

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Bagus Ramadi pada tahun 2023 yang diterbitkan dalam *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan* membahas peran media sosial dalam mengungkap kasus korupsi serta dampaknya terhadap opini publik. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana media sosial sebagai platform digital yang terbuka memungkinkan masyarakat untuk berbagi informasi, mendiskusikan kasus korupsi, dan memberikan tekanan terhadap pihak berwenang agar mengambil tindakan hukum. Dengan menggunakan metode analisis literatur dan studi kasus, penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu korupsi, mempercepat penyebaran informasi, serta membentuk opini publik yang dapat mempengaruhi kebijakan dan tindakan hukum. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa keterlibatan masyarakat di media sosial dapat berkontribusi dalam menciptakan transparansi dan akuntabilitas di sektor pemerintahan. Namun, penelitian tersebut tidak secara spesifik membahas platform YouTube ataupun revisi UU TNI 2025, sehingga masih terdapat ruang untuk penelitian lebih lanjut yang lebih fokus pada aspek ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Latifah pada tahun 2024 yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang menyoroti peran pengguna media sosial dalam menyoroti tindakan aparat penegak hukum, khususnya dalam fenomena *No Viral No Justice*. Penelitian tersebut mengkaji bagaimana masyarakat menggunakan media sosial untuk mengkritisi dan menekan aparat hukum agar lebih responsif terhadap kasus-kasus yang menjadi perhatian publik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, penelitian tersebut menemukan bahwa viralitas di media sosial sering kali menjadi faktor penentu dalam mendorong tindakan hukum terhadap suatu kasus, termasuk kasus korupsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana

komunikasi, tetapi juga sebagai alat pengawasan publik yang mampu memengaruhi dinamika hukum di Indonesia. Meskipun penelitian tersebut relevan dengan penelitian tentang respons pengguna media sosial, penelitian tersebut tidak secara khusus berfokus pada platform YouTube maupun RUU TNI 2025, sehingga masih dibutuhkan penelitian lanjutan yang lebih spesifik dalam konteks tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Asri Annisa Nasution pada tahun 2024 yang diterbitkan oleh Universitas Bakrie membahas penggunaan akun media sosial sekunder dalam konteks komunikasi terkait korupsi. Penelitian tersebut menyoroti bagaimana individu atau kelompok memanfaatkan *second account*, baik anonim maupun alter ego, untuk membahas, menyebarkan informasi, atau bahkan membentuk opini publik mengenai kasus-kasus korupsi. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian tersebut menemukan bahwa *second account* sering kali digunakan untuk menghindari tekanan sosial, menjaga privasi, atau menyampaikan kritik secara lebih bebas tanpa takut akan konsekuensi hukum. Selain itu, penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun-akun ini dapat berperan dalam memobilisasi opini publik dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu korupsi. Namun, penggunaan *second account* juga memiliki risiko penyebaran informasi yang bias atau manipulatif. Namun, penelitian tersebut tidak secara spesifik membahas platform YouTube maupun RUU TNI 2025, sehingga masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut yang lebih terfokus pada aspek ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Fildza Khaerunnisa pada tahun 2024 yang diterbitkan oleh Universitas Mercu Buana Jakarta menganalisis resepsi pengguna media sosial anonim terhadap citra keluarga Rafael Alun dalam konteks pemberitaan kasus korupsi. Penelitian tersebut menggunakan teori resepsi *encoding-decoding* dari Stuart Hall untuk memahami bagaimana pengguna media sosial, khususnya akun anonim, menafsirkan dan merespons konten yang berkaitan dengan keluarga pejabat yang terlibat kasus korupsi. Melalui wawancara mendalam dengan beberapa pengguna media sosial anonim, penelitian tersebut menemukan bahwa sebagian besar responden berada dalam posisi hegemonik dominan, yaitu menerima dan memperkuat narasi negatif tentang keluarga Rafael Alun yang berkembang di media sosial. Penelitian tersebut juga menyoroti bagaimana akun

anonim berperan dalam membentuk opini publik dan menciptakan diskursus kritis terkait kasus korupsi yang melibatkan pejabat tinggi. Meskipun penelitian tersebut memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial berkontribusi dalam membangun persepsi publik penelitian tersebut tidak secara spesifik meneliti platform YouTube maupun RUU TNI 2025. Oleh sebab itu, penelitian lebih lanjut yang lebih berfokus pada platform YouTube dan kasus tersebut masih dibutuhkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan Ayu Sekar Aprilia dan Auliya Rahman Isnain pada tahun 2023 yang diterbitkan dalam *Jurnal Media Informatika Budidarma* menganalisis sentimen publik terhadap kampanye anti-korupsi di media sosial Twitter menggunakan metode *Naïve Bayes*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana masyarakat merespons kampanye anti-korupsi secara daring, apakah mayoritas sentimen yang muncul bersifat positif, negatif, atau netral. Dengan pendekatan analisis data berbasis kecerdasan buatan, penelitian tersebut menemukan bahwa sebagian besar cuitan terkait kampanye anti-korupsi memiliki sentimen positif, yang menunjukkan adanya dukungan publik terhadap upaya pemberantasan korupsi. Namun, terdapat pula sentimen negatif yang mencerminkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap efektivitas kampanye tersebut atau terhadap institusi yang melaksanakannya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan kesadaran anti-korupsi, tetapi juga dapat menjadi ruang bagi skeptisisme terhadap komitmen pemerintah dalam menangani kasus korupsi. Meskipun penelitian tersebut relevan dalam mengkaji respons publik terhadap isu kontroversi di media sosial, penelitian tersebut tidak secara spesifik membahas platform YouTube maupun kasus RUU TNI 2025, sehingga masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut yang lebih berfokus pada aspek ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Syakir dan Firman Noor Hasan Mail pada tahun 2023 yang diterbitkan dalam *Jurnal Media Informatika Budidarma* membahas analisis sentimen masyarakat terhadap perilaku korupsi pejabat pemerintah berdasarkan unggahan di media sosial Twitter. Menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*, penelitian tersebut mengklasifikasikan sentimen publik ke dalam tiga kategori utama, yaitu positif, negatif, dan netral. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa mayoritas unggahan masyarakat di Twitter memiliki sentimen negatif, yang mencerminkan kemarahan, kekecewaan, serta rendahnya tingkat kepercayaan publik terhadap pejabat yang terlibat dalam tindak korupsi. Temuan tersebut juga menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengkritik tindakan korupsi dan menuntut akuntabilitas dari pemerintah. Namun, penelitian tersebut juga mengungkap bahwa terdapat sebagian kecil sentimen positif, yang umumnya berasal dari perspektif *netizen* yang masih percaya pada reformasi antikorupsi atau mendukung pejabat tertentu yang dinilai memiliki integritas. Meskipun penelitian tersebut memberikan wawasan mengenai bagaimana masyarakat bereaksi terhadap sebuah isu di media sosial, penelitian tersebut tidak secara khusus membahas platform YouTube ataupun isu RUU TNI 2025. Oleh sebab itu, penelitian lanjutan yang lebih spesifik dalam konteks tersebut masih dibutuhkan.



2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Peran Media Sosial dalam Mengungkapkan Kasus Korupsi dan Dampaknya terhadap Opini Publik	Analisis Peranan Pengguna Media Sosial terhadap Tindak Kritis Aparat Penegak Hukum dalam Fenomena "No Viral No Justice"	Analisis Penggunaan Akun Media Sosial Sekunder dalam Konteks Korupsi Komunikasi	Analisis Resepsi Akun Anonim Pengguna Media Sosial X pada Citra Keluarga Rafael Alun	Analisis Sentimen terhadap Media Sosial Twitter dengan Kasus Kampanye Anti-Korupsi di Indonesia Menggunakan Naive Bayes	Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Perilaku Korupsi Pejabat Pemerintah Berdasarkan Tweet Menggunakan Naive Bayes Classifier
2.	Nama Lengkap Peneliti,	Wulandari & Bagus Ramadi, 2023, Causa:	Amalia Latifah, 2024, Universitas Islam Negeri	Asri Annisa Nasution, 2024,	Fildza Khaerunnisa, 2024,	Ni Wayan Ayu Sekar Aprilia & Auliya Rahman	Abdul Syakir & Firman Noor Hasan Mail,

	Tahun Terbit, dan Penerbit	Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan	Raden Fatah Palembang	Universitas Bakrie	Universitas Mercu Buana Jakarta	Isnain, 2023, Jurnal Media Informatika Budidarma	2023, Jurnal Media Informatika Budidarma
3.	Fokus Penelitian	Peran media sosial dalam mengungkap kasus korupsi dan dampaknya terhadap opini publik	Peran pengguna media sosial dalam menyoroti tindakan aparat penegak hukum dalam fenomena "No Viral No Justice"	Penggunaan akun media sosial sekunder dalam konteks korupsi komunikasi	Resepsi akun anonim terhadap konten media sosial terkait citra keluarga Rafael Alun	Analisis sentimen publik terhadap kampanye anti-korupsi di Twitter menggunakan metode Naive Bayes	Analisis sentimen masyarakat terhadap perilaku korupsi pejabat pemerintah berdasarkan tweet menggunakan Naive Bayes Classifier
4.	Teori	Analisis literatur dan studi kasus	Teori ruang publik	Tidak disebutkan secara eksplisit	Teori resepsi encoding-decoding Stuart Hall	Tidak disebutkan secara eksplisit	Tidak disebutkan secara eksplisit

5.	Metode Penelitian	Analisis literatur dan studi kasus	Pendekatan kualitatif dengan studi kasus	Studi kasus dengan pendekatan kualitatif	Wawancara mendalam dengan pengguna media sosial anonim	Analisis sentimen menggunakan metode Naive Bayes	Analisis sentimen menggunakan metode Naive Bayes Classifier
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Menganalisis peran pengguna media sosial dalam menanggapi isu kontroversial di YouTube	Menganalisis peran pengguna media sosial dalam menyuarakan kritik terhadap kebijakan militer	Menganalisis penggunaan akun media sosial untuk merespons informasi terkait kebijakan	Menganalisis resepsi pengguna anonim di YouTube terhadap konten terkait kebijakan	Menganalisis sentimen publik di YouTube terhadap isu kontroversial	Menganalisis sentimen masyarakat di YouTube terkait kontroversi dalam kebijakan
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI	Tidak spesifik pada YouTube dan tidak fokus pada isu Revisi UU TNI

8.	Hasil Penelitian	Media sosial memfasilitasi akses informasi dan partisipasi publik dalam diskusi korupsi, serta memberi tekanan pada pihak berwenang untuk mengambil tindakan hukum	Pengguna media sosial berperan dalam menyoroti tindakan aparat penegak hukum, memengaruhi respons masyarakat terhadap aparat tersebut	Pengguna akun sekunder sering memanipulasi pesan dan menggunakan media secara strategis untuk mencapai tujuan pribadi yang tidak selalu sejalan dengan citra di akun utama	Resepsi akun anonim terhadap konten terkait keluarga Rafael Alun sebagian besar berada dalam posisi hegemonik dominan, menunjukkan kemarahan dan ketidakpercayaan terhadap integritas pejabat publik	Sebagian besar <i>tweet</i> terkait kampanye anti-korupsi memiliki sentimen positif, namun ada juga yang negatif; analisis ini membantu dalam merumuskan kebijakan dan strategi anti-korupsi	Sentimen negatif mendominasi <i>tweet</i> terkait perilaku korupsi pejabat pemerintah, menunjukkan kemarahan, kekecewaan, dan rendahnya tingkat kepercayaan publik terhadap pejabat yang korup
----	------------------	--	---	--	--	--	--

2.2 Landasan Teori dan Konsep

2.2.1 Media Sosial

Media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat modern, memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini secara cepat dan luas. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara komunikasi dan penyebaran informasi, menciptakan paradigma baru dalam komunikasi massa dan interpersonal. Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi dalam jaringan virtual. Van Looy (2022) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten buatan pengguna. Media sosial memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari media tradisional.

Pertama, media sosial bersifat interaktif, memungkinkan komunikasi dua arah antara pengguna. Jika media tradisional seperti televisi dan surat kabar bersifat satu arah, media sosial memungkinkan audiens tidak hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen konten. Kedua, media sosial bersifat partisipatif, di mana pengguna dapat secara aktif terlibat dalam diskusi, memberikan komentar, serta membagikan informasi kepada jaringan mereka. Ketiga, media sosial memiliki jangkauan global yang luas. Dengan koneksi internet, individu dari berbagai belahan dunia dapat berinteraksi dalam waktu nyata.

Keempat, media sosial memberikan kesempatan bagi personalisasi dan segmentasi. Algoritma yang digunakan oleh platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memungkinkan pengguna menerima konten yang disesuaikan dengan preferensi mereka berdasarkan riwayat aktivitas dan interaksi sebelumnya. Terakhir, media sosial memiliki daya sebar informasi yang tinggi dan cepat. Konten yang viral dapat menyebar luas dalam hitungan jam, memungkinkan isu-isu tertentu untuk mendapatkan perhatian publik secara instan (Meel & Vishwakarma, 2020). Media sosial telah

menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, mengubah cara individu berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara global. Salah satu platform media sosial yang sangat populer adalah YouTube, yang mengedepankan aspek visual dan interaktivitas tinggi dalam komunikasi digital. Media sosial memiliki tiga karakteristik utama: (1) pengguna dapat membuat profil yang dapat diakses oleh publik atau semi-publik, (2) pengguna dapat menjalin hubungan dengan individu lain, dan (3) pengguna dapat melihat serta berinteraksi dengan daftar koneksi mereka. Karakteristik ini membedakan media sosial dari bentuk komunikasi digital lainnya, seperti situs web statis atau email.

Media sosial memiliki berbagai bentuk, mulai dari platform berbasis teks seperti Twitter, platform berbasis video seperti YouTube dan TikTok, hingga platform berbasis gambar seperti Instagram dan Pinterest. Meskipun berbeda dalam format, semua platform ini memiliki kesamaan dalam hal memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menerima konten, membangun komunitas, serta berinteraksi dengan audiens dalam skala yang lebih luas dibandingkan dengan komunikasi interpersonal tradisional.

Keunggulan utama media sosial adalah kecepatannya dalam menyebarkan informasi. Dalam hitungan detik, sebuah postingan dapat diakses oleh jutaan orang di berbagai belahan dunia. Namun, kecepatan ini juga menjadi tantangan, terutama dalam hal penyebaran misinformasi dan berita palsu (*fake news*). Oleh karena itu, literasi digital menjadi aspek penting dalam penggunaan media sosial yang bijak (Reddy et al., 2022).

Selain itu, media sosial juga memberikan wadah bagi partisipasi publik dalam isu-isu sosial dan politik. Fenomena seperti *hashtag activism* (#MeToo, #BlackLivesMatter) menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun gerakan sosial dan meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu tertentu. Di Indonesia, kampanye seperti #ReformasiDikorupsi dan #PercumaLaporPolisi mencerminkan bagaimana media sosial menjadi alat bagi masyarakat untuk menyuarakan aspirasi mereka terhadap pemerintah dan institusi publik.

Namun, media sosial juga membawa tantangan dan dampak negatif. Salah satu isu utama adalah penyebaran misinformasi dan disinformasi. Kecepatan penyebaran informasi di media sosial sering kali tidak diimbangi dengan verifikasi fakta yang memadai. *Hoax* dan teori konspirasi dapat dengan mudah menyebar dan mempengaruhi opini publik.

Dengan karakteristik seperti interaktivitas, partisipasi, dan daya sebar informasi yang tinggi, media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan mengakses informasi. Meskipun media sosial membawa manfaat besar, seperti peningkatan akses informasi dan partisipasi sosial, ia juga menimbulkan tantangan seperti penyebaran misinformasi dan dampak negatif terhadap kesehatan mental. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memiliki literasi digital yang baik agar dapat memanfaatkan media sosial secara bijak dan kritis.

2.2.2 YouTube Sebagai Media Informasi

Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini adalah YouTube. Diluncurkan pada tahun 2005 oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim, YouTube awalnya dikembangkan sebagai situs berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berkomentar pada video secara bebas. Seiring waktu, YouTube berkembang menjadi salah satu platform digital terbesar di dunia dengan lebih dari 2,5 miliar pengguna aktif bulanan per 2023 (Statista, 2023). Keunggulan utama YouTube terletak pada kemampuannya menyatukan aspek visual dan audio dalam satu media yang interaktif serta terbuka, sehingga menjadikannya tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga pendidikan, pemasaran, dan advokasi sosial.

Tidak seperti media sosial berbasis teks seperti Twitter atau Facebook, YouTube berfokus pada konten video yang mendalam dan berdurasi bervariasi, dari klip pendek hingga dokumenter panjang. Hal tersebut memungkinkan fleksibilitas yang besar bagi kreator dalam menyampaikan pesan mereka. YouTube menjadi platform penting bagi generasi *digital native* yang terbiasa dengan konsumsi konten visual

interaktif. Popularitasnya terus meningkat karena kemudahan akses, potensi viralitas, dan sistem monetisasi yang menguntungkan bagi kreator melalui program YouTube Partner (Eves, 2021)

YouTube memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan gerakan sosial dan kesadaran publik. Banyak aktivis, jurnalis independen, dan organisasi non-profit memanfaatkan YouTube sebagai media kampanye yang efektif. Gerakan seperti #BlackLivesMatter, #ClimateStrike, dan berbagai kampanye hak asasi manusia telah menyebar melalui video dokumenter, vlog aktivis, maupun siaran langsung demonstrasi di berbagai belahan dunia. Di Indonesia, konten yang membahas isu-isu seperti reformasi hukum, lingkungan, dan pemberdayaan perempuan juga mendapatkan tempat tersendiri di kalangan pengguna muda (Basiroen et al., 2024).

Selain memahami fungsi dan fitur YouTube sebagai media sosial berbasis video, penting juga untuk meninjau karakteristik pengguna platform tersebut, yang turut menentukan dinamika komunikasi dan jenis konten yang berkembang di dalamnya. Pengguna YouTube sangat beragam, serta mencakup berbagai kelompok usia, latar belakang pendidikan, dan minat, tetapi secara umum didominasi oleh generasi muda, khususnya generasi Z dan generasi milenial, yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap konsumsi konten visual yang cepat, informatif, serta menghibur. Mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berperan aktif sebagai kreator konten, komentator, serta kurator informasi melalui fitur *like*, *share*, dan *subscribe*.

Sebagian besar pengguna YouTube juga menunjukkan perilaku selektif dalam memilih konten, serta cenderung mengandalkan rekomendasi algoritma dan tren populer dalam menentukan apa yang akan ditonton (Matamoros-Fernandez et al., 2021). Selain itu, pengguna YouTube cenderung mencari konten yang relevan secara personal, baik untuk tujuan hiburan, pembelajaran, maupun pemenuhan kebutuhan emosional seperti motivasi dan koneksi sosial (Buf & Stefanita, 2020). Karakteristik tersebut

menunjukkan bahwa pengguna YouTube bukan hanya audiens pasif, melainkan bagian dari ekosistem interaktif yang berkontribusi aktif terhadap produksi, penyebaran, dan penilaian informasi di platform tersebut.

Sebagai platform media sosial yang berbasis audiovisual, YouTube telah mentransformasi cara manusia berkomunikasi, belajar, dan membentuk opini di era digital. Kehadirannya memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas, memperkuat demokratisasi informasi, dan membuka ruang bagi ekspresi kreatif tanpa batas. Namun, penggunaan YouTube juga membutuhkan kesadaran dan tanggung jawab digital, khususnya dalam hal verifikasi informasi, pengelolaan waktu konsumsi konten, serta etika interaksi *online*. Dengan pemahaman yang baik tentang dinamika platform tersebut, pengguna dapat memaksimalkan manfaat dari YouTube sebagai media sosial yang bukan hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan memberdayakan.

Sebagai media sosial berbasis video, YouTube memberikan pengaruh besar terhadap cara individu mengekspresikan diri dan membentuk identitas digital. Kreator konten dapat membangun *personal branding* yang kuat melalui estetika visual, gaya bicara, dan jenis konten yang mereka unggah. Banyak di antara mereka yang kemudian menjadi figur publik atau *influencer* digital, yang memiliki pengaruh besar terhadap opini publik dan tren budaya populer. Fenomena tersebut tidak hanya terjadi di negara-negara Barat, tetapi juga di Indonesia, di mana para YouTuber seperti Raditya Dika, Deddy Corbuzier, dan Jerome Polin menjadi tokoh penting dalam lanskap media digital lokal.

Di sisi lain, YouTube juga memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan gerakan sosial dan kesadaran publik. Banyak aktivis, jurnalis independen, dan organisasi non-profit memanfaatkan YouTube sebagai media kampanye yang efektif. Gerakan seperti #BlackLivesMatter, #ClimateStrike, dan berbagai kampanye hak asasi manusia telah menyebar melalui video dokumenter, vlog aktivis, maupun siaran langsung.

demonstrasi di berbagai belahan dunia. Di Indonesia, konten yang membahas isu-isu seperti reformasi hukum, lingkungan, dan pemberdayaan perempuan juga mendapatkan tempat tersendiri di kalangan pengguna muda (Basiroen et al., 2024).

Selain memahami fungsi dan fitur YouTube sebagai media sosial berbasis video, penting juga untuk meninjau karakteristik pengguna platform tersebut, yang turut menentukan dinamika komunikasi dan jenis konten yang berkembang di dalamnya. Pengguna YouTube sangat beragam, serta mencakup berbagai kelompok usia, latar belakang pendidikan, dan minat, tetapi secara umum didominasi oleh generasi muda, khususnya generasi Z dan generasi milenial, yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap konsumsi konten visual yang cepat, informatif, serta menghibur. Mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berperan aktif sebagai kreator konten, komentator, serta kurator informasi melalui fitur *like*, *share*, dan *subscribe*.

Sebagian besar pengguna YouTube juga menunjukkan perilaku selektif dalam memilih konten, serta cenderung mengandalkan rekomendasi algoritma dan tren populer dalam menentukan apa yang akan ditonton (Matamoros-Fernandez et al., 2021). Selain itu, pengguna YouTube cenderung mencari konten yang relevan secara personal, baik untuk tujuan hiburan, pembelajaran, maupun pemenuhan kebutuhan emosional seperti motivasi dan koneksi sosial (Buf & Stefanita, 2020). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pengguna YouTube bukan hanya audiens pasif, melainkan bagian dari ekosistem interaktif yang berkontribusi aktif terhadap produksi, penyebaran, dan penilaian informasi di platform tersebut.

Sebagai platform media sosial yang berbasis audiovisual, YouTube telah mentransformasi cara manusia berkomunikasi, belajar, dan membentuk opini di era digital. Kehadirannya memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas, memperkuat demokratisasi informasi, dan membuka ruang bagi ekspresi kreatif tanpa batas. Namun, penggunaan YouTube juga

membutuhkan kesadaran dan tanggung jawab digital, khususnya dalam hal verifikasi informasi, pengelolaan waktu konsumsi konten, serta etika interaksi *online*. Dengan pemahaman yang baik tentang dinamika platform tersebut, pengguna dapat memaksimalkan manfaat dari YouTube sebagai media sosial yang bukan hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan memberdayakan.

2.2.3 Teori *Encoding-Decoding*

Teori *encoding-decoding* yang dikembangkan oleh Stuart Hall merupakan salah satu fondasi utama dalam analisis resepsi serta menjadi kontribusi penting dalam kajian komunikasi dan media, khususnya dalam tradisi kajian budaya (*cultural studies*). Gagasan utama Hall berangkat dari kritik terhadap model komunikasi linear yang memandang komunikasi sebagai proses sederhana dari pengirim pesan ke penerima pesan. Dalam model klasik, seperti model Shannon dan Weaver, audiens sering diposisikan sebagai pihak pasif yang hanya menerima pesan sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Hall menolak pandangan tersebut dan menegaskan bahwa komunikasi merupakan proses sosial yang kompleks, di mana makna tidak pernah bersifat tetap, melainkan selalu terbuka untuk ditafsirkan secara beragam oleh audiens.

Menurut Hall, proses komunikasi terdiri dari dua tahap utama yang saling berkaitan, yaitu *encoding* dan *decoding*. *Encoding* merujuk pada proses produksi pesan oleh media atau produsen pesan. Dalam tahapan tersebut, media mengonstruksi realitas melalui pemilihan kata, gambar, narasi, sudut pandang, serta berbagai kode budaya dan ideologis tertentu. Pesan yang dihasilkan tidak pernah netral, karena selalu dipengaruhi oleh nilai, ideologi, kepentingan, dan konteks sosial pembuatnya (Hall, 2024). Dalam konteks media massa dan media digital, proses *encoding* dapat terlihat melalui cara media membingkai suatu isu, memilih narasumber, menyusun alur cerita, serta menggunakan unsur visual dan bahasa tertentu untuk membentuk persepsi audiens. Oleh sebab itu, teks media tidak dapat

dipahami semata-mata sebagai refleksi realitas, melainkan sebagai hasil konstruksi sosial yang sarat makna.

Namun, bagi Hall, makna yang telah di-*encode* oleh media tidak secara otomatis diterima begitu saja oleh audiens. Di sinilah konsep *decoding* menjadi krusial. *Decoding* merujuk pada proses penafsiran pesan oleh audiens, yang sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pengalaman hidup, pendidikan, posisi ideologis, serta konteks budaya masing-masing individu. Audiens dipahami sebagai subjek aktif yang tidak hanya mengonsumsi pesan, tetapi juga menafsirkan, merundingkan, bahkan menentang makna yang ditawarkan oleh media (Elinwa, 2020). Dengan demikian, makna tidak berada di dalam teks media secara inheren, tetapi terbentuk melalui interaksi antara teks dan audiens.

Hall mengembangkan lebih lanjut konsep *decoding* tersebut dengan mengidentifikasi tiga posisi pembacaan (*reading positions*) yang dapat diambil oleh audiens terhadap teks media, yaitu *dominant-hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Posisi *dominant-hegemonic* terjadi ketika audiens menerima makna yang dikonstruksi media sebagaimana dimaksudkan oleh produsen pesan. Dalam posisi tersebut, audiens berada dalam kerangka ideologis yang sama dengan media dan tidak mempertanyakan representasi yang disajikan. Posisi *negotiated* terjadi ketika audiens secara umum menerima kerangka makna yang ditawarkan media, tetapi melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman pribadi atau konteks sosial tertentu. Audiens dalam posisi tersebut dapat menyetujui sebagian pesan, namun menolak atau memodifikasi bagian lain yang tidak sesuai dengan pengalaman mereka. Sementara itu, posisi *oppositional* muncul ketika audiens secara aktif menolak makna dominan yang ditawarkan media dan membangun interpretasi alternatif berdasarkan kerangka ideologis yang berbeda (Rauch, 2020).

Relevansi teori *encoding-decoding* menjadi semakin kuat dalam konteks media digital dan media sosial seperti YouTube. Audiens tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berperan sebagai pengguna aktif

yang memilih, menafsirkan, mengomentari, dan bahkan mereproduksi konten media. Platform seperti YouTube menyediakan ruang bagi audiens untuk mengonstruksi pemaknaan mereka sendiri melalui aktivitas menonton, berdiskusi, serta membangun opini pribadi terhadap konten yang dikonsumsi. Hal tersebut menunjukkan bahwa teori Hall tetap relevan untuk memahami dinamika komunikasi digital, khususnya ketika penelitian berfokus pada bagaimana individu memaknai suatu pesan media.

Dalam konteks analisis resepsi, teori *encoding-decoding* memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk mengkaji hubungan antara teks media dan audiens. Analisis resepsi tidak lagi bertanya tentang apa yang dilakukan media terhadap audiens, melainkan apa yang dilakukan audiens terhadap media (Briandana & Azmawati, 2020). Dengan menggunakan pendekatan Hall, Peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana audiens menempatkan diri mereka dalam proses *decoding*, apakah mereka menerima makna dominan, merundingkannya, atau justru menentangnya. Pendekatan tersebut memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap pengalaman subjektif audiens, bukan sekadar pengukuran dampak media secara kuantitatif.

Dalam penelitian yang berfokus pada isu politik, teori *encoding-decoding* menjadi sangat relevan karena isu politik selalu sarat dengan ideologi, kepentingan, dan pertarungan makna. Representasi isu politik dalam media, seperti melalui video pemberitaan, tidak pernah netral, melainkan selalu di-*framing* melalui sudut pandang tertentu. Audiens yang menonton video tersebut dapat memberikan respons yang sangat beragam, tergantung pada pengalaman politik, tingkat pengetahuan, kepercayaan terhadap institusi, dan posisi ideologis mereka. Sebagian audiens menerima narasi media sebagai kebenaran, sebagian lain bersikap kritis dan mempertanyakan kredibilitas media, sedangkan yang lain bisa sepenuhnya menolak pesan serta membangun interpretasi yang berlawanan. Keragaman tersebut yang menjadi fokus utama analisis resepsi.

Dengan demikian, teori *encoding-decoding* Stuart Hall tidak hanya relevan secara teoretis, tetapi juga operasional dalam penelitian kualitatif berbasis

wawancara yang bertujuan menggali makna subjektif audiens. Teori tersebut menyediakan kerangka konseptual yang memungkinkan Peneliti untuk menghubungkan teks media, konteks sosial, dan pengalaman audiens dalam satu analisis yang utuh. Dalam penelitian analisis resepsi, Hall tidak hanya menjadi referensi teoritis, tetapi menjadi landasan epistemologis yang menempatkan makna sebagai hasil negosiasi sosial antara media dan audiens.

2.2.4 Analisis Resepsi

Analisis resepsi merupakan salah satu pendekatan penting dalam kajian media dan komunikasi yang berfokus pada bagaimana audiens menginterpretasikan pesan media. Pendekatan tersebut berangkat dari asumsi dasar bahwa makna tidak hanya diproduksi oleh pembuat teks (produsen media), tetapi juga oleh khalayak (audiens) dalam proses interaksi dengan teks tersebut. Dalam konteks tersebut, audiens tidak lagi diposisikan sebagai entitas pasif yang hanya menerima pesan secara mentah, melainkan sebagai subjek aktif yang membawa pengalaman, pengetahuan, latar belakang sosial, serta nilai-nilai budaya mereka ke dalam proses penafsiran.

Konsep analisis resepsi mendapatkan pengaruh besar dari teori *encoding/decoding* yang dikembangkan oleh Stuart Hall, seorang pemikir terkemuka dari mazhab Birmingham dalam tradisi kajian budaya. Hall menjelaskan bahwa proses komunikasi tidak bersifat linear dan tertutup, melainkan bersifat terbuka dan dialektis (Fuchs, 2023). Produsen media akan meng-*encode* pesan berdasarkan kode-kode tertentu yang merefleksikan ideologi dominan, namun audiens memiliki potensi untuk melakukan *decoding* secara beragam tergantung pada posisi sosial dan budaya mereka. Hall mengklasifikasikan tiga posisi *decoding* utama, yaitu dominan-hegemonik (ketika audiens menerima makna sesuai dengan yang diinginkan oleh produsen), negosiasi (ketika audiens menerima sebagian makna namun menolak sebagian lainnya), serta oposisi (ketika audiens secara aktif menolak makna dominan dan membentuk interpretasi alternatif).

Dalam pengembangan lebih lanjut, pendekatan resepsi tidak hanya digunakan untuk memahami interpretasi terhadap teks verbal, tetapi juga teks visual. Hal tersebut relevan dengan perkembangan media saat ini, di mana konten visual seperti foto, meme, poster digital, serta video pendek menjadi medium dominan dalam penyampaian pesan politik dan sosial, khususnya di media sosial. Rancangan visual bukanlah sesuatu yang netral. Rancangan visual penuh dengan muatan ideologis, simbolik, dan estetika yang dapat ditafsirkan secara berbeda oleh kelompok masyarakat yang berbeda (Kress & van Leeuwen, 2020). Oleh sebab itu, penting untuk menelaah bagaimana makna visual dikonstruksi dan dikonsumsi dalam kerangka sosial yang spesifik.

Pendekatan analisis resepsi memiliki akar dalam hermeneutika dan fenomenologi yang menekankan pentingnya subjektivitas dalam memahami makna. Wolfgang Iser dan Hans Robert Jauss, dua tokoh utama dalam teori resepsi sastra, telah menunjukkan bahwa makna suatu teks tidak dapat dilepaskan dari pengalaman pembaca. Pembaca mengisi "ruang kosong" dalam teks berdasarkan horizon ekspektasinya sendiri (Cen, 2023). Prinsip tersebut kemudian diadopsi dan dikembangkan dalam kajian media, khususnya untuk memahami keterlibatan audiens dalam produksi makna.

Dalam konteks Indonesia, analisis resepsi telah digunakan untuk memahami respons khalayak terhadap berbagai bentuk representasi media, seperti sinetron, film, iklan, dan pemberitaan politik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kelas sosial, pendidikan, jenis kelamin, dan afiliasi politik memainkan peran penting dalam bagaimana pesan media diterima serta dimaknai (Wolfsfeld, 2022). Sebagai contoh, dalam analisis terhadap sinetron religi, ditemukan bahwa audiens dari latar belakang konservatif cenderung memahami pesan secara literal serta sesuai dengan norma agama, sedangkan audiens dengan latar belakang yang lebih liberal sering kali memberikan penafsiran kritis dan bahkan subversif terhadap pesan yang disampaikan.

Dalam praktiknya, analisis resepsi umumnya dilakukan melalui metode kualitatif seperti wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*), dan observasi partisipan. Metode tersebut memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, persepsi, dan interpretasi yang tidak selalu dapat ditangkap melalui survei kuantitatif.

Ketika digunakan untuk menganalisis konten visual di media sosial, analisis resepsi menghadapi tantangan sekaligus peluang baru. Di satu sisi, konten visual sering kali memiliki ambiguitas makna yang tinggi, sehingga memungkinkan berbagai interpretasi yang beragam. Di sisi lain, media sosial menyediakan ruang partisipasi yang luas bagi pengguna untuk mereproduksi, mengomentari, dan menyebarkan konten secara bebas. Dalam konteks tersebut, audiens tidak hanya menjadi penerima makna, tetapi juga menjadi produser makna (*prosumer*) yang ikut serta dalam proses pembentukan opini publik dan wacana sosial-politik (Chovanec, 2023).

Sebagai contoh, dalam kasus RUU TNI, visualisasi berupa meme atau poster digital yang disebar melalui YouTube, Instagram, dan TikTok, tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyiratkan posisi ideologis tertentu. Audiens yang mendukung keterlibatan militer dalam urusan sipil mungkin menafsirkan visual tersebut sebagai bentuk penguatan stabilitas negara. Sementara itu, audiens yang kritis terhadap militerisasi sipil dapat menafsirkan gambar yang sama sebagai bentuk ancaman terhadap demokrasi.

Dengan demikian, analisis resepsi memberikan alat konseptual dan metodologis yang kuat untuk memahami kompleksitas komunikasi visual di era digital. Analisis resepsi membuka ruang bagi pembacaan yang lebih kaya atas peran audiens dalam membentuk dan mengonstruksi makna, serta membantu mengungkap bagaimana kekuasaan bekerja melalui representasi media. Lebih jauh lagi, pendekatan tersebut memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi media serta demokratisasi informasi

dengan mendorong kesadaran kritis masyarakat terhadap proses komunikasi yang tidak pernah netral dan selalu dipenuhi oleh negosiasi makna.

2.2.5 Konsep Partisipasi Digital dalam Opini Publik

Partisipasi digital dalam opini publik merupakan fenomena yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial sebagai ruang diskusi dan interaksi sosial. Dalam era digital, masyarakat tidak lagi hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen dan penyebar opini melalui berbagai platform digital. Partisipasi digital menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan demokratis dalam pembentukan opini publik, tetapi juga membawa tantangan seperti misinformasi dan polarisasi. Untuk memahami konsep ini secara lebih mendalam, penting untuk membahas pengertian partisipasi digital, bagaimana prosesnya dalam membentuk opini publik, serta dampaknya terhadap masyarakat dan politik.

Partisipasi digital mengacu pada keterlibatan individu atau kelompok dalam diskusi, pengambilan keputusan, dan tindakan sosial melalui platform digital. Menurut Postill (2020), partisipasi digital adalah bentuk keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai aktivitas sosial, budaya, dan politik melalui media digital. Dalam konteks ini, individu dapat berinteraksi dengan orang lain, berbagi pendapat, dan membentuk komunitas berdasarkan kepentingan yang sama.

Partisipasi digital mencakup berbagai bentuk, mulai dari sekadar memberikan "like" atau komentar di media sosial, menandatangani petisi daring, berpartisipasi dalam diskusi di forum *online*, hingga melakukan aktivisme digital seperti kampanye daring (*hashtag activism*). Teknologi digital memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapat mereka, baik dalam lingkup lokal, nasional, maupun global.

Menurut Kozyreva et al. (2020), partisipasi digital memiliki beberapa karakteristik utama: pertama, *interaktivitas*, di mana individu dapat dengan mudah merespons dan berinteraksi dengan informasi atau

opini yang beredar. Kedua, *aksesibilitas*, di mana siapa saja yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi tanpa batasan geografis. Ketiga, *kecepatan penyebaran*, yang memungkinkan informasi dan opini menyebar dengan sangat cepat, membentuk opini publik dalam waktu singkat.

Partisipasi digital memungkinkan individu untuk memengaruhi opini publik dengan cara yang lebih langsung dan luas. Misalnya, dalam kasus gerakan sosial seperti #MeToo dan #BlackLivesMatter, partisipasi digital telah memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran dan membentuk persepsi masyarakat terhadap isu pelecehan seksual dan ketidakadilan rasial. Dalam konteks politik, kampanye digital dan diskusi daring sering kali memengaruhi keputusan pemilih, sebagaimana terlihat dalam pemilu di berbagai negara (Galais & Cardenal, 2020). Ada beberapa mekanisme utama dalam partisipasi digital yang berkontribusi terhadap pembentukan opini publik:

1. Media sosial sebagai ruang diskusi. Media sosial seperti Twitter, YouTube, dan Instagram menjadi platform utama bagi masyarakat untuk mengekspresikan opini mereka. Dalam ruang ini, individu dapat mengomentari isu-isu sosial, berbagi berita, dan membentuk narasi bersama. Fenomena *hashtag activism*, seperti #ReformasiDikorupsi di Indonesia, menunjukkan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk membangun kesadaran dan solidaritas terhadap suatu isu.
2. Viralitas dan efek jaringan. Konten yang menarik atau kontroversial sering kali menjadi viral dan mencapai audiens yang luas dalam waktu singkat. Fenomena ini menciptakan efek jaringan, di mana semakin banyak orang yang membicarakan suatu isu, semakin besar pengaruhnya dalam membentuk opini publik. Misalnya, skandal atau kasus korupsi yang dibahas secara luas di media sosial dapat meningkatkan tekanan terhadap pemerintah atau institusi terkait untuk mengambil tindakan.

3. Partisipasi dalam kampanye digital. Banyak organisasi dan aktivis menggunakan media digital untuk menggerakkan masyarakat dalam isu-isu tertentu. Petisi daring, kampanye *crowdfunding*, dan seruan aksi melalui media sosial adalah beberapa bentuk partisipasi digital yang dapat memengaruhi kebijakan publik. Misalnya, kampanye digital yang menekan perusahaan untuk lebih transparan dalam praktik bisnis mereka dapat mendorong perubahan kebijakan.

Partisipasi digital memiliki dampak yang kompleks terhadap masyarakat dan politik. Salah satu dampak positifnya adalah peningkatan aksesibilitas terhadap informasi dan peluang bagi individu untuk terlibat dalam diskusi publik. Dengan adanya platform digital, masyarakat dapat lebih mudah mengakses berita, mengkritik kebijakan pemerintah, dan menyuarakan aspirasi mereka. Selain itu, partisipasi digital juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Misalnya, banyak kasus korupsi atau pelanggaran hak asasi manusia yang terungkap melalui media sosial dan menjadi perhatian publik. Dalam hal ini, partisipasi digital berfungsi sebagai alat untuk mengawasi kekuasaan dan memastikan bahwa institusi bertanggung jawab atas tindakan mereka.

Namun, partisipasi digital juga membawa tantangan, salah satunya adalah penyebaran misinformasi dan hoaks. Karena kecepatan penyebaran informasi yang tinggi, berita palsu dapat dengan mudah diterima sebagai kebenaran oleh masyarakat. Selain itu, partisipasi digital juga dapat memperburuk polarisasi politik. Karena individu cenderung hanya berinteraksi dengan kelompok yang memiliki pandangan serupa, ruang diskusi digital sering kali menjadi ajang konflik daripada dialog yang konstruktif. Fenomena ini dapat menghambat konsensus sosial dan memperkuat kesenjangan antara kelompok yang berbeda pandangan politik atau ideologi.

Partisipasi digital dalam opini publik merupakan fenomena yang semakin berkembang di era media sosial. Dengan adanya platform digital,

masyarakat memiliki lebih banyak kesempatan untuk berpartisipasi dalam diskusi publik, menyebarkan informasi, dan memengaruhi kebijakan. Berbagai mekanisme seperti viralitas, algoritma media sosial, dan kampanye digital telah berkontribusi dalam membentuk opini publik secara lebih cepat dan luas dibandingkan dengan media tradisional.

Namun, partisipasi digital juga memiliki tantangan, termasuk penyebaran misinformasi, polarisasi sosial, dan bias algoritmik yang dapat mempersempit sudut pandang pengguna. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi digital dan mengembangkan keterampilan berpikir kritis dalam menanggapi informasi yang tersebar di media digital. Dengan pendekatan yang bijak, partisipasi digital dapat menjadi alat yang kuat untuk memperkuat demokrasi dan membangun masyarakat yang lebih sadar akan isu-isu sosial dan politik.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berfungsi sebagai landasan konseptual yang menghubungkan teori, konsep, dan fenomena yang diteliti. Dalam konteks analisis resepsi pengguna media sosial YouTube terhadap isu kontroversi RUU TNI, penelitian ini berangkat dari pemahaman tentang komunikasi massa dan media sosial sebagai ruang interaksi digital. Media sosial, khususnya YouTube, memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan opini, menyebarkan informasi, serta berpartisipasi dalam diskusi publik. Partisipasi digital ini dapat membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu.

Dalam penelitian ini, analisis resepsi digunakan untuk memahami bagaimana informasi mengenai isu RUU TNI menyebar melalui YouTube dan bagaimana pengguna memaknainya. YouTube, sebagai platform berbasis visual dan interaktif, memiliki mekanisme khusus seperti fitur komentar, *likes*, dan *hashtags* yang dapat mempercepat penyebaran opini dan menciptakan gelombang reaksi publik terhadap suatu isu.

Kerangka berpikir penelitian ini dibangun dari alur pemahaman bahwa kontroversi RUU TNI, khususnya terkait proses revisi dan transparansi pembahasan, menjadi isu publik yang direpresentasikan melalui media, salah satunya melalui video pemberitaan Kompas TV di YouTube. Video tersebut tidak dipandang sebagai teks yang netral, melainkan sebagai konstruksi media yang memuat sudut pandang tertentu melalui pemilihan narasi, visual, dan narasumber. Selanjutnya, pengguna YouTube sebagai audiens mengonsumsi konten tersebut dengan latar belakang sosial, pengalaman, dan pengetahuan yang berbeda-beda, sehingga menghasilkan proses pemaknaan yang beragam. Untuk memahami variasi pemaknaan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi berdasarkan model *encoding-decoding* Stuart Hall yang membedakan posisi pembacaan audiens ke dalam *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Melalui kerangka berpikir ini, penelitian diarahkan untuk menjelaskan bagaimana audiens menafsirkan kontroversi RUU TNI sebagaimana direpresentasikan dalam video Kompas TV, khususnya pada aspek proses dan transparansi revisi.

