

## BAB II

### KERANGKA TEORI & KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak terhadap Lirik Lagu *Evaluasi Bertema Evaluasi Diri*” ini merupakan penelitian yang dikembangkan berdasarkan teori dan konsep dari penelitian sejenis yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti lain. Studi literatur penelitian terdahulu yang dijadikan referensi untuk penelitian ini diambil berdasarkan pertimbangan karena didasari oleh adanya beberapa irisan kesamaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

Studi literatur yang dilakukan merupakan upaya peneliti dalam memperkaya wawasan dan pemahaman sehingga penelitian ini dapat menghasilkan pandangan, pemahaman, dan tentunya pengetahuan yang lebih luas dan dalam, khususnya terkait teori resepsi khalayak. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi baru yang dapat melengkapi penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan dengan menawarkan keunikan dan kebaruannya tersendiri mengenai topik penerimaan khalayak, dalam konteks ini yaitu melalui karya lagu ciptaan sosok musisi “Hindia”.

Dalam artikel berjudul *African Students Watching CCTV-Africa: A Structural Reception Analysis of Oppositional Decoding* yang ditulis oleh (Xiang, 2018) dan diterbitkan di Westminster Papers in Communication and Culture Tujuan penelitian adalah untuk memahami resepsi audiens asal Afrika yang bersekolah di China terhadap konten CCTV-Afrika dan bagaimana persepsi mereka dipengaruhi oleh pemahaman mereka tentang realitas China di Afrika. Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Khalayak dan Konsep Encoding-Decoding menurut Hall (1973) dan metode penelitian kualitatif, yaitu studi kasus dengan wawancara mendalam terhadap 38 partisipan dari 19 kota di Afrika. Hasil penelitian menunjukkan adanya kontradiksi antara pemahaman dan pemaknaan audiens tentang agenda CCTV-Afrika dan pengembangan Model China. Terutama pada

audiens yang melakukan oposisi decoding, mereka menafsirkan dengan skeptis nada optimis dan positif yang disampaikan oleh CCTV-Afrika. Beberapa partisipan juga menduga bahwa penetrasi ekonomi China ke Afrika merupakan indikasi 'perebutan Afrika'.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Briandana R. , 2016) dengan judul *Televisi Berlangganan dan Identitas Diri: Studi Resepsi Remaja terhadap Tayangan Drama Seri Korea Descendents Of The Sun di KBS World* dan diterbitkan di Jurnal Simbolika, Universitas Medan Area, tujuannya adalah untuk mengetahui resepsi remaja terhadap tayangan drama seri Korea "Descendants of the Sun" di KBS World. Penelitian ini menggunakan konsep Self Identity & Self Development menurut Hall (1980) dan Self Image menurut Giddens (1991). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus, observasi, dan FGD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menggunakan hasil menonton untuk membangun identitas diri mereka, termasuk dalam upaya eksplorasi yang berujung pada penemuan hal-hal baru yang menjadi referensi dalam membangun identitas diri.

Selanjutnya, dalam artikel *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Lirik Lagu 'Peradaban'* yang ditulis oleh (Hamdani, 2020) dan diterbitkan di Jurnal Lektur, Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap pesan yang terkandung dalam lirik lagu "Peradaban". Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Khalayak dan Konsep Encoding-Decoding menurut Hall (2011) dan metode penelitian kualitatif, yaitu analisis resepsi khalayak dengan wawancara dan telaah pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan berada pada posisi pembacaan dominant hegemonic dalam memaknai pesan dalam lirik lagu "Peradaban" dan dalam memaknai kondisi peradaban Indonesia berdasarkan lagu tersebut. Namun, terdapat perbedaan pendapat di antara informan, di mana lima dari enam informan berpendapat bahwa lirik lagu tergolong frontal namun berkonotasi positif, sedangkan satu informan berpendapat bahwa lirik lagu bersifat kritis.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Haerunisa & Wibowo, 2022) dengan judul *Resepsi Komunitas Peduliodgj.id Mengenai Konten Video 'Stop Sebut 'Orang Gila', ODGJ Juga Manusia!'* yang diterbitkan di Ettisal: Journal of Communication, Universitas Darussalam Gontor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi komunitas Peduliodgj.id terhadap isi video "Stop Sebut 'Orang Gila', ODGJ Juga Manusia!". Penelitian ini menggunakan Teori Resepsi Khalayak karya Stuart Hall dan metode penelitian kualitatif, yaitu metode analisis resepsi khalayak dengan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan posisi di antara informan dalam pemaknaan istilah ODGJ dalam konten video tersebut. Beberapa informan berpendapat bahwa penyebutan "orang gila" berdampak buruk bagi ODGJ, sementara yang lain berpendapat bahwa gangguan jiwa dan gangguan fisik harus diperlakukan dengan sama. Selain itu, terdapat informan yang berpendapat bahwa seseorang yang pergi ke psikolog masih dipandang aneh.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nisa, 2017) dengan judul *Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com* yang diterbitkan di JKG (Jurnal Komunikasi Global), Universitas Syiah Kuala. Tujuannya adalah untuk mencari tahu pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak Aceh terhadap berita tentang syariat Islam di media online nasional Kompas.com dalam periode 2014-2016. Penelitian ini menggunakan konsep Encoding-Decoding menurut Hall (1990) dan Muted Group Theory menurut Edwin dan Shirley Ardener (1975). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap pembaca memiliki interpretasi yang berbeda terhadap pemberitaan yang sama. Posisi pembacaan yang paling dominan adalah oposisi, diikuti oleh negosiasi, dan yang paling sedikit adalah posisi pembacaan dominan. Perbedaan dalam pemaknaan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor latar belakang sosiologis, psikologis, dan kebiasaan media dari masing-masing informan.

Terakhir, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tunshorin, 2016) dengan judul *Analisis Resepsi Budaya Populer Korea pada Eternal Jewel Dance*

*Community Yogyakarta* yang diterbitkan di jurnal *Profetik*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tujuannya adalah untuk mendeskripsikan resepsi khalayak terhadap budaya populer Korea (K-Pop) di komunitas *Eternal Jewel Dance* menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan konsep *Encoding-Decoding* menurut Hall (1990) dan pendekatan kualitatif, yaitu metode studi kasus dengan pengambilan data wawancara, observasi, serta studi pustaka. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa informan memiliki posisi pembacaan negosiasi dan dominan tergantung pada beberapa faktor seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman.

Dari enam penelitian terdahulu, seluruhnya merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam hal metode penelitian, peneliti menemukan dua penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis resepsi, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Hamdani, 2020) dan (Haerunisa & Wibowo, 2022). Sedangkan empat penelitian lainnya menggunakan metode penelitian studi kasus, seperti yang dilakukan oleh (Briandana R. , 2016), (Xiang, 2018), (Nisa, 2017), dan (Tunshorin, 2016).

Dalam hal teknik pengumpulan data, terdapat kesamaan antara lima penelitian terdahulu yang menggunakan teknik wawancara mendalam, seperti yang dilakukan oleh (Xiang, 2018), (Hamdani, 2020), (Haerunisa & Wibowo, 2022), (Nisa, 2017), (Tunshorin, 2016). Sementara penelitian oleh (Briandana R. , 2016) tidak menggunakan teknik wawancara, melainkan melalui observasi dan *focused-group discussion* untuk pengambilan datanya. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Hamdani, 2020) dan (Tunshorin, 2016) turut melengkapi penelitiannya dengan teknik pengambilan data secara studi pustaka.

Terkait objek penelitian, masing-masing penelitian terdahulu memilih objek penelitian yang berbeda-beda. (Xiang, 2018) meneliti tayangan televisi dari media massa televisi dari kanal CCTV-Africa, sementara (Briandana R. , 2016) meneliti tayangan serial drama Korea berjudul *Descendants of The Sun* di kanal KBS World. Sedangkan (Hamdani, 2020) memilih lagu berjudul *Peradaban* yang dibawakan oleh band *.Feast*, (Haerunisa & Wibowo, 2022) memilih objek konten video

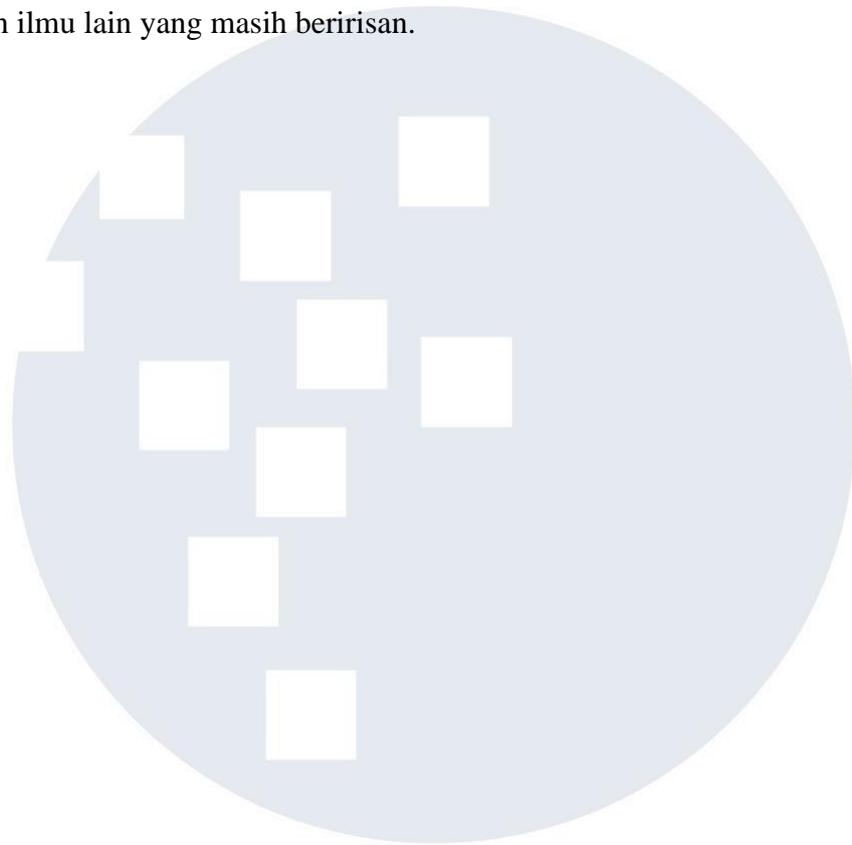
berjudul *Stop Sebut "Orang Gila", ODGJ Juga Manusia!* di kanal Youtube *Menjadi Manusia*. (Nisa, 2017) meneliti objek artikel berita daring pada *Kompas.com*. Sementara, (Tunshorin, 2016) meneliti komunitas *Eternal Jewel Dance* sebagai objek penelitiannya.

Berdasarkan topik penelitiannya, tiga penelitian yaitu oleh (Xiang, 2018), (Briandana R. , 2016), dan (Haerunisa & Wibowo, 2022) membahas bagaimana resepsi khalayak terhadap suatu konten berbasis audio-visual, baik dari tayangan televisi ataupun platform daring seperti *Youtube*. Sementara satu penelitian terdahulu, yaitu karya (Hamdani, 2020) membahas resepsi khalayak terhadap objek berbasis audio yaitu lagu. Sementara, (Nisa, 2017) membahas bagaimana resepsi khalayak terhadap konten berbasis teks pada platform berita daring. Sementara, penelitian oleh (Tunshorin, 2016) cukup berbeda, karena bukan membahas objek berbasis multimedia seperti audio-visual atau teks, melainkan meneliti subjek pada suatu komunitas terhadap suatu budaya populer Korea.

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, penelitian ini akan memiliki kedekatan dengan penelitian karya (Briandana R. , 2016) yang berjudul *Televisi Berlangganan dan Identitas Diri: Studi Resepsi Remaja terhadap Tayangan Drama Seri Korea Decendants Of The Sun di KBS World* dalam hal kemiripan topik, subjek penelitian, metode, serta teori dan konsep yang akan digunakan yaitu Teori *Audience Reception Encoding-Decoding* yang dipopulerkan oleh Stuart Hall pada 1974. Penelitian ini juga memiliki kedekatan dengan penelitian karya Briandana dalam hal tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Penelitian ini memiliki keunikan dan nilai kebaruan di beberapa aspek. Dari hasil studi literatur terdahulu yang sudah dilakukan, belum ditemukan ada penelitian yang mengangkat topik mengenai penerimaan atau resepsi khalayak terhadap lagu berbahasa Indonesia bergenre 'indie' atau 'pop alter' yang bertema evaluasi diri. Penelitian ini mencari tahu bagaimana suatu lagu sebagai media massa dapat diresepsi sekaligus berimplikasi pada kehidupan khalayaknya. Diharapkan, penelitian ini dapat menjadi pengisi kekosongan celah dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dapat memperkaya dan

mengembangkan ilmu pengetahuan dalam disiplin ilmu komunikasi maupun disiplin ilmu lain yang masih beririsan.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

	Previous Research 1	Previous Research 2	Previous Research 3
Nama Peneliti	(Xiang, 2018)	(Briandana R. , 2016)	(Hamdani, 2020)
Judul Artikel	<i>African Students Watching CCTV-Africa: A Structural Reception Analysis of Oppositional Decoding</i>	Televisi Berlangganan dan Identitas Diri: Studi Resepsi Remaja terhadap Tayangan Drama Seri Korea Descendants Of The Sun di KBS World	Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Lirik Lagu “Peradaban”
Sumber Jurnal	Westminster Papers in Communication and Culture	Jurnal Simbolika Vol 2 No. 1, Maret 2016	Jurnal Lektur Vol 3, no 2, 2020
Institusi	University of Westminster Press	Universitas Medan Area	Universitas Negeri Yogyakarta
Akreditasi Jurnal	Q4	SINTA 3	-
Tujuan	Memahami resepsi audiens asal Afrika yang bersekolah di China tentang konten CCTV-Afrika dan memahami bagaimana persepsi mereka dipengaruhi oleh pemahaman mereka akan realitas China di Afrika.	Mengetahui resepsi remaja terhadap tayangan drama seri korea Descendants Of The Sun di KBS World	Mengetahui resepsi khalayak terhadap makna pesan yang terkandung dalam lirik lagu Peradaban
Konsep & Teori	Teori Resepsi Khalayak; Konsep <i>Encoding-Decoding</i> (Hall, 1973)	<i>Self identity &amp; self development</i> (Hall, 1980); <i>Self image</i> (Giddens, 1991)	Teori Resepsi Khalayak; Konsep <i>Encoding-Decoding</i> (Hall, 2011)
Jenis Penelitian; Metode; Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Studi Kasus; Wawancara mendalam 38 partisipan dari 19 kota di Afrika.	Kualitatif; Studi Kasus; observasi dan FGD	Kualitatif; Analisis Resepsi Khalayak; wawancara dan studi pustaka
Hasil dan Kesimpulan	Terjadi kontradiksi antara pemahaman/pemaknaan audiens tentang agenda CCTV-Afrika dan jalur pengembangan Model China. Khususnya pada audiens oposisi <i>decoding</i> , nada optimis dan positif dari CCTV-Afrika dimaknai secara skeptis oleh mereka. Pada partisipan juga menduga bahwa penetrasi ekonomi China ke Afrika merupakan indikasi ‘perebutan Afrika’	Responden menggunakan hasil menonton untuk membangun identitas dirinya, salah satunya sebagai upaya eksplorasi yang berujung pada penemuan hal-hal baru yang dapat menjadi referensi mereka dalam membangun identitas diri.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keseluruhan informan berada pada posisi pembacaan <i>dominant</i> hegemonik dalam memaknai pesan yang terkandung dalam lirik lagu Peradaban &amp; dalam memaknai kondisi peradaban Indonesia berdasarkan lagu Peradaban.</li> <li>2) Lima dari enam informan dalam penelitian ini memiliki pendapat bahwa lirik dalam lagu Peradaban tergolong frontal, namun berkonotasi positif. Satu informan berpendapat bahwa lirik lagu bersifat kritis.</li> </ol>

Sumber: (Olahan peneliti, 2023)

	Previous Research 4	Previous Research 5	Previous Research 6
Nama Peneliti	(Haerunisa & Wibowo, 2022)	(Nisa, 2017)	(Tunshorin, 2016)
Judul Artikel	Resepsi Komunitas Peduliogdj.id Mengenai Konten Video Stop Sebut “Orang Gila”, ODGJ Juga Manusia!	Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com	ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY YOGYAKARTA
Sumber Jurnal	Ettisal: Journal of Communication	JKG (Jurnal Komunikasi Global)	Profetik
Institusi	Universitas Darussalam Gontor	Universitas Syiah Kuala	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Akreditasi Jurnal	-	S3	S2
Tujuan	Mengetahui resepsi komunitas Peduliogdj.id mengenai isi video “Stop Sebut <i>Orang Gila</i> , ODGJ Juga Manusia!”	Mencari tahu bagaimana pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak Aceh terhadap teks berita syariat Islam di media online nasional Kompas.com pada periode 2014-2016. Penelitian ini juga mencari tahu faktor-faktor apa yang menjadi alasan khalayak dalam melakukan pemaknaan.	Mendeskripsikan resepsi khalayak dari K-Pop (Budaya Populer Korea) di komunitas Eternal Jewel Dance menggunakan analisis resepsi Stuart Hall.
Konsep & Teori	Teori Resepsi Khalayak (Stuart Hall)	Konsep <i>encoding-decoding</i> (Hall, 1990); <i>Muted Group Theory</i> (Edwin & Shirley Ardener, 1975)	Konsep <i>encoding-decoding</i> (Hall, 1990);
Jenis Penelitian; Metode; Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Analisis resepsi khalayak; Wawancara mendalam	Kualitatif; Studi Kasus; wawancara	Kualitatif; Studi Kasus; wawancara, observasi, studi pustaka.
Hasil dan Kesimpulan	Adanya perbedaan posisi dari setiap informan mengenai pemaknaan ODGJ dalam konten video tersebut. Posisi yang didominasi hegemonidominan pada pemahaman bahwa penyebutan orang “gila” berdampak buruk untuk ODGJ, posisi negosiasi lebih pada pemahaman bahwa gangguan jiwa dan gangguan fisik harus diperlakukan dengan sama, dan terakhir, posisi oposisi lebih pada pemahaman bahwa seseorang yang pergi ke psikolog masih dipandang aneh.	Setiap pembaca memiliki interpretasinya masing-masing yang berbeda satu sama lain terhadap pemberitaan yang sama. Posisi pembacaan yang paling dominan adalah posisi oposisi, kedua yaitu pembacaan negosiasi, dan paling sedikit posisi pembacaan dominan. Perbedaan yang ditemukan dipengaruhi oleh faktor perbedaan latar belakang sosiologis, psikologis, dan <i>media habit</i> dari masing-masing informan.	Dalam beberapa kondisi, informan menjadi berposisi pembacaan negosiasi dan pembacaan dominan. Terdapat juga beberapa faktor yang mempengaruhi dalam proses pemaknaan seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman.

Sumber: (Olahan peneliti, 2023)



UMMN

17  
Analisis Resepsi Khalayak..., Virino Miracle Eucharistio, Universitas Multimedia Nusantara

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Teori dan Konsep Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan teori resepsi khalayak yang dipopulerkan oleh Stuart Hall, termasuk konsep yang ada di dalam teori tersebut yaitu proses *encoding* dan *decoding* serta posisi penerimaan khalayak yang meliputi *dominant-hegemonic reading*, *negotiated-meaning*, dan *oppositional-decoding*.

### 2.2.1 Teori Resepsi Khalayak

Salah satu tokoh utama dalam analisis resepsi adalah Stuart Hall, yang pada tahun 1974 merumuskan sebuah varian teori kritis yang persuasif (McQuail & Deuze, 2020). Teori tersebut menekankan tahapan-tahapan perubahan yang dialami oleh sebuah pesan media sejak awal munculnya hingga diterima dan diinterpretasikan oleh orang lain (McQuail & Deuze, 2020). Sebelum penelitian mengenai khalayak menjadi populer, penerima pesan atau komunikan dianggap sebagai objek yang pasif dan tidak memiliki peran dalam pengembangan makna dari pesan yang disampaikan. Khalayak yang seperti ini disebut juga sebagai khalayak pasif (Turow, 2014). Namun demikian, pandangan tersebut akhirnya berubah setelah studi resepsi khalayak dicetuskan oleh Stuart Hall di tahun 1973. Dalam gagasannya, Hall turut memperkenalkan konsep *encoding* dan *decoding*.

Teori populer sebelumnya yaitu *uses-and-gratification theory* menurut Hall tidak lagi cukup relevan karena teori tersebut hanya berfokus pada bagaimana khalayak menggunakan dan menerima pesan dari media. Hall kemudian berargumen di salah satu bukunya, bahwa para peneliti seharusnya memfokuskan penelitian pada dua hal, yaitu (1) *encoding* - analisis konteks sosial dan politik dari konten yang diproduksi, dan (2)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

*decoding* – konsumsi dari konten media tersebut dalam konteks kehidupan sehari-hari (Baran & Davis, 2014).

Model	Orientation of	
	Sender	Receiver
Transmission model	Transfer of meaning	Cognitive processing
Expressive or ritual model	Performance	Consummation/shared experience
Publicity model	Competitive display	Attention-giving spectatorship
Reception model	Preferential encoding	Differential decoding/construction of meaning

Gambar 2. 1 Komparasi 4 model proses komunikasi massa berdasarkan orientasi *sender* dan *receiver*

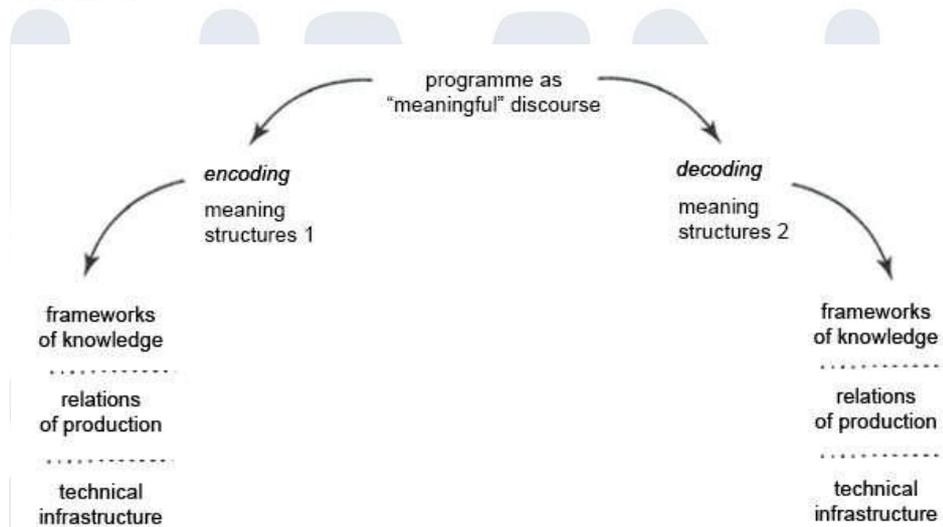
Sumber: (McQuail & Deuze, 2020)

Pada 1974, Stuart Hall merumuskan sebuah varian teori kritis yang persuasif, yang dikenal sebagai Teori Resepsi Khalayak (McQuail & Deuze, 2020). Pendekatan resepsi memiliki esensi yang menitikberatkan pada atribusi dan konstruksi makna pada penerimanya (McQuail & Deuze, 2020). Dalam pendekatan resepsi khalayak, perlu disadari bahwa komunikator atau pembuat pesan tentu dapat memilih untuk menyandikan pesan (*encoding*) demi mencapai tujuan ideologis ataupun institusionalnya, termasuk juga dengan cara memanipulasi bahasa dan media agar khalayak lebih terarahkan untuk memaknai pesan sesuai yang diinginkan oleh komunikator (*preferential encoding*). Namun begitu, perlu disadari juga bahwa khalayak penerima (*decoder*) juga tidak diwajibkan menerima pesan tersebut dan menyetujui gagasan yang disampaikan oleh komunikator (*encoder*), melainkan dapat secara bebas menerapkan penerimaan atau pemaknaan yang berbeda, atau bahkan bertolak-belakang sama sekali, seturut konteks pengalaman maupun pandangan sang khalayak itu sendiri, yang disebut sebagai *differential decoding* (McQuail & Deuze, 2020). Pada pendekatan resepsi, berbagai jenis alat ataupun platform dengan banyak ragam media, seperti TV, *smartphone*, *website*, koran, dan berbagai komunitas lainnya turut berperan dalam memengaruhi dan membentuk bagaimana suatu pesan itu ditampilkan, serta bagaimana pesan tersebut diterima oleh khalayak penerimanya (*decoder*) (McQuail & Deuze, 2020).

Sehingga berdasarkan penjelasan-penjelasan sebelumnya, dapat diketahui secara jelas bahwa model dan teori resepsi ini memiliki beberapa prinsip utama, yaitu pemaknaan yang beragam atas konten media, adanya ‘komunitas interpretatif’ yang beragam, dan pengutamaan khalayak penerima dalam pembentukan makna (McQuail & Deuze, 2020).

### A) Proses Encoding-Decoding

Menurut Hall dalam Sely & Aladdin (2018), *encoding* dan *decoding* merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam proses komunikasi. Walau tak terpisahkan, keduanya merupakan hal yang berseberangan namun saling melengkapi. *Encoding* merupakan proses penyandian dari pembuat pesan (komunikator), sedangkan *decoding* merupakan proses penerjemahan oleh penerima pesan (komunikan) (Tan & Aladdin, 2018). Dalam model Hall tentang proses *encoding* dan *decoding*, ia menggambarkan program televisi (atau media teks lain yang serupa) sebagai sebuah narasi yang penuh akan makna (McQuail & Deuze, 2020). Salah satu yang menjadi dasar dari teori ini ialah bahwa khalayak yang merupakan penerima pesan juga memiliki kuasa dalam memaknai dan merespons berbagai pesan yang disodorkan oleh media.



Gambar 2. 2 Diagram Encoding-Decoding Stuart Hall  
Sumber: (Media Studies, 2020)

Dari diagram Hall menjelaskan bahwa proses encoding-decoding dapat digambarkan melalui program televisi sebagai sarana untuk berbagi informasi. Televisi merupakan struktur kelembagaan penyiaran yang memerlukan jaringan produksi dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*) untuk menghasilkan program. Jaringan produksi ini merupakan konstruksi pesan yang digunakan untuk membingkai makna dan ide, sehingga program sebagai hasil dari pembedaan proses *encoding* dapat juga disebut sebagai ‘diskursus penuh makna’ (*meaningful discourse*). Selain itu, program yang ditayangkan juga harus memiliki hubungan yang baik (*relations of production*) dengan masyarakat melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan pengetahuan khalayak (*frameworks of knowledge*).

Makna yang telah dikodekan oleh media disebut sebagai struktur makna (*meaning structures 1*) yang didasarkan pada kepentingan media tersebut. Namun, saat diterjemahkan oleh khalayak sebagai *decoder*, makna tersebut mengalami perubahan dalam struktur makna (*meaning structures 2*) sesuai dengan kerangka ideologi, kepercayaan, dan pengetahuan (*frameworks of knowledge*), hubungan sosial khalayak (*relations of production*), serta teknologi yang dimiliki dan digunakan oleh mereka (*technical infrastructure*). Proses yang saling terkait ini kemudian menghasilkan penerimaan yang bervariasi (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005).

Kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*) merujuk pada pemahaman seseorang tentang penggunaan bahasa verbal dan non-verbal, kepercayaan, hubungan sosial, dan realitas objektif yang terjadi di lingkungan masyarakat. Pemahaman ini diperoleh khalayak melalui pembelajaran di dalam masyarakat, komunitas atau kelompok budaya tertentu sejak usia dini, yang memberikan pemahaman kepada individu (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005).

Hall dalam (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, hal. 130) juga menjelaskan bahasa yang digunakan oleh media harus dapat dipahami oleh khalayak dengan tujuan agar dapat menciptakan hubungan yang baik antara keduanya (*relations of production*). Selain itu, bahasa yang digunakan dalam menyampaikan suatu pesan juga memiliki efek bagi khalayak dalam aspek afektif (emosional), kognitif (pemahaman), dan konatif (perilaku). Melalui aspek-aspek ini lebih lanjut kemudian dapat memberi efek menghibur, mempengaruhi, memerintah ataupun mempersuasi khalayak. Menurut Hall (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, hal. 129), infrastruktur teknis (*technical infrastructure*) merupakan salah satu faktor yang terlibat dalam pembangunan pesan di media. Dijelaskan bahwa pengaruh teknologi ini berkontribusi pada variasi dalam proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak.

Pada akhirnya, resepsi terhadap isi media menentukan bagaimana khalayak merespons dan memahami konten tersebut. Dalam teori Resepsi Khalayak oleh Stuart Hall, pengaruh media massa yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif ini juga tergantung pada sejauh mana individu bergantung pada media dan intensitas keterlibatan mereka, serta beragamnya jenis khalayak yang mengonsumsi media. Sebagai seorang teoretikus kritis, Hall meyakini bahwa mayoritas konten media populer cenderung mendukung status quo yang ada (Baran & Davis, 2014). Namun, selain pembacaan utama yang dominan tersebut, anggota khalayak juga memiliki kemungkinan untuk melakukan interpretasi alternatif yang berbeda.

Menurut Littlejohn & Foss (2014, hal. 312), terdapat dua jenis khalayak. Khalayak aktif adalah mereka yang bertanggung jawab dan memiliki tujuan dalam memilih media secara selektif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Mereka menyadari kebutuhan mereka dan tahu bagaimana memenuhinya. Perilaku khalayak aktif berbeda-beda karena kebutuhan mereka juga berbeda dalam memilih media yang mereka

konsumsi. Di sisi lain, khalayak pasif adalah mereka yang menerima informasi yang disajikan oleh media secara utuh dan menarik kesimpulan tanpa banyak berpikir. Paparan yang masif dari media dapat berpengaruh pada cara berpikir mereka yang secara tidak sadar mengikuti ideologi yang dibentuk oleh media dan dikonsumsi oleh mereka.

Setiap penerima pesan memiliki latar belakang pengalaman hidup yang berbeda satu sama lain, salah satunya terkait aspek budaya. Maka fokus utama dari studi ini adalah terkait bagaimana pemaknaan suatu konten yang spesifik dari media oleh khalayaknya yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda (Baran & Davis, 2014). Dengan demikian, pemaknaan oleh khalayak mungkin saja sesuai dengan yang disandikan (*encoded*) oleh pengirim atau dapat juga tidak sesuai dan berbeda sama sekali (Briandana R. , 2016).

Stuart Hall menjelaskan bahwa segala jenis konten media dapat dianggap sebagai teks yang tersusun dari tanda-tanda. Tanda-tanda yang berbagai macam ini memiliki keterkaitan satu sama lain secara spesifik. Dengan demikian, khalayak juga harus dapat memaknai tanda-tanda dan struktur dari suatu konten media untuk dapat memahaminya (Baran & Davis, 2014). Hall berargumen bahwa teks memiliki sifat polisemi dan beberapa teks pada dasarnya memang tersurat secara ambigu dan multitafsir sehingga dapat dimaknai secara terbuka dan beragam oleh khalayak yang menerimanya (McQuail & Deuze, 2020). Dengan alasan seperti itu, Fiske dalam (Tan & Aladdin, 2018) mengatakan bahwa secara praktis dapat dikatakan bahwa makna yang tersirat dalam suatu konten pada suatu media dapat secara oposisi dimaknai dan ditanggapi oleh khalayaknya.

### **B) Posisi Resepsi Khalayak**

Selanjutnya Hall juga menjelaskan tiga klasifikasi posisi yang dapat diambil oleh khalayak setelah melalui proses *decoding* pesan dari suatu media. Berikut penjelasan ketiga posisi tersebut (Hodkinson, 2017).

1) Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant-Hegemonic Reading*)

Ini merupakan posisi pemaknaan yang secara praktis diharapkan oleh para pembuat pesan. Posisi ini adalah kondisi di mana khalayak penerima pesan dari suatu media tidak merespons dengan pertentangan. Dalam kata lain, pemaknaan yang diharapkan oleh pengirim pesan dengan yang dimaknai oleh khalayak berada pada sisi yang sama dan sejalan. Walau sebagian besar teks atau konten yang dikirimkan bersifat polisemi, namun posisi ini juga masih memungkinkan untuk diambil oleh khalayak. Keadaan tersebut biasanya akan tercapai apabila apa yang disampaikan oleh media ternyata memiliki aspek kedekatan dan relevansi yang tinggi, juga disukai atau dibutuhkan oleh khalayak. Dengan demikian, khalayak secara mudah tidak akan memberikan respons yang menentang pesan dalam media tersebut. Untuk mendapatkan pemaknaan dengan posisi ini, biasanya media bisa memanfaatkan kode budaya seperti sikap, keyakinan, dan asumsi yang dominan di khalayak sebagai unsur dari pesan yang hendak disampaikan, sehingga khalayak menerima sepenuhnya.

2) Posisi Negosiasi (*Negotiated-Meaning*)

Posisi ini adalah kondisi di mana khalayak menerima pesan dari media, namun dimaknai dan ditanggapi secara kritis. Kritis dalam artian khalayak akan secara aktif mempertanyakan dan tidak serta-merta menerima gagasan yang tersirat dalam suatu media. Ini dilakukan sebab pesan yang disampaikan kemungkinan kurang sesuai dengan sikap, keyakinan, asumsi, dan budaya yang selama ini telah dipegang teguh oleh khalayak. Dengan demikian, dengan kondisi pesan yang seperti itu, maka khalayak akan merespons dengan cenderung memodifikasi atau menegosiasi pesan agar terasa lebih sesuai dengan diri pribadi dari khalayak penerima pesan (komunikannya). Khalayak yang mengambil posisi ini masih memungkinkan pesan diterima, namun setelah disesuaikan dengan sang khalayak.

3) Posisi Oposisi (*Oppositional-Decoding*)

Posisi ini merupakan kondisi di mana khalayak akan sangat kritis terhadap pesan dari suatu media dan sepenuhnya tidak sejalan dengan makna pesan yang disampaikan. Khalayak yang telah mengidentifikasi pesan yang berusaha disampaikan oleh komunikator lewat suatu media memberikan ketidaksepakatan sehingga menolaknya. Dengan demikian, khalayak dengan posisi ini akan cenderung menciptakan kerangka alternatif sendiri dalam memaknai pesan agar sesuai dengan cara berpikir dan keyakinan mereka. Posisi ini adalah posisi yang paling tidak diharapkan oleh pembuat pesan.

Teori ini dipilih sebagai teori utama dalam penelitian ini tentunya karena beberapa kelebihan dan relevansinya dengan topik penelitian ini. Baran & Davis (2014) menjelaskan beberapa kelebihan teori milik Stuart Hall, seperti fokusnya pada individual-individual dalam proses komunikasi, menyadari dan menghargai bahwa khalayak penerima pesan juga memiliki intelektualnya sendiri yang membuat pemaknaan dapat terjadi secara lebih independen, dapat membantu mencari pemahaman mendalam tentang bagaimana khalayak menginterpretasikan suatu konten media, hingga dapat membantu melakukan analisis mendalam tentang cara media diimplementasikan dalam konteks sosial.

### **2.2.2 Karya Lagu Sebagai Salah Satu Bentuk Media Massa**

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan oleh seorang komunikator melalui media massa kepada sejumlah besar komunikan (Baran & Davis, 2014). Pesan tersebut dapat berupa lisan maupun tulisan, dan media massa memiliki berbagai bentuk seperti media cetak dan elektronik. Melalui ragam pesan dan saluran media ini, komunikan memiliki kebebasan untuk memilih melalui media mana pesan tersebut akan diterima. Hal yang sama berlaku untuk musisi sebagai komunikator yang memilih menyampaikan pesan melalui lagu yang dibentuk dalam media seperti vinyl, kaset, atau Compact Disc (CD) (McQuail & Deuze, 2020). Lagu dapat diklasifikasikan sebagai bentuk media komunikasi massa karena

memiliki unsur, karakteristik, dan fungsi yang serupa dengan komunikasi massa. Pada intinya, lagu merupakan sebuah pesan yang ditujukan kepada khalayak atau pendengar dalam jumlah yang besar melalui media yang spesifik.

Moylan dalam (Yuliarti, 2015) menyebutkan bahwa lagu merupakan bentuk musik yang memiliki unsur teks/lirik. Lagu terdiri dari berbagai aspek, seperti instrumen musik, aransemen musik, teknik nyanyian, komposisi, dan lirik. Para pencipta lagu tentunya punya aspirasi tersendiri dalam menciptakan karyanya, salah satunya dengan cara menyiratkannya dalam lirik lagu ciptaannya. Lirik yang dialunkan dalam harmonisasi lagu ini kemudian bisa diterima secara apa adanya, dimaknai sesuai realitas masing-masing pribadi, ataupun dikritisi.

Lirik lagu berfungsi sebagai media ekspresi dalam musik, di mana penyair menggunakan kreativitasnya untuk bermain dengan kata-kata, sehingga lirik lagu memiliki daya tarik yang unik. Ini membuat pendengar semakin terhubung dengan suasana yang ingin disampaikan atau yang dipikirkan oleh penulis lagu (Mane, 2016). Lagu dianggap sebagai media interaksi yang memungkinkan komunikasi tidak langsung dengan lawan bicara dapat terjadi.

Unsur-unsur dalam teks atau lirik sebuah lagu mengandung pesan tertentu, sehingga lagu juga dapat digolongkan sebagai produk media massa. Media massa melibatkan produksi dalam skala besar, yang merupakan salah satu karakteristik budaya populer. Ketika digunakan sebagai kata sifat, "populer" menunjukkan bahwa sesuatu atau seseorang disukai secara umum. Ketika diterapkan pada media, "populer" mengacu pada program televisi tertentu, film, rekaman lagu, buku, dan majalah yang dikonsumsi secara luas oleh masyarakat umum. Popularitas dari produk-produk media tersebut dapat dilihat melalui survei rating dan penjualan, sehingga "populer" selalu terkait dengan aspek komersial. Salah satu aspek dari budaya populer adalah pola perilaku konsumsi yang dilakukan oleh

masyarakat. Pola konsumsi masyarakat terhadap produk-produk budaya populer cenderung tidak melibatkan pemikiran yang terlalu kompleks. Hampir tidak ada upaya interpretasi yang dilakukan dalam proses konsumsi tersebut. Hal yang sama berlaku dalam konsumsi musik oleh masyarakat. Ketika mendengarkan lagu, masyarakat cenderung hanya mendengarkan tanpa memiliki niat untuk memahami lebih dalam makna yang terkandung dalam lagu tersebut, baik dari segi musik maupun liriknya.

Lagu menjadi salah satu media hiburan, inspirasi, motivasi, refleksi, dan evaluasi diri. Dari sekian banyak lagu, ada segelintir lagu yang liriknya bermakna sangat dalam dan bisa berdampak dalam pengembangan diri khalayak yang memaknai atau meresepsikannya dengan tepat. Lagu yang seperti ini memiliki aspek kedekatan dan relevansi yang tinggi dengan khalayaknya. Sebagai bentuk ekspresi budaya yang luas diakses, lagu memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pendengarnya dengan memasukkan beragam perspektif hidup dan nilai-nilai sebagai karya seni, komoditas, maupun ideologi. Proses ini juga didukung oleh peran media massa yang berfungsi sebagai alat pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), penghubung (*linkage*), penyebaran nilai-nilai (*transmission of value*), serta sebagai sumber hiburan (*entertainment*) (McQuail, 2010).

Lagu tidak hanya didengar secara pasif, melainkan para pendengar juga secara aktif membangkitkan makna tersirat atas lirik lagu yang tersurat (Littlejohn & Foss, 2014). Pemaknaan ini akan memberi pengaruh terhadap hidup khalayak pendengarnya, tergantung bagaimana khalayak meresepsikan pesan dari lagu dan mengaitkannya dengan hidup mereka pribadi. Lagu bisa memiliki kedekatan (*connectedness*) dengan para pendengar yang memaknainya.

Lagu sebagai salah satu media komunikasi massa diketahui memiliki kemampuan dalam mentransmisikan atau menyebarkan pesan (Yuliarti, 2015), yang dalam konteks penelitian ini tergambar oleh proses

*encoding* yang dilakukan oleh pembuat pesan (*sender*). Makna pesan yang diresepsikan oleh khalayak terhadap lirik lagu tertentu bisa memberi dampak pada diri khalayaknya, dalam konteks ini yaitu aspek pola pikir (*mindset*) dan kondisi psikis. Lagu bisa mengubah hidup seseorang dengan cara mengubah cara pandang hidupnya dalam memandang dunia maupun memandang dirinya sendiri.

### **2.2.3 Keterkaitan Teori Resepsi Khalayak dengan Lagu sebagai Media Massa**

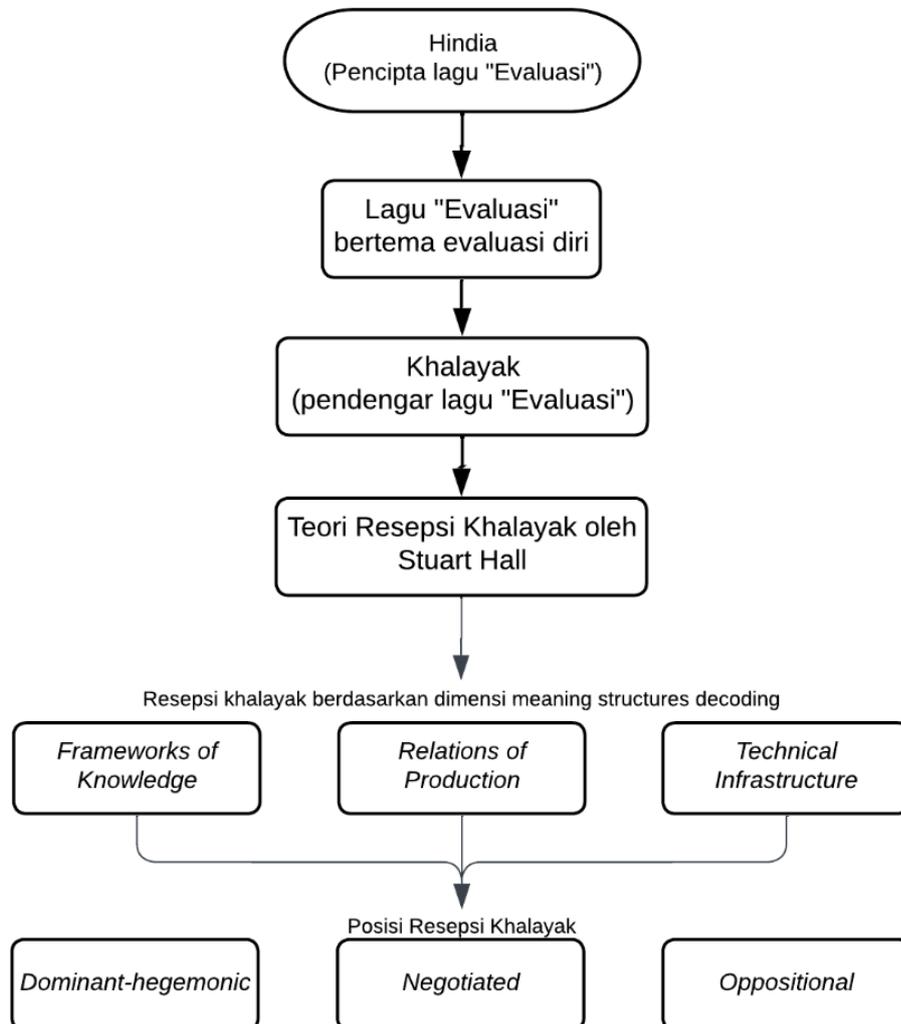
Penelitian ini dilakukan dengan didasari prinsip bahwa khalayak memiliki kemampuan intelektualnya masing-masing. Dengan meyakini hal tersebut, maka khalayak dapat secara bebas membangkitkan makna tersendiri atas media yang dikonsumsi, dalam konteks penelitian ini yaitu lagu. Hal itu dimungkinkan sebab suatu pesan tertentu yang disandikan (*encoding*) oleh pencipta lagu (pembuat pesan/komunikator) ke dalam lagunya sangat mungkin untuk diresepsikan (*decoding*) oleh pendengar lagu (penerima pesan/komunikasi) menjadi pesan yang berbeda, atau bahkan bertolak belakang dengan apa yang pada awalnya diinginkan oleh pihak komunikator.

Lagu memiliki bentuk dan karakteristik yang serupa dengan komunikasi massa. Dalam lagu, komunikasi terjadi dalam satu arah, yaitu dari musisi kepada pendengar. Komunikator, dalam hal ini musisi, melibatkan banyak pihak dalam satu lembaga, mulai dari proses produksi hingga distribusi lagu. Setelah lagu didistribusikan, komunikator atau musisi tidak lagi mengenal pendengar yang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat. Fungsi komunikasi massa sebagai sarana persuasi juga berkaitan erat dengan fungsi lagu. Persuasi dalam lagu dapat berupa pengukuhan atau bahkan perubahan sikap dan nilai pada seseorang. Sebagai contoh, lagu dengan tema evaluasi diri diciptakan untuk menyadarkan khalayak akan pentingnya mengevaluasi diri pribadi dalam kehidupan sehari-hari pada saat lagu tersebut dibuat.

Dalam penelitian ini, proses *encoding* (penyandian) yang dilakukan oleh seorang musisi atau pencipta lagu, tentunya memiliki keterkaitan dengan proses *decoding* (penerjemahan) yang dilakukan oleh pendengar (khalayak) dari lagu-lagu tersebut. Selanjutnya, pemaknaan yang dihasilkan oleh masing-masing pendengar akan dikaitkan dengan bagaimana pengaruh dan implikasinya terhadap diri mereka. Secara singkat, Teori Resepsi Khalayak digunakan untuk mencari tahu bagaimana keterkaitan dan kasus ini dapat terjadi, dengan para pendengar (khalayak) sebagai subjek penelitiannya dan lagu “Evaluasi” karya Hindia sebagai objeknya.



### 2.3 Alur Penelitian



Gambar 2. 3 Alur Penelitian  
Sumber: (Olahan peneliti, 2023)

