



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 TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan untuk melanjutkan, melengkapi, dan mengembangkan penelitian terdahulu mengenai teori analisis resepsi media terutama pada penggunaan media baru. Oleh karena itu, peneliti menggunakan 7 jurnal dan 2 skripsi terdahulu sebagai referensi dan acuan dalam penelitian. Jurnal terdahulu yang digunakan menggunakan acuan kata kunci analisis resepsi media yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Jurnal pertama berjudul Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada *Eternal Jewel Dance Community* Yogyakarta yang disusun oleh Cahya Tunshorin pada tahun 2016 bertujuan untuk mengetahui pemaknaan penikmat budaya K-Pop berdasarkan kategori resepsi media menurut Stuart Hall. Jurnal penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada informan yang berada pada kategori oposisi, hanya terbagi menjadi kategori dominan dan negosiasi, karena kriteria informan yang merupakan individu yang telah memiliki ketertarikan pada budaya K-Pop (Tunshorin, 2016).

Jurnal kedua berjudul Analisis Resepsi Remaja Kota Sampit Mengenai Keberagaman Di Media disusun oleh Widyaningrum *et al.* pada tahun 2020 bertujuan untuk mengetahui *point of view* remaja sebagai audiens media mengenai pemaknaan mereka di antara keberagaman Indonesia. Teori yang digunakan ialah analisis resepsi media menurut Stuart Hall sehingga peneliti menganalisa jawaban informan berdasarkan kategori *decoding*, yaitu *dominant hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode studi kasus, dan *focus group discussion* atau FGD sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan sepakat bahwa media Indonesia menyebarkan konflik yang berlandaskan keberagaman dan mereka ingin

Indonesia terlepas dari konflik tersebut (Widyaningrum, Yumarnamto, & Prijambodo, 2020).

Jurnal ketiga berjudul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com yang disusun oleh Krisna Octavianus Dwiputra pada tahun 2021 bertujuan untuk mengetahui persepsi dan pemaknaan khalayak terhadap berita dan informasi mengenai Covid-19 dari klikdokter.com berdasarkan kategori resepsi media menurut Stuart Hall. Jurnal penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa 2 informan termasuk pada klasifikasi dominan karena menganggap media tersebut kredibel dan 3 informan lainnya berada pada klasifikasi negosiasi karena mereka menerima sekaligus mengkritisi informasi yang diberitakan melalui klikdokter.com (Dwiputra, 2021).

Jurnal keempat berjudul Resepsi Pembaca Terkait Berita Demo 4/11 di Kompas.com yang disusun oleh Novita Ika Purnamasari pada tahun 2018 bertujuan untuk mengetahui keberagaman makna yang diterima khalayak atas berita demo 4/11 berdasarkan teori analisis resepsi model *Consolidated Analytical Framework* menurut Carolyn Michelle. Jurnal penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Hasil penelitian membuktikan bahwa 1 informan berada pada mode *hegemonic reading* karena menyetujui berita yang dibaca karena dianggap sudah kredibel, 1 informan berada pada mode *counter-hegemonic reading* karena menganggap media dapat dimanipulasi dan 2 informan pada mode *contesting reading* karena mereka menerima pesan media dan mengkritisinya dengan fakta atau pengalaman pribadi (Purnamasari, 2018).

Jurnal kelima berjudul Analisis Resepsi Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNISBA Terhadap Video "Mendebat Si Pawang Hujan" yang disusun oleh Sari *et al.* pada tahun 2022 bertujuan untuk mengetahui pemaknaan dan penerimaan khalayak terhadap video *podcast* Deddy Corbuzier mengenai pawang hujan berdasarkan kategori resepsi media menurut Stuart Hall. Jurnal penelitian ini

menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, studi pustaka, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan berada pada kategori oposisi karena menganggap apa yang disampaikan oleh pawang hujan di *podcast* tersebut tidak sesuai dengan nilai dan pengalaman informan (Sari & Abdullah, 2022).

Jurnal keenam berjudul *Mediamorfosis Itu Bernama Booktube: Analisis Resepsi Terhadap Penonton Booktube* yang disusun oleh Permatasari *et al.* pada tahun 2021 bertujuan untuk mengetahui *media use & habit* dan pemaknaan penonton terhadap tayangan Booktube berdasarkan teori analisis resepsi menurut Stuart Hall. Jurnal penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dengan cara melaksanakan *focus group discussion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap Booktube beragam dan bervariasi (Permatasari, Maulani, Nurrahmawati, & Darmawan, 2021).

Jurnal ketujuh berjudul *Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial* yang disusun oleh Moch Nurcholis Majid pada tahun 2020 memiliki tujuan penelitian berikut, yaitu mengetahui penerimaan mahasiswa UINSA terhadap pemberitaan hoax di media sosial. Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif, metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara *focus group discussion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 1 informan pada posisi hegemoni dominan, 4 informan pada posisi negosiasi, dan 3 informan pada posisi oposisional (Majid, 2020).

Penelitian terdahulu kedelapan berjudul *Resepsi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara Terhadap Berita Anti-Natalisme di Media Online BBC.com* yang disusun oleh Shela pada tahun 2021 bertujuan untuk mengetahui pemaknaan mahasiswa UMN terhadap berita anti-natalisme yang diunggah oleh media daring BBC.com. Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan metode penelitian analisis resepsi dan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 2 informan tergolong ke dalam posisi

hegemonic reading dan 1 informan berada dalam posisi *contesting reading* berdasarkan evaluasi dari pemaknaan informan secara denotatif dan konotatif terhadap berita terkait.

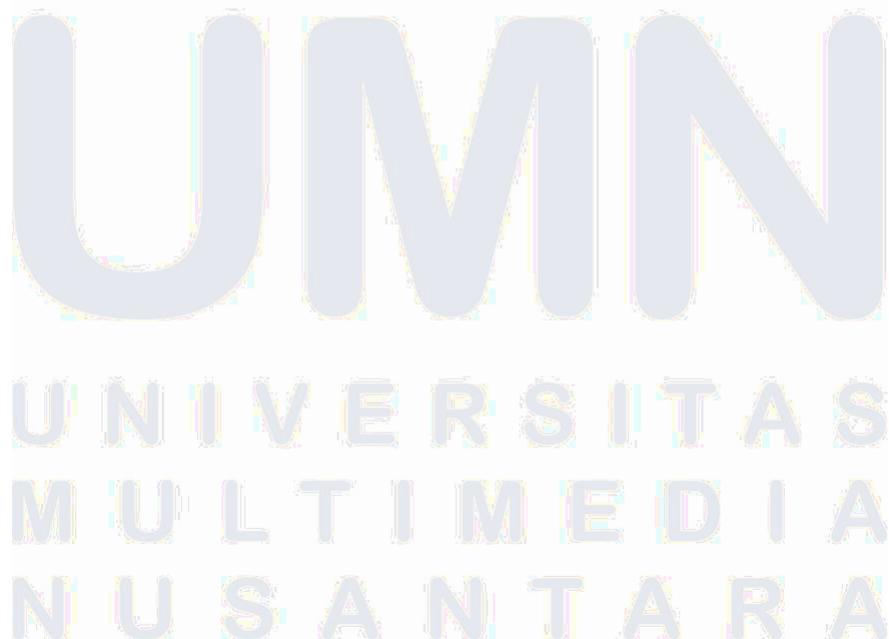
Penelitian terdahulu terakhir yang digunakan sebagai acuan penelitian ini berjudul *Penerimaan Pesan Vaksinasi Covid-19 oleh Kelompok Dengan Vaccine Hesitancy (Studi Kasus Pada Komunitas Kristen Alive Bandung)* disusun oleh Eunike Christela Lestantun pada tahun 2022 bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak beragama Kristen di Komunitas Anak Muda Alive Bandung terhadap pesan vaksinasi Covid-19. Hasil penelitian pada tiap evaluasi menyatakan bahwa terdapat perubahan dari *counter-hegemonic* menjadi *hegemonic reading* akibat pengalaman, pengetahuan, dan situasi baru yang dialami oleh informan.

Meninjau dari seluruh penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini akan menggunakan teori analisis resepsi menurut Carolyn Michelle. Teori tersebut menyortir teks media, namun peneliti akan mengambil kerangka berpikirnya yang terdiri dari 4 mode penerimaan, yaitu *transparent*, *referential*, *oppositional*, dan *discursive*. Selain itu, peneliti membutuhkan tahapan terakhir yang dikembangkan oleh Carolyn Michelle, yakni evaluasi, untuk mengetahui posisi audiens berdasarkan hegemonik media yang ditinjau dari 4 mode penerimaan tersebut.

Selain itu, penelitian ini pun turut menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode penelitian analisis resepsi, dan teknik pengumpulan data secara FGD karena ingin memahami sudut pandang dan pengalaman informan sebagai remaja perempuan terkait konten #PickMeGirl yang viral di TikTok. Penggunaan FGD tersebut diharapkan dapat mengurangi campur tangan peneliti dan informan dapat saling bertukar cerita sehingga informasi yang didapatkan berlandaskan oleh pengalaman dan pengetahuan dari informan itu sendiri tanpa diarahkan peneliti.

Kebaruan penelitian ini adalah menawarkan fenomena yang sedang tren di kalangan remaja perempuan yang baru-baru ini menyadari adanya perilaku kebencian sesama perempuan, yaitu *internalized misogyny*, yang salah satunya ditunjukkan dalam tren *pick me girl* di TikTok. Teori analisis resepsi yang

dikembangkan oleh Carolyn Michelle pun masih jarang ditemui dalam penelitian lain sehingga akan memberikan pandangan baru dari teori tersebut. Apalagi, teori analisis resepsi Carolyn Michelle berbasis pada teks sehingga penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengadaptasikannya untuk menganalisa video #PickMeGirl.



Tabel 2.1.1 Tabel Jurnal Terdahulu

Nama Peneliti	(Tunshorin, 2016)	(Widyaningrum, Yumarnamto, & Prijambodo, 2020)	(Dwiputra, 2021)
Judul Penelitian	ANALISIS RESEPSI BUDAYA POPULER KOREA PADA <i>ETERNAL JEWEL DANCE COMMUNITY</i> YOGYAKARTA	ANALISIS RESEPSI REMAJA KOTA SAMPIT MENGENAI KEBERAGAMAN DI MEDIA	Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com
Sumber Jurnal	Profetik: Jurnal Komunikasi, Vol. 10, No. 1	WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 19, No. 1	Jurnal Komunikasi Profesional, Vol. 5, No. 1
Tujuan Penelitian	Menjelaskan pemaknaan penikmat K-Pop berdasarkan analisis <i>encoding-decoding</i> menurut Stuart Hall.	Mengetahui <i>point of view</i> remaja sebagai audiens media mengenai pemaknaan mereka di antara keberagaman Indonesia.	Mengetahui persepsi khalayak atas berita mengenai Covid-19 yang diinformasikan melalui klikdokter.com.
Konsep	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall.	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall.	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall.
Jenis Penelitian, Metode, & Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Studi kasus; Observasi, studi pustaka, dan wawancara mendalam.	Kualitatif; Studi kasus; <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).	Kualitatif; Studi kasus; Observasi, wawancara, dan dokumentasi.
Hasil & Kesimpulan Penelitian	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak ada informan yang berada dalam klasifikasi oposisi karena informan berasal dari <i>Eternal Jewel Dance Community</i> yang memang sudah memiliki ketertarikan awal pada K-Pop sehingga hanya terbagi menjadi klasifikasi dominan dan negosiasi.	Para informan menyatakan bahwa mereka tidak ingin menjalin pertemanan dengan etnis Madura seolah masih tersisa rasa dendam walaupun mengaku sudah tidak ada masalah. Para informan juga sepakat bahwa media Indonesia menyebarkan konflik yang berlandaskan keberagaman dan menginginkan Indonesia terlepas dari konflik keberagaman tersebut. Seluruh	Hasil dari penelitian berdasarkan kategori pemaknaan adalah 3 informan berada di kategori negosiasi karena mereka mengolah terlebih dahulu data yang ada tanpa mengonsumsinya mentah-mentah, sementara 2 informan lainnya termasuk kategori dominan karena cenderung menyetujui berita yang diberikan dan informasi

	<p>Diketahui faktor yang mempengaruhi penerimaan informan terhadap K-Pop adalah ketertarikan awal pada penampilan dan dukungan eksternal dari keluarga, teman, dan lainnya yang kemudian mendorong informan untuk menerima dan masuk ke budaya K-Pop.</p>	<p>informan sepakat mendukung kompetisi yang sehat untuk meningkatkan kompetensi akademik mahasiswa dan menginginkan pertandingan yang mengasah <i>soft skill</i>. Mereka mengharapkan festival kebudayaan diadakan di Kota Sampit.</p> <p>Pemaknaan informan sebagai audiens berada pada klasifikasi <i>dominan hegemonic</i> dan <i>negotiated</i>. <i>Dominan hegemonic</i> memaknai pesan media bahwa politik merupakan permasalahan utama dari konflik keberagaman di Indonesia. Sementara untuk <i>negotiated</i> merupakan posisi ketika sikap etnosentris masih lekat pada informan.</p>	<p>yang dipublikasikan dianggap sudah kredibel.</p> <p>Kesimpulannya adalah khalayak memiliki penilaian kritis terhadap media, namun mereka masih menerima informasi yang diberikan dan hal tersebut membuktikan bahwa media <i>klikdokter.com</i> mendapat penerimaan dari khalayak.</p>
--	---	--	---

Sumber: Data Peneliti (2023)

UMMN

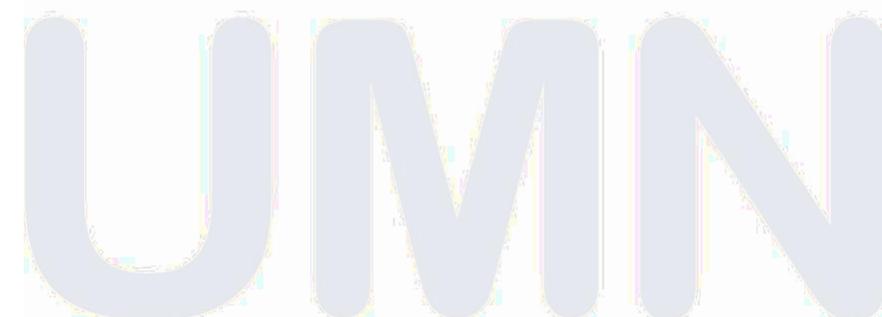
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1.2 Tabel Jurnal Terdahulu

Nama Peneliti	(Purnamasari, 2018)	(Sari & Abdullah, 2022)	(Permatasari, Maulani, Nurrahmawati, & Darmawan, 2021)
Judul Penelitian	Resepsi Pembaca Terkait Berita Demo 4/11 di Kompas.com	ANALISIS RESEPSI MAHASISWA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNISBA TERHADAP VIDEO "MENDEBAT SI PAWANG HUJAN"	MEDIAMORFOSIS ITU BERNAMA BOOKTUBE: ANALISIS RESEPSI TERHADAP PENONTON BOOKTUBE
Sumber Jurnal	Jurnal ASPIKOM, Vol. 3, No. 5	Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No. 2	Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi
Tujuan Penelitian	Mengetahui makna yang diterima dan keberagaman penafsiran pembaca berita mengenai demo 4/11 di Kompas.com.	Mengetahui posisi kategori pemaknaan dan penerimaan khalayak (Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNISBA) terhadap video <i>podcast</i> Deddy Corbuzier dengan topik Mendebat Si Pawang Hujan yang diunggah melalui YouTube.	Mengetahui <i>media use & media habit</i> dan pemaknaan audiens terhadap tayangan dari Booktube serta mencari tahu faktor yang mendorong audiens untuk melihat tayangan Booktube.
Konsep	Teori Analisis Resepsi menurut Carolyn Michelle.	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall.	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall.
Jenis Penelitian, Metode, & Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Studi kasus; Wawancara mendalam.	Kualitatif; Studi kasus; Wawancara mendalam, dokumentasi, studi pustaka.	Kualitatif; Studi kasus; <i>Focus Group Discussion</i> (FGD)
Hasil & Kesimpulan Penelitian	Hasil penelitian berdasarkan mode makna konotatif dan denotatif adalah 1 informan berada pada mode <i>hegemonic reading</i> (menyetujui berita yang dibaca karena dianggap sudah kredibel), 1 informan berada	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan berada pada posisi oposisi, yaitu menolak pernyataan Rara dalam <i>podcast</i> Mendebat Si Pawang Hujan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap audiens memandang Booktube sebagai konten yang mempunyai makna bervariasi atau beragam. Terdapat audiens yang

	<p>pada mode <i>counter-hegemonic reading</i> (tidak mempercayai media karena menganggap media dapat dimanipulasi), dan 2 informan pada mode <i>contesting reading</i> (menerima pesan media dan menghubungkannya dengan fakta atau pengalaman).</p> <p>Kesimpulannya adalah kekuatan media <i>online</i> berkurang karena khalayak cenderung mengkritisi informasi yang dibaca dan membandingkannya berdasarkan pengetahuan dan pengalaman mereka.</p>	<p>Kesimpulannya adalah para informan mengerti pesan yang disampaikan oleh Rara, namun pesan tersebut tidak diterima jika berlandaskan pengalaman dan konstruksi nilai informan.</p>	<p>memandang Booktube sebagai tayangan biasa, ada pula yang memaknai Booktube sebagai media tambahan untuk mengulas buku.</p>
--	---	--	---

Sumber: Data Peneliti (2023)



Tabel 2.1.3 Tabel Jurnal Terdahulu

Nama Peneliti	(Majid, 2020)	(Shela, 2021)	(Lestantun, 2022)
Judul Penelitian	Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Hoax di Media Sosial	Resepsi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara Terhadap Berita Anti-Natalisme di Media Online BBC.com	PENERIMAAN PESAN VAKSINASI COVID-19 OLEH KELOMPOK DENGAN VACCINE HESITANCY (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS KRISTEN ALIVE BANDUNG)
Sumber Jurnal	ETTISAL: Journal of Communication, Vol. 5, No.2	Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara.	S1 Thesis, Universitas Pendidikan Indonesia
Tujuan Penelitian	Mengetahui penerimaan mahasiswa UINSA terhadap informasi hoax di media sosial	Mengetahui resepsi mahasiswa UMN terhadap berita anti-natalisme dari media daring BBC.com	Mengetahui pemaknaan khalayak beragama Kristen di Komunitas Anak Muda Alive Bandung terhadap pesan vaksinasi Covid-19
Konsep	Teori Analisis Resepsi menurut Stuart Hall	Teori Analisis Resepsi menurut Carolyn Michelle	Teori Analisis Resepsi menurut Carolyn Michelle
Jenis Penelitian, Metode, & Teknik Pengumpulan Data	Kualitatif; Studi Kasus; <i>Focus Group Discussion</i> (FGD)	Kualitatif; Analisis Resepsi; Wawancara Mendalam	Kualitatif; Studi Kasus; Wawancara Mendalam
Hasil & Kesimpulan Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 1 informan berada di posisi hegemoni dominan yang mengikuti berita hoaks di media sosial, 4 informan pada posisi negosiasi yang mengonfirmasi berita hoaks, dan 3 informan pada posisi oposisional karena cenderung	Dalam level denotatif, ketiga informan termasuk ke dalam <i>referential mode</i> . Sementara pada level konotatif, dua informan termasuk ke dalam <i>dominant</i> dan satu informan lainnya termasuk ke dalam posisi <i>negotiated</i> . Berdasarkan hasil dari denotatif dan konotatif tersebut, akhirnya pada tahap evaluasi	Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa subjek penelitian terbagi menjadi 3 posisi dalam level denotatif, yakni <i>transparent</i> , <i>referential</i> , dan <i>mediated</i> . Kemudian pada level konotatif, subjek penelitian terbagi menjadi posisi <i>dominant</i> dan <i>negotiated</i> . Lalu pada tahap

	<p>memberi klarifikasi akan kebenaran berita hoaks tersebut.</p>	<p>dinyatakan bahwa 2 informan termasuk ke dalam <i>hegemonic reading</i> dan 1 informan lainnya masuk ke dalam <i>contesting reading</i>.</p>	<p>terakhir, yaitu evaluasi, subjek penelitian yang awalnya berada pada posisi <i>counter-hegemonic</i> berubah menjadi posisi <i>hegemonic reading</i> karena adanya disonansi kognitif akibat pengalaman, pengetahuan, dan situasi baru dari subjek penelitian yang akhirnya mengubah posisi tersebut.</p>
--	--	--	--

Sumber: Data Peneliti (2023)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Teori Analisis Resepsi

Analisis resepsi merupakan teori yang berbicara mengenai pemaknaan terhadap suatu tayangan atau konten yang diperkenalkan melalui *encoding* dan *decoding* yang kompleks. Pesan dari tayangan tersebut dibingkai sedemikian rupa karena akan memberikan efek atau dampak tertentu terhadap khalayak luas, entah mempengaruhi pemikiran, menghibur, mengubah emosional penonton, dan lainnya (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, pp. 118-119).

Pada proses *encoding*, yaitu proses produksi atau pembuatan pesan, dibuat sedemikian rupa sebelum disampaikan kepada khalayak luas agar pesan tersebut dapat dipahami dan diterima. Pesan tersebut dibuat bermakna karena akan memberikan efek atau dampak yang kompleks terhadap khalayak luas, entah untuk mempengaruhi pemikiran, menghibur, mengubah emosional penonton, dan lainnya (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, pp. 118-119). Stuart Hall pun menyampaikan ungkapan Phillip Elliot dalam bukunya bahwa penonton dapat menjadi sumber sekaligus penerima pesan melalui umpan balik. Umpan balik tersebutlah yang akhirnya akan mempengaruhi proses produksi pesan (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, p. 119). Namun, makna pada pesan awal memungkinkan dipahami secara berbeda oleh penerima pesan. Pemahaman dan kesalahpahaman tersebut dipengaruhi oleh hubungan kesetaraan antara pembuat dan penerima pesan (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, pp. 119-120).

Setelah proses *encoding*, tentunya terdapat *decoding* yang merupakan proses ketika audiens menerima pesan *encoder*. Proses penerimaan atau resepsi audiens tidak sesederhana itu, melainkan melewati berbagai struktur pemahaman audiens hingga akhirnya tercapai sebuah penerimaan. Robert Merton (Morley, 2005, p. 44) pun menolak pernyataan bahwa media dapat memberikan efek atau pengaruh yang langsung terhadap audiens. James Halloran (Morley, 2005, p. 46)

berkata bahwa interaksi atau pertukaran pesan antara media dan audiens tersebut disaring secara rumit karena individu membentuk sebuah pemikiran secara selektif. Katz (Morley, 2005, p. 45) turut menyatakan bahwa konten media massa tidak dapat mempengaruhi audiens dengan kehidupan yang tidak relevan dengan konten tersebut. Oleh karena itu, audiens tidak bisa hanya dianggap sebagai sekelompok orang, entah dalam jumlah massa atau kelompok kecil, karena audiens merupakan bagian dari media yang terlibat dengan informasi yang diberikan (Ross & Nightingale, 2003, p. 6).

Pemaknaan tersebut seringkali dibedakan menjadi denotatif dan konotatif. Denotatif ialah makna literal yang hampir diakui secara universal karena tidak melibatkan sebuah makna tersembunyi atau implisit yang harus dikodekan. Sementara konotatif merupakan makna yang tidak tetap dan memerlukan pengodean atau interpretasi untuk dapat dimengerti (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, p. 122). Sayangnya, perbedaan tersebut tidak menekankan pengalaman hidup seperti yang selalu difokuskan oleh Carolyn Michelle dalam teori analisis resepsinya. Makna level denotatif pada Carolyn Michelle menitikberatkan pengalaman hidup sebagai syarat membagi audiens menjadi posisi yang sesuai, begitu pula dengan makna pada level konotatif. Selain itu, penelitian ini berfokus kepada *decoding* atau proses penerimaan pesan audiens yang membutuhkan pengalaman hidup sebagai fokus untuk diteliti. Pemaknaan denotatif milik Carolyn Michelle pun lebih kompleks dengan membagi audiensnya menjadi 3 posisi berdasarkan pengalaman hidup mereka.

Walaupun analisis resepsi bermula pada media massa, kini analisis resepsi mulai menyentuh ranah media sosial. Media sosial dianggap sebagai sebuah cara baru untuk mengunggah konten dengan perangkat yang diakses menggunakan internet. Mengingat kecenderungan manusia yang gemar saling bercerita, kemunculan media sosial hanyalah cara baru untuk berbicara dan belajar. Medium itulah yang kini memungkinkan siapapun menyampaikan sesuatu tanpa perlu diorganisasikan oleh organisasi resmi. (Gillmor, 2004).

Dengan begitu, analisis resepsi media pada media sosial juga merupakan inovasi baru di tengah perkembangan teknologi komunikasi. Terutama mengenai pemahaman audiens itu sendiri yang tidak terpaku pada kelompok massa, melainkan keterikatan audiens dengan konten media, yang memungkinkan analisis resepsi dilakukan pada media sosial.

Kemunculan teori analisis resepsi Carolyn Michelle akan membantu penelitian ini untuk menganalisa resepsi audiens yang menitikberatkan pada pengalaman hidup. Carolyn Michelle muncul dengan model resepsi media yang telah dikembangkannya berdasarkan ahli-ahli terdahulu, yaitu model teori analisis resepsi multi-dimensi yang menawarkan bentuk analisa yang lebih sistematis dan produktif mengenai bagaimana audiens menginterpretasi pesan media berdasarkan konteks sosial, budaya, hingga kemampuan diskursif (Michelle, 2007, p. 181). Terdapat 3 bagian dalam teori tersebut, yakni makna denotatif, makna konotatif, dan evaluasi. Makna denotatif berarti pemaknaan audiens terhadap konten. Makna konotatif berarti kemampuan audiens untuk menangkap isi pesan media. Sementara evaluasi merupakan tahap terakhir yang membiarkan peneliti untuk mempertimbangkan posisi audiens dalam pemaknaan pesan dalam skema yang lebih luas. Namun, Carolyn Michelle membagi 4 pembeda antara mode penerimaan audiens, yakni *transparent*, *referential*, *mediated*, dan *discursive* (Michelle, 2007, p. 194).

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DENOTATIVE LEVEL OF MEANING		
<p>Transparent Mode: Text as life</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Non-fictional texts:</i> perceived as a “mirror” of reality ▪ <i>Fictional texts:</i> “suspension of disbelief” ▪ <i>Ideological/ discursive content</i> is <i>implicitly</i> read “straight” → dominant/preferred decoding 	<p>Referential Mode: Text as <i>like</i> life</p> <p><i>Comparative sources potentially drawn on:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i) Personal experience/ individual biography ii) Immediate life world experience iii) Experience and knowledge of the wider social/ political/ economic/ cultural/ national/ international context of production or reception 	<p>Mediated Mode: Text as a <i>production</i></p> <p><i>Heightened attunement to:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i) Textual aesthetics ii) Generic form iii) Intentionality <ul style="list-style-type: none"> • Textual • Generic • Professional/ Industry-based
CONNOTATIVE LEVEL OF MEANING		
<p>Discursive Mode: Text as a <i>message</i></p> <ul style="list-style-type: none"> i) <i>Analytical</i> (Comprehension of message) <ul style="list-style-type: none"> • Identification • Motivation • Implication ii) <i>Positional</i> (Response to that message) <ul style="list-style-type: none"> <i>Dominant/Preferred</i> <i>Negotiated</i> <i>Oppositional</i> 		
EVALUATION		
<i>Hegemonic Reading</i>	<i>Contesting Reading</i>	<i>Counter-Hegemonic Reading</i>

Gambar 2.2.2.1 Composite Multi-Dimensional Model of Audience Reception
Sumber: *Modes of Reception: A Consolidated Analytical Framework*

Makna denotatif mencakup 3 mode penerimaan audiens, yaitu *transparent*, *referential*, dan *mediated*:

- *Transparent (Text as life)*

Mode penerimaan *transparent* merupakan posisi audiens ketika menganggap teks media sebagai kehidupan, yakni menilai teks media sebagai refleksi dari dunia nyata seolah-olah audiens mengalaminya atau mengenal dengan orang yang bersangkutan secara langsung. Audiens dalam mode penerimaan *transparent* tidak menganggap teks media sebagai sesuatu yang diatur oleh media dan memaknai teks tersebut berdasarkan pemikiran audiens itu sendiri. Teks menjadi sumber utama *decoding* yang berarti teks dimaknai secara lurus (Michelle, 2007, pp. 195-197).

- *Referential (Text as like life)*

Mode penerimaan *referential* diartikan sebagai teks media yang berdiri berdampingan dengan dunia nyata. Mode ini berbicara mengenai situasi ketika audiens membuat perbandingan antara teks media dengan kehidupan nyata sehingga dapat dikatakan bahwa sumber informasi mode ini terletak pada pengalaman hidup audiens, pengamatan terhadap orang di sekitar, dan pengetahuan berdasarkan suatu informasi atau kisah walaupun belum pernah dialami secara pribadi oleh audiens. Fungsi informasi atau pesan media digunakan untuk menegaskan, menentang, atau mempertanyakan penggambaran teks media yang dibandingkan dengan dunia nyata (Michelle, 2007, pp. 199-202).

- *Mediated (Text as production)*

Mediated merupakan mode penerimaan ketika audiens menyadari, mengenali, dan memandang teks media sebagai sebuah produksi media yang istilahnya telah dibingkai sedemikian rupa untuk mencapai tujuan tertentu (Michelle, 2007, p. 203). Terdapat 3 fokus identifikasi yang ditangkap oleh audiens dalam mode penerimaan ini, yakni:

- *Aesthetic*

Menyoroti fitur teknis produksi mencakup plot, narasi, edit, pemilihan visual, kendala produksi, dan hal lainnya. Identifikasi ini memicu komentar audiens baik positif maupun negatif terhadap kualitas teknis suatu teks media (Michelle, 2007, p. 203).

- *Generic Form*

Berfokus terhadap pengetahuan audiens mengenai teks media layaknya formula narasi, karakteristik genre, dan hal lainnya yang memungkinkan audiens untuk membandingkan konten teks media

dengan pengetahuannya terhadap konten sejenis (Michelle, 2007, p. 204).

- *Industry Based*

Mengacu pada persepsi audiens mengenai motivasi atau maksud pembuatan konten media untuk memenuhi kepentingan industri, contohnya seperti hiburan, mendidik, menginformasikan, menarik minat audiens, hingga meningkatkan profit yang memungkinkan untuk didapatkan dari jumlah penikmat konten tersebut (Michelle, 2007, pp. 204-205).

Selanjutnya, makna konotatif serupa dengan *discursive* yang menganggap teks sebagai pesan (*text as a message*). Hal tersebut mengartikan bahwa mode penerimaan diskursif berfokus pada usaha teks media untuk mengkomunikasikan suatu pesan sebagai perwakilan persepsi audiens (Michelle, 2007, p. 206). Terbagi 2 dimensi pada makna konotatif, yaitu:

- *Analytical*

Terdapat 3 fokus utama dalam dimensi analitis, yaitu identifikasi, motivasi, dan implikasi. Dimensi ini mendeskripsikan bagaimana audiens mengidentifikasi makna pesan di dalam teks media, kemudian mempertimbangkan motivasi di balik pesan tersebut, dan menyoroti implikasi (efek atau dampak) pesan terhadap emosi atau pemikiran diri sendiri atau bahkan hingga berefek pada khalayak luas (Michelle, 2007, pp. 206-208).

- *Positional*

Dimensi ini hadir untuk menentukan posisi audiens dalam membentuk respon diskursif terhadap isi pesan media. Respon tersebut dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, ekonomi, politik, dan aspek lainnya yang

memungkinkan (Michelle, 2007, pp. 208-209). Dimensi posisi diadaptasikan dari klasifikasi resepsi media menurut Stuart Hall, yaitu:

- *Dominant/Preferred*

Audiens pada posisi ini memaknai pesan konotatif secara lurus dan penuh (Michelle, 2007, p. 210). Posisi ini merupakan posisi yang ideal bagi pembuat pesan karena menunjukkan bahwa pesan yang dibingkai sedemikian rupa dapat tersampaikan sepenuhnya kepada audiens sesuai dengan yang telah direncanakan (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, pp. 124-125).

- *Negotiated*

Negosiasi merupakan posisi gabungan dari dominan dan oposisi, yakni posisi ketika audiens menerima beberapa aspek pesan, namun menolak beberapa aspek lainnya (Michelle, 2007, p. 210). Penerimaan pada posisi negosiasi diadaptasikan secara khusus dengan pemikiran dan pengalaman audiens (Hall, Hobson, Lowe, & Willis, 2005, p. 127).

- *Oppositional*

Posisi oposisi menolak makna pesan dalam artian audiens berhasil memahami pesan dengan baik berdasarkan cerminan kehidupannya dan menentang atau melawan arus dari makna tersebut (Michelle, 2007, pp. 211-212).

Tahap terakhir dari model analisis resepsi Carolyn Michelle adalah evaluasi yang terbagi menjadi *hegemonic*, *contesting*, dan *counter-hegemonic reading*. Bagian terakhir ini meninjau respon audiens berdasarkan dampak hegemonik media. Evaluasi memungkinkan peneliti untuk mempertimbangkan posisi audiens berdasarkan makna denotatif dan konotatif (Michelle, 2007, p. 213).

2.2.2 Misogyny

Misogini merupakan fobia atau kebencian yang mendalam terhadap perempuan (Manne, 2018, p. 49). Perempuan dianggap sebagai individu yang memiliki sifat feminim dengan jenis pekerjaan yang berhubungan dengan emosional, sosial, seksual, dan lainnya serta diharapkan melakukan segala hal tersebut dengan penuh perhatian dan kasih sayang (Manne, 2018, pp. 46-47).

Misogini turut berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu serta dipercaya terjadi karena kompleksitas hubungan antara laki-laki dan perempuan didasari oleh biologis, seksual, psikologis, sosial, ekonomi, dan politik. Terdapat asumsi bahwa misogini muncul akibat rasa takut laki-laki yang merasa terancam akan keberadaan perempuan (Holland, 2006). Misogini pun tak hanya terpaku pada seorang laki-laki yang membenci perempuan secara umum, namun dapat mengarah pada beberapa tipe perempuan yang dibencinya. Seorang misogini dapat mencintai ibu, kekasih, adik, atau kakak perempuan mereka, tetapi membenci perempuan yang dianggap tidak berperilaku selayaknya perempuan. Misalnya, seorang perempuan yang blak-blakan, berbicara dengan keras, dan lainnya (Manne, 2018, pp. 50-52). Oleh karena itu, misogini dianggap dapat hilang jika terdapat kesetaraan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan (Holland, 2006).

Dengan hadirnya teknologi yang memungkinkan komunikasi terjadi menggunakan internet, misogini menjadi begitu umum secara daring, bahkan dapat dikatakan viral. Walaupun internet tidak menciptakan seksisme, tetapi internet mendukung terjadinya seksisme dengan cara yang berbeda. Viralnya misogini pun dipengaruhi oleh fitur yang menjadi ciri khas media digital, yakni fitur untuk *'share'* yang mendukung laki-laki berpartisipasi aktif dan menjangkau audiens secara luas yang memiliki pemikiran yang sama (Jane, 2016, p. 3).

Perempuan yang menerima kalimat kebencian seringkali diinstruksikan untuk tetap kuat dengan embel-embel. "ini hanya kata-kata dari internet" (Jane, 2016, p. 3). Serangan secara daring pun akan tetap memiliki dampak yang

signifikan pada dunia nyata secara konteks psikologis, sosial, finansial, dan lainnya (Jane, 2016, p. 4).

2.2.3 Internalized Misogyny

Pelaku dari misogini bukan hanya laki-laki, terdapat pemahaman baru dari misogini yang menggabungkan antara *internalized oppression* dengan seksisme (dalam hal ini lebih menonjolkan perempuan sebagai korban). *Internalized oppression* memiliki ciri, yaitu praktik opresif yang tetap berlanjut walaupun perilaku tersebut sudah tidak dilakukan. Dalam hal ini, *internalized* berarti sebuah perlakuan eksternal yang telah mempengaruhi individu secara internal (Bearman, Korobov, & Thorne, 2009, p. 13). *Internalized oppression* dapat dikatakan sebagai penindasan atau perlakuan buruk terhadap anggota dari kelompok yang sama sehingga individu yang tertindas tersebut merasa tidak berdaya (Bearman, Korobov, & Thorne, 2009, p. 15).

Perempuan pun dapat merasakan kebencian terhadap sesama perempuan dan saling berkompetisi untuk memperebutkan posisi sosial, laki-laki, penghargaan, dan lainnya. Kompetisi tersebut berupa rumor buruk atau pengucilan dalam upaya untuk menjatuhkan perempuan lainnya agar terlihat lebih baik (Bearman, Korobov, & Thorne, 2009, p. 16). Spesifiknya, perilaku tersebut didorong dengan keinginan pribadi untuk terlihat unik dan berbeda dibandingkan perempuan lainnya (Caesaria, 2022). Perilaku tersebut kini dikenal dengan *internalized misogyny*.

2.3 Alur Penelitian

Menurut penjabaran latar belakang dan konsep yang tertera, maka alur penelitian ini dapat direpresentasikan sebagai berikut.

