan serba cepat, dan ingin memiliki kesempatan untuk memberikan pemahaman mereka terhadap informasi dari media yang mereka konsumsi. Media yang pada dasarnya memiliki efek terhadap informasi yang disajikan terhadap pembentukan opini khalayak, akan membentuk ragam perspektif dari generasi milenial yang aktif menggunakan internet dan menjadikan media *online* sebagai sumber informasi utamanya.

2.2.4 COVID-19

Menurut World Health Organization (WHO), COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-CoV-2) dan telah menetapkan virus ini sebagai pandemi. Pandemi COVID-19 sejak Maret 2020 ini menimbulkan banyak dampak bagi masyarakat belakangan ini. Pemerintah daerah maupun pusat telah menerapkan berbagai kebijakan dalam mengatasi pandemi ini. Seperti perpanjangan kebijakan Pembatasan Sosial

Berskala Besar (PSBB) yang diberlakukan Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta yang tertuang dalam Keputusan Gubernur (Kepgub) No 107 Tahun 2021 terkait Perpanjangan Pemberlakuan Jangka Waktu dan Pembatasan Aktivitas Luar Rumah merupakan salah satu kebijakan dari pemerintah untuk untuk meminimalisir penyebaran kasus aktif di Ibu Kota dalam dua minggu terakhir (jakarta.go.id, 2021).

Pemberitaan mengenai kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk memutus rantai virus ini menuai berbagai respon negatif maupun positif dari masyarakat. Media memberikan pengaruh besar dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan memberikan peranan dalam membentuk opini masyarakat. Peran memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui suatu informasi membuka pintu bagi pers untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan menyiarkan informasi.

Kemudahan mengakses informasi mengenai COVID-19 yang beredar di media sosial tersebar tanpa tersaring dapat terus menyebar tanpa mengenal waktu selama pandemi. Lemahnya kemampuan masyarakat dalam menyaring dan menelaah informasi dapat berkembang menjadi asumsi-asumsi sosial. Pesan yang disampaikan oleh media akan diolah oleh masyarakat dan khalayak akan membuat makna sendiri sesuai dengan pemikiran atau perspektif mereka.

2.3 Alur Penelitian

Khalayak memiliki pemahaman sendiri mengenai pemberitaan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam menangani COVID-19. Pemahaman yang berbeda ini berdasarkan dari penafsiran khalayak dari efek media yaitu dari makna yang media sampaikan lewat isi pesannya. Hal ini berdasarkan studi resepsi dengan model *encoding/decoding* Stuart Hall yang menekankan bahwa makna yang dibuat oleh media belum tentu sama dengan makna yang diterima khalayak. Generasi milenial lahir di tengah masyarakat yang telah banyak menggunakan teknologi dan internet. Tingginya mengkonsumsi berita di media *online* dapat dapat membentuk pemaknaan generasi milenial terhadap berita-berita yang beredar terutama informasi mengenai COVID-19.

Berdasarkan proses pemaknaan Stuart Hall, peneliti ingin melihat keberagaman pemahaman dan posisi generasi milenial yang aktif menggunakan media *online* terhadap pemaknaan mereka mengenai kebijakan pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com* khususnya mengenai peraturan larangan mudik. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana generasi milenial memaknai pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com* dan mengetahui proses penerimaan pesan terhadap pemberitaan strategi pemerintah dalam menangani COVID-19 di *Kompas.com*.