

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian, terdapat penelitian terdahulu yang diuraikan berdasarkan latar belakang masalah penelitian, tujuan penelitian, teori yang diterapkan, metodologi, dan hasil penelitian. Penjabaran studi literatur penelitian didasarkan dengan adanya kesamaan materi dengan penelitian-penelitian tersebut. Penelitian terdahulu digunakan sebagai perbandingan untuk memberikan pandangan dan pemahaman dalam melakukan penelitian.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, terdapat enam penelitian yang membahas resepsi khalayak tentang yang disampaikan melalui media digital dan media sosial. Terdapat penelitian yang mengidentifikasi penerimaan remaja terhadap konten pornografi di media sosial (Kholisoh dkk., 2022). Lalu, penelitian berikutnya memusatkan fokus untuk mengetahui tanggapan umat Islam lintas generasi terhadap isu ideologis seperti Komunisme, LGBT, dan Islam Radikal yang ditampilkan di media *online* (Setianto, 2022). Selanjutnya, terdapat penelitian yang menjabarkan konstruksi makna tentang budaya penggemar K-Pop yang menerapkan digital alter ego di berbagai platform media sosial (Nuranda & Purwaningtyas, 2023). Sementara itu, penelitian lainnya memiliki tujuan untuk menganalisa adanya pergeseran makna bagi komunitas yang menggunakan Ruangguru sebagai media pembelajaran *online* selama pandemi Covid-19 (Chinmi dkk., 2021). Terakhir, terdapat penelitian yang menggambarkan tentang penerimaan komunitas BTS ARMY terhadap rekonstruksi maskulinitas yang ditampilkan oleh BTS di media digital (Perwiradmoko, 2023).

Terdapat tiga penelitian yang mengangkat kesehatan jiwa sebagai topik utama. Penelitian fokus untuk mengetahui resepsi komunitas Peduliogj.id terhadap konten video YouTube Menjadi Manusia yang berjudul “Stop Sebut “Orang Gila”, ODGJ Juga Manusia.” (Haerunisa & Wibowo, 2022). Kemudian, penelitian

lainnya menjelaskan terkait hubungan antara dukungan sosial teman sebaya terhadap masalah kesehatan mental remaja. Terakhir, terdapat penelitian yang menggambarkan hasil analisa mendalam tentang penerapan pola komunikasi keluarga terhadap kondisi kesehatan mental anak pada masa pandemi Covid-19 (Djayadin & Munastiwi, 2020).

Terdapat tiga penelitian membahas resepsi khalayak mengenai pesan pada film. Penelitian yang memberikan gambaran pendapat masyarakat terkait isu yang ditampilkan pada film Kudapan Spesial yaitu perspektif pertukaran peran *gender* dalam rumah tangga Indonesia (Kumala & Sukmono, 2023).Selanjutnya, terdapat penelitian yang memberikan saran kepada pembuat film terkait penerimaan audiens Indonesia terhadap isu kesetaraan gender (Dwita & Sommaliagustina, 2018).Lalu, penelitian lainnya membahas terkait resepsi mahasiswa *broadcasting* terhadap pesan keberanian dan kejujuran jurnalis yang ditampilkan pada film “Kill The Messenger” (Toni & Fajariko, 2019).

Terdapat dua penelitian yang menggambarkan resepsi khalayak mengenai pesan yang ditampilkan melalui media televisi. Penelitian yang fokus untuk menguraikan pemaknaan penonton terkait identitas Modern Muslimah yang ditampilkan melalui program televisi NET TV “Saliha” (Fauzi dkk., 2022).Selain itu, terdapat penelitian yang memiliki tujuan mengetahui resepsi khalayak terutama Muslimah terhadap pesan iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color”. Iklan tersebut ditampilkan melalui media televisi dan YouTube (Meilasari & Wahid, 2020).Sementara itu, terdapat juga penelitian yang memusatkan fokus pada interpretasi masyarakat Indonesia di Pulau Sebatik yang sulit mendapatkan siaran televisi Indonesia sehingga mengandalkan siaran televisi Malaysia sebagai sumber utama informasi (Briandana dkk., 2021).

Berdasarkan teori atau konsep, terdapat sebelas penelitian terdahulu yang menggunakan teori resepsi *encoding/decoding* oleh Stuart Hall dalam penelitiannya. Selanjutnya, selain teori resepsi *encoding/decoding*, terdapat penelitian terdahulu yang menambahkan teori atau konsep lainnya dalam penelitian mereka, mencakup interpretasi khalayak (Dwita & Sommaliagustina,

2018), *the media role as agents of production & reproduction and distribution of knowledge to society* (Setianto, 2022), *and social actions media studies* (Chinmi dkk., 2021).

Sementara itu, terdapat penelitian terdahulu yang menerapkan Interpretive Communities oleh Stanley Fish yang menggambarkan bahwa dari sudut pandang sosial budaya, proses interaksi dan penafsiran terhadap konten media asing yang digunakan sehari-hari dapat mempengaruhi karakter identitas dari khalayak Indonesia yang merupakan bagian dari masyarakat perbatasan (Briandana dkk., 2021). Kemudian, terdapat penelitian yang menggunakan interpretasi mendalam oleh Sutopo untuk menjabarkan temuan informasi tentang kesehatan mental anak yang terbentuk dari penerapan pola komunikasi keluarga. (Djayadin & Munastiwi, 2020).

Berdasarkan analisa terkait metode penelitian yang digunakan, terdapat sebelas penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi pada penelitiannya (Briandana dkk., 2021; Chinmi dkk., 2021; Dwita & Sommaliagustina, 2018; Fauzi dkk., 2022; Haerunisa & Wibowo, 2022; Kholisoh dkk., 2022; Kumala & Sukmono, 2023; Meilasari & Wahid, 2020; Nuranda & Purwaningtyas, 2023; Setianto, 2022; Toni & Fajariko, 2019). Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan kualitatif metode analisis resepsi dan studi kasus dalam penelitiannya (Perwiradmoko, 2023). Terakhir, terdapat satu penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional* untuk menunjukkan hubungan dukungan sosial teman sebaya terhadap kesehatan mental remaja (Rufaida dkk., 2021).

Berdasarkan teknik pengumpulan data, terdapat sebelas penelitian terdahulu yang menerapkan wawancara mendalam kepada partisipan. Lalu, terdapat tiga penelitian terdahulu yang menambahkan observasi sebagai teknik pengumpulan data. Selanjutnya, terdapat dua penelitian terdahulu yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa *focus group discussion*. Lalu, terdapat satu penelitian yang menggunakan teknis kuesioner. Terdapat dua penelitian terdahulu yang menerapkan studi literatur atau analisis dokumen. Penelitian yang

mengungkapkan resepsi mahasiswa *broadcasting* Universitas Mercu Buana pada film jurnalistik merupakan satu-satunya penelitian terdahulu yang menerapkan teknik triangulasi data sebagai teknik pengumpulan data yang mencakup daftar pertanyaan tertulis, diskusi setelah menonton film, dan wawancara.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menerapkan pengumpulan data dengan wawancara mendalam kepada partisipan (Djayadin & Munastiwi, 2020; Dwita & Sommaliagustina, 2018; Haerunisa & Wibowo, 2022; Kumala & Sukmono, 2023; Perwiradmoko, 2023). Penelitian lainnya menggunakan wawancara mendalam dan analisis dokumen mencakup meneliti data dari buku, sumber kredibel internet, dan peneliti terdahulu (Kholisoh dkk., 2022).Lalu, terdapat penelitian terdahulu yang melakukan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam (Chinmi dkk., 2021; Nuranda & Purwaningtyas, 2023; Setianto, 2022). Selanjutnya, terdapat penelitian yang melakukan pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi data mencakup daftar pertanyaan tertulis, wawancara mendalam, dan diskusi setelah menonton film (Toni & Fajariko, 2019). Lalu, terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan wawancara mendalam dan *focus group discussion* dalam mengumpulkan data (Fauzi dkk., 2022). Kemudian, terdapat penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data (Rufaida dkk., 2021).Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang mengumpulkan data dengan observasi dan *focus group discussion* (Briandana dkk., 2021). Lalu, terdapat penelitian terdahulu yang melakukan pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara (Meilasari & Wahid, 2020).

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang melakukan analisis data dengan pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi data (Briandana dkk., 2021; Chinmi dkk., 2021; Fauzi dkk., 2022; Kholisoh dkk., 2022; Nuranda & Purwaningtyas, 2023; Perwiradmoko, 2023; Setianto, 2022). Lalu, terdapat penelitian terdahulu yang melakukan analisis data menggunakan *media message analysis step* (Kumala & Sukmono, 2023).Selanjutnya, terdapat penelitian yang menganalisis data menggunakan metode deskriptif analisis (Toni & Fajariko,

2019). Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang menggunakan teknik triangulasi sumber data untuk memeriksa keabsahan data penelitian (Meilasari & Wahid, 2020). Selanjutnya, terdapat penelitian yang melakukan analisa berdasarkan narasi kualitatif dari hasil interpretasi wawancara, tinjauan pustaka, dan review literature (Dwita & Sommaliagustina, 2018). Lalu, penelitian lainnya menganalisa data dengan analisis interaktif mencakup reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan tiga komponen analisis yang berhubungan dan berinteraksi (Djayadin & Munastiwi, 2020). Sementara itu, terdapat penelitian yang menganalisa data menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat dengan uji *chi square* (Rufaida dkk., 2021). Kemudian, penelitian lainnya juga melakukan analisis data dengan menggabungkan, menganalisa data secara induktif, dan mengolah data yang sudah direduksi dengan teori resepsi khalayak (Haerunisa & Wibowo, 2022).

Berdasarkan dua belas hasil penelitian terdahulu yang diuraikan, dapat diketahui bahwa khalayak dapat memiliki penerimaan atau pemaknaan yang berbeda-beda terhadap suatu hal. Hal tersebut mempertimbangkan pandangan khalayak dipengaruhi oleh identitas diri, latar belakang budaya, dan lingkungan. Dengan begitu, terdapat tiga kategorisasi sesuai *reception analysis* oleh Stuart Hall yang membantu menjelaskan posisi khalayak terkait suatu pesan dari media. Posisi tersebut terdiri dari *Hegemonic Dominant*, *Negotiated*, dan *Oppositional*. Penelitian lainnya memberikan gambaran pola komunikasi di beberapa keluarga agar membentuk pemahaman tentang pentingnya komunikasi keluarga terhadap kesehatan mental anak (Djayadin & Munastiwi, 2020). Lalu, terdapat penelitian yang membahas hubungan dukungan sosial dari teman sebaya terhadap masalah kesehatan mental remaja (Rufaida dkk., 2021). Selain itu, terdapat penelitian yang fokus hasilnya membahas interpretasi masyarakat Pulau Sebatik terhadap program televisi Malaysia membantu dalam membangun identitas diri yang unik dan terbentuknya pandangan baru terkait berbagai hal sesuai konten yang ditampilkan pada program televisi Malaysia (Briandana dkk., 2021).

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan adalah pembahasan tentang resepsi khalayak mengenai suatu pesan dari media. Perbedaan penelitian yang dibuat dengan penelitian terdahulu dapat dilihat dari objek dan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, objek yang digunakan adalah film yang cukup populer berjudul *The Perks of Being A Wallflower* dan subjeknya adalah penonton film tersebut.

Berdasarkan penelusuran, belum ditemukan adanya penelitian yang fokus menjelaskan resepsi khalayak mengenai kesehatan mental dalam film *The Perks of Being A Wallflower*. Data statistik dari Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey mengenai jumlah signifikan remaja Indonesia yang mengidap gangguan kesehatan mental dan kesadaran terkait hal tersebut yang masih rendah menjadi data pendukung penyusunan penelitian. Kebaruan penelitian ini adalah penggunaan metode analisis resepsi khalayak mengenai kesehatan mental dengan membagi partisipan dalam tiga posisi khalayak Stuart Hall, gangguan kesehatan mental, dan khalayak aktif. Dengan begitu, penelitian dapat menjabarkan pemaknaan khalayak terutama kalangan remaja tentang kesehatan mental pada film *The Perks of Being A Wallflower*.

## **2.2 Teori atau Konsep yang digunakan**

Berdasarkan judul penelitian yaitu “Resepsi Khalayak Mengenai Kesehatan Mental Dalam Film *The Perks of Being A Wallflower*”, maka teori dan konsep yang digunakan sebagai acuan penelitian adalah teori resepsi milik Stuart Hall, konsep khalayak aktif, dan gangguan kesehatan mental.

### **2.2.1 Teori Resepsi**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Pada umumnya, kata “komunikasi” menjelaskan bahwa terdapat beberapa pihak yang terlibat dalam suatu interaksi dan salah satu pihak berperan untuk memahami pesan. Dalam proses komunikasi, pesan berbentuk simbol dan kata yang tampil secara tertata dan mempunyai arti untuk pihak penerima. Secara spesifik, komunikasi interpersonal merupakan salah satu proses

komunikasi yang dibantu oleh medium. Terdapat beberapa contoh dari medium yaitu radio, televisi, dan film. Medium berperan sebagai transmisi atau distributor pesan dalam komunikasi yang pengirim dan penerima pesannya tidak bertemu secara langsung (Turrow, 2014, hal. 6).

*Cultural studies* adalah suatu pembentukan wacana mencakup kluster praktek, citra, dan gagasan yang memberikan cara untuk mendiskusikan topik dan aktivitas sosial tertentu. Menurut pendapat Bannet, *cultural studies* berhubungan dengan institusi dan sistem klasifikasi yang menanamkan kepercayaan, nilai, hingga berbagai bentuk kebiasaan perilaku masyarakat. Dengan begitu, kajian tersebut melakukan eksplorasi lintas bentuk kekuasaan dan membentuk pola pikir terkait kebudayaan yang bisa digunakan oleh berbagai pihak dalam proses mewujudkan perubahan (Saleh, 2015, hal. 23).

Berdasarkan pendapat Stuart Hall, *cultural studies* adalah bidang kajian yang mempunyai berbagai diskursus atau wacana. Dalam kajian ini, khalayak memiliki peran yang berhubungan erat dengan media terutama dalam membentuk suatu makna dan menghasilkan suatu budaya. Dengan begitu, khalayak dan media memiliki peran yang sama penting. Salah satu pendekatan dari *cultural studies* adalah studi resepsi (Kurnia Putri & Agus Pramonojati, 2022, hal. 1018).

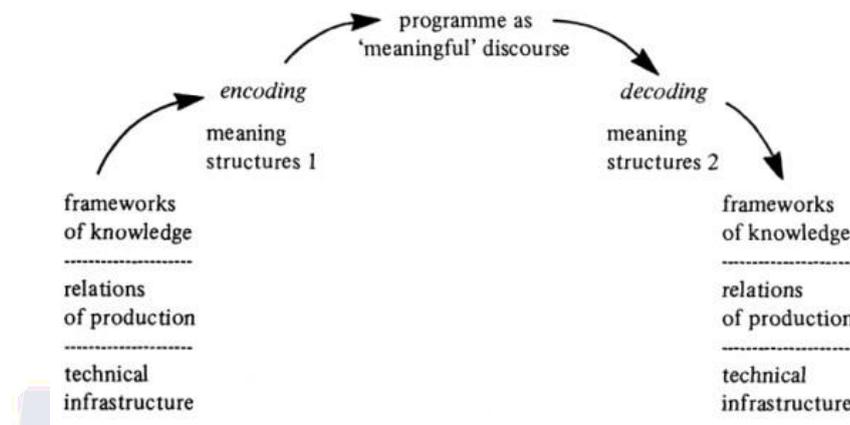
Teori resepsi milik Stuart Hall menggambarkan tentang proses atribusi dan konstruksi yang berasal dari media kepada khalayak sebagai penerima. Pesan media kerap bersifat polisemi dan terbuka sehingga pesannya memiliki beberapa arti. Khalayak sebagai penerima pesan memberikan makna terkait pesan melalui teks, gambar, dan suara dari media. Selain itu, yang khalayak sebagai penerima pesan dipengaruhi oleh identitas dan budaya sehingga dapat memiliki pandangan yang berbeda-beda. (McQuail & Deuze, 2020, hal. 127).

Analisis resepsi khalayak dapat berfungsi untuk menganalisa proses khalayak menerima dan memaknai konten yang ditonton, Melalui analisa, dapat diketahui penerimaan, respons, sikap, dan makna yang dibuat oleh khalayak (Haerunisa & Wibowo, 2022, hal. 7). Terdapat anggapan umum bahwa konsumsi media

merupakan tindakan yang bersifat pasif. Hal tersebut mempertimbangkan konsumsi media kerap memiliki gambaran hanya menonton tanpa aktivitas dan keterlibatan tertentu. Namun, Stuart Hall beranggapan bahwa konsumsi merupakan tindakan yang aktif karena adanya penciptaan makna (Davis, 2004, hal. 62). Selain itu, berdasarkan penelitian kajian budaya yang dilakukan melalui Centre for Contemporary Cultural Studies, khalayak media bukanlah pihak yang hanya menerima pesan dari media tetapi khalayak media digambarkan melakukan konstruksi makna secara aktif (Savitri, 2017, hal. 132). *Active audience* merupakan penerima pesan media yang memberikan respons sesuai dengan pengalaman, ketertarikan, dan hubungan interpersonal (Turrow, 2014, hal. 36). Terdapat proses yang membantu menggambarkan tahap-tahap transformasi pesan media dari pengirim pesan hingga penerimaan dan interpretasi dari penerima pesan yaitu proses *encoding-decoding* (McQuail & Deuze, 2020, hal. 190).

Model *encoding-decoding* telah berkembang cukup lama dalam bidang studi budaya dan analisis media (Hall, 2019, hal. 92). Pada tahun 1980, terdapat koleksi *Culture, Media, Language*, yang menjelaskan hubungan pembuat pesan media dengan penerima pesan (Davis, 2004, hal. 60). *Encoding-decoding* merupakan metode yang fokus pada teks, produksi, dan khalayak dalam kerangka hubungan yang menjabarkan hubungan beberapa elemen. Hall membagi dua fungsi yaitu media sebagai *encoder* yang memproduksi kode atau pesan (Murwani, 2013, hal. 445). Ide dan makna dari pesan dibentuk berdasarkan ideologi, pengetahuan, kemampuan teknis, dan asumsi terkait audiens (Hall dkk., 2005, hal. 118). Khalayak sebagai *decoder* mempunyai kebebasan dalam melakukan penerimaan pesan (Murwani, 2013, hal. 445).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 1 Encoding-Decoding Model

Sumber: (Hall dkk., 2005)

Proses *encoding-decoding* dijabarkan melalui sebuah program televisi. Dalam membentuk program, struktur kelembagaan penyiaran dengan jaringan produksi membutuhkan *technical infrastructure*. Lalu, program harus memiliki *relations of production* yaitu mempunyai hubungan yang baik dengan para audiens (Hall dkk., 2005, hal. 120).

*Framework of knowledge* menggambarkan bahwa program televisi harus membentuk pesan yang disesuaikan dengan pemahaman dan kepercayaan dari khalayak. Dengan begitu, khalayak dapat memahami visual dan pesan secara lebih mudah. Struktur kedua dalam membentuk suatu program adalah *relations of production* yang menjelaskan bahwa dalam upaya mengelola hubungan dengan masyarakat, pesan dapat menggunakan bahasa yang memiliki dampak kognitif, konatif, dan afektif sehingga dapat menghibur dan mempersuasi khalayak. Terakhir, *technical infrastructure* menjabarkan bahwa teknologi dapat mempengaruhi khalayak dalam proses penerimaan pesan (Hall dkk., 2005, hal. 119).

Proses pembuatan pesan media tidak bersifat tertutup sehingga produsen mendapatkan *feedback* tentang agenda, topik terkini, dan *image* terkait audiens. Dalam proses produksi, pesan media yang sampai melalui transmisi kepada penerima pesan disebut sebagai momen. Dengan begitu, produksi dan penerimaan

pesan media masih berhubungan karena adanya momen-momen berbeda dalam suatu proses komunikasi (Hall, 2019, hal. 259).

Secara sederhana, proses *encoding-decoding* Stuart Hall dapat dijabarkan dalam tiga tahap. Pada tahap pertama, terdapat proses perencanaan dan pembuatan *conversation* sehingga pembuat pesan membentuk pemikiran dan ide berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Pada tahap kedua, terdapat pembuatan wacana dalam bentuk tayangan sehingga kata-kata dan gambar berperan dominan. Tahap ketiga disebut sebagai tahap *decoding* karena penerima pesan melakukan penguraian kode pesan yang dibuat pada tahap pertama (Kumala & Sukmono, 2023, hal. 56).

*Encoding* merupakan aktivitas inti yang melibatkan pembuat pesan melakukan penerjemahan ide dan konsep sehingga pesan yang dibuat dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. *Decoding* adalah aktivitas yang melibatkan penerima pesan melakukan interpretasi terhadap pesan dan memberikan makna yang dipahami oleh penerima pesan (Kholisoh dkk., 2022, hal. 370). Dalam proses *encoding* dan *decoding*, audiens tidak hanya menerima pesan tetapi audiens dapat terlibat dalam mereproduksi pesan (Perwiradmoko, 2023, hal. 4).

Media kerap mempresentasikan interpretasi mengenai suatu realitas kehidupan. Khalayak memiliki opsi untuk menerima atau menolak pesan dan informasi dari media. Berdasarkan penjelasan Hall yang dikutip dari Griffin (2019, hal. 339) terdapat tiga posisi khalayak yang disesuaikan dengan penerimaannya, yaitu:

a. *Dominant Hegemonic Position*

Pemaknaan Dominan merupakan posisi yang menjelaskan bahwa khalayak menerima pesan yang diproduksi oleh media secara utuh. Dengan begitu, produsen sebagai pengirim pesan dan konsumen sebagai penerima pesan tidak memiliki perbedaan penafsiran.

b. *Negotiated Position*

Pemaknaan negosiasi adalah posisi yang menggambarkan bahwa khalayak menerima informasi dan pesan secara umum tetapi khalayak tidak sepatutnya dengan beberapa hal yang disampaikan oleh media.

c. *Oppositional Position*

Pemaknaan oposisi adalah posisi yang menjelaskan bahwa khalayak menolak pesan mengenai realitas kehidupan yang dipresentasikan oleh media dan khalayak cenderung menerjemahkan pesan sesuai dengan ketertarikan dan pengalaman dirinya (Griffin dkk., 2019)

### 2.2.2 **Khalayak Aktif**

Studi khalayak diterapkan untuk mengamati budaya media terutama menganalisa peran media dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu hal yang dianalisa adalah cara khalayak membingkai media sehingga membentuk suatu realitas menjadi representasi atau distorsi dari realitas tersebut (Savitri, 2017). Dalam konstruksi sosial yang diaplikasikan ke komunikasi massa, terdapat asumsi bahwa audiens atau khalayak bersifat aktif (Baran & Davis, 2015). Selain itu, dalam teori komunikasi massa, terdapat pemilahan yaitu khalayak pasif dipengaruhi oleh media dan khalayak aktif mempunyai keputusan aktif terkait cara menggunakan media (Ridwan & Vera, 2019).

Khalayak aktif tidak secara pasif menerima pesan dari media dan menyimpannya dalam pikiran tetapi khalayak secara aktif memproses, memodifikasi, dan menyimpan informasi yang dibutuhkan. Pada proses penerimaan, khalayak aktif menggunakan kode yang diberikan oleh media untuk memahami pola pikir masyarakat dan ekosistem tempat tinggal. Selain itu, khalayak tetap memproses pesan media untuk memperkuat hal-hal yang sudah diketahui sehingga dapat lebih percaya dan melakukan tindakan terkait bidang sosial yang dikomunikasikan oleh media. Dengan begitu, media dapat memiliki peran penting dalam menyalurkan budaya mencakup peran sosial dan identitas yang layak kepada khalayak (Baran & Davis, 2015).

Analisis resepsi menyatakan bahwa khalayak aktif berperan sebagai *producer of meaning* sehingga khalayak menginterpretasi dan mengkonstruksi pesan dari media berdasarkan pengalaman sosial budaya (Syarifa & Nugroho, 2020). Menurut Baran, khalayak tidak harus mengikuti keinginan makna media sehingga khalayak memiliki kemampuan untuk menolak pengaruh dari media terutama jika terdapat perbedaan dengan pemahaman yang dimiliki (Syarifa & Nugroho, 2020).

Berdasarkan pemahaman Biocca yang menganalisa terkait aktivitas khalayak, terdapat lima konsep khalayak aktif, yaitu:

a) *Selectivity*

Selektivitas menggambarkan bahwa khalayak aktif mempunyai pilihan untuk menolak pesan konten dari media dan memilih untuk merencanakan pemilihan media tertentu

b) *Utilitarianism*

Utilitarianisme menjelaskan bahwa khalayak aktif merupakan perwujudan nyata dari kepentingan diri sendiri sehingga khalayak memilih media berdasarkan kebutuhan dan pengalaman kepuasan

c) *Intentionality*

Kesengajaan menjelaskan bahwa khalayak aktif sebagai penerima pesan lebih terlibat secara sadar dalam pemilihan media. Dengan begitu, contoh aktivitasnya adalah berlangganan dengan layanan platform video dan menonton film seri melalui streaming websites

d) *Resistance to influence*

Resistensi terhadap pengaruh menggambarkan bahwa khalayak aktif menetapkan batasan terhadap pengetahuan dan pengaruh dari media. Dengan begitu, khalayak berperan memegang kendali dan dapat menolak pesan dan konten media.

e) *Involvement*

Keterlibatan menjelaskan bahwa khalayak aktif merasa asyik dan mengonsumsi media dalam jumlah banyak. Keterlibatan khalayak dalam

media dapat dilihat melalui feedback atau komentar terhadap konten di media (McQuail & Deuze, 2020).

## 2.2 Kerangka Berpikir

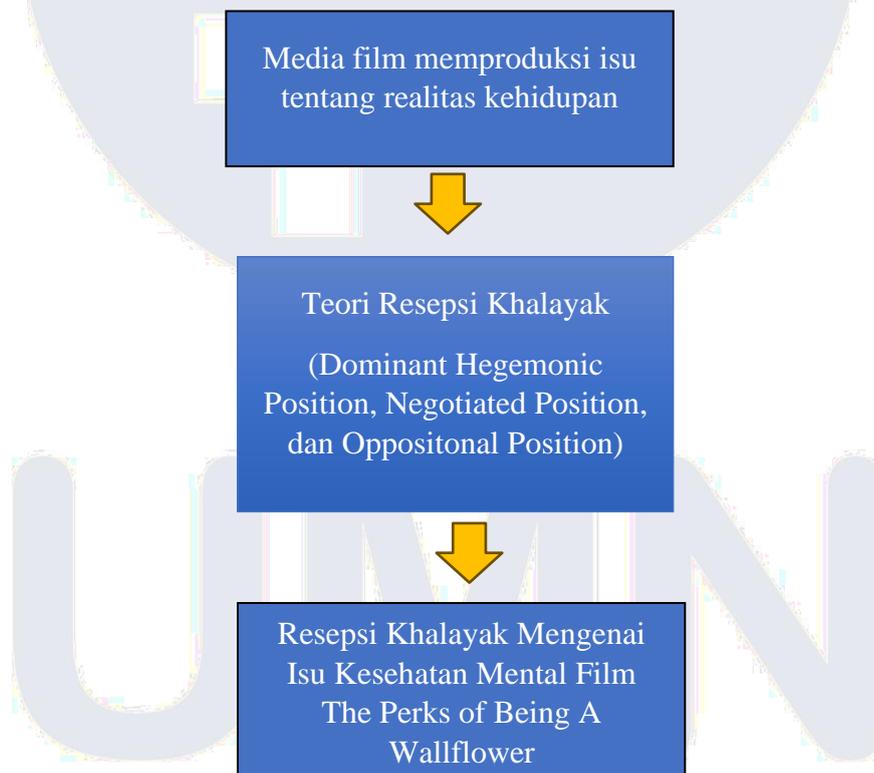
Teori resepsi menjabarkan tentang proses konstruksi pesan dari media kepada penerima pesan. Khalayak memberikan makna terkait kode atau pesan dari media tetapi dapat memiliki perbedaan pandangan mempertimbangkan adanya pengaruh dari identitas diri dan latar belakang budaya (McQuail & Deuze, 2020). Dalam teori yang dicetus oleh Stuart Hall ini, terdapat proses *encoding-decoding* yang menjelaskan terkait proses produsen pesan membentuk perencanaan pesan berdasarkan pengalaman yang dimiliki, produsen menampilkan pesan tersebut melalui media, dan penerima pesan menguraikan pesan (Kumala & Sukmono, 2023). Selain itu, dalam analisis resepsi, terdapat khalayak aktif yaitu khalayak yang menerima pesan dan menyimpan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Khalayak aktif berperan sebagai *producer of meaning* sehingga melakukan interpretasi pesan berdasarkan pengalaman (Syarifa & Nugroho, 2020).

Media memiliki peran penting yaitu menyalurkan identitas dan budaya yang layak kepada khalayak (Baran & Davis, 2015). Terdapat berbagai opsi media yang dapat dipilih oleh produsen pesan untuk menyampaikan pesan dan salah satunya adalah media film. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh JakPat, sebanyak 70% responden mewakili mayoritas orang Indonesia memilih untuk menonton film sebagai aktivitas mengisi waktu luang (Dihni, 2022). Produsen dapat memilih beberapa topik penting untuk ditonjolkan dalam suatu film dan salah satu topik penting yang terjadi saat ini adalah gangguan kesehatan mental. Film *The Perks of Being A Wallflower* merupakan film yang mengangkat topik kesehatan mental terutama trauma.

Film *The Perks of Being A Wallflower* merupakan salah satu film yang berhasil menarik perhatian audiens terutama terkait penggambaran remaja mengidap gangguan kesehatan mental dan dampaknya dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman traumatis berupa meninggalnya dua orang terdekat yang mengakibatkan remaja mengalami gangguan stres pasca trauma merupakan salah

satu topik gangguan kesehatan mental yang paling ditonjolkan. Oleh karena itu, peneliti akan menganalisa terkait penerimaan khalayak yang sudah menonton film ini terkait kesehatan mental yang ditampilkan pada film *The Perks of Being A Wallflower*.

Berdasarkan penjelasan keterkaitan mencakup media, teori resepsi, dan khalayak aktif yang akan diterapkan dalam penelitian “Resepsi Khalayak Mengenai Kesehatan Mental Dalam Film *The Perks of Being A Wallflower*”, maka penjabaran kerangka berpikir dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA