

**TALKSHOW COVID-19 DAN RUANG KOMENTAR:  
ANALISIS PENERIMAAN OLEH WARGANET  
MELALUI KOMENTAR ONLINE**

**NUR INAYAH YUSHAR**

E022191007



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

**TALKSHOW COVID-19 DAN RUANG KOMENTAR:  
Analisis Penerimaan Warganet Melalui Komentar Online**

Disusun dan diajukan oleh

**NUR INAYAH YUSHAR**

E022191007

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin pada tanggal **13 Agustus 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

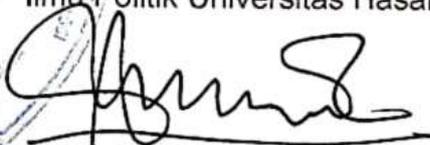
  
**Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si**  
Nip. 197402232001121002

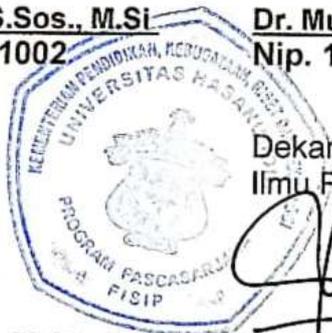
  
**Dr. Muhammad Farid, M.Si**  
Nip. 196107161987021001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

  
**Dr. Muhammad Farid, M.Si.**  
Nip. 196107161987021001

  
**Prof. Dr. H. Armin, M.Si.**  
Nip. 196511091991031008



## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NUR INAYAH YUSHAR

Nomor Pokok : E022191007

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan plagiasi tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Makassar, 20 Agustus 2021

Yang Menyatakan,  
  
NUR INAYAH YUSHAR



## Abstrak

**Nur Inayah Yushar.** Talkshow Covid-19 dan Ruang Komentar: Analisis Penerimaan Oleh Warganet Melalui Komentar Online. (Dibimbing oleh Alem Febri Sonni dan Muhammad Farid)

Penelitian ini bertujuan (1) Memahami dan menganalisis interpretasi warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier. (2) Memahami dan mengidentifikasi hasil *decoding* warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier.

Penelitian ini berlokasi di kanal YouTube Deddy Corbuzier, pada video unggahan 5 Januari 2021. Sumber data berupa transkrip komentar dan video akan di analisis dan interpretasi menggunakan metode analisis resepsi khalayak berdasarkan model encoding-decoding Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Sebuah pesan dapat diterjemahkan secara berbeda oleh pembacanya sesuai dengan pengalaman sosial dan pengalaman yang di mediasi. Bahkan ketika *decoder* menaruh atensi yang sama pada bagian tertentu, mereka akan memodifikasi pesan tersebut kedalam model pembacaan yang berbeda. (2) Bentuk-bentuk penerimaan teks oleh warganet diidentifikasi sebagai bentuk persetujuan terhadap ideology dominan, yang termanifestasi dalam bentuk komentar menyetujui dan membenarkan narasi *encoder*, melontarkan pujian dan dukungan, serta menafsirkan ulang bentuk persetujuan tersebut. Ketika bernegosiasi terhadap pesan, mereka melakukannya dengan memilih beberapa makna dan menutup yang lain. Warganet juga secara aktif menolak pesan yang disonan, bahkan menunjukkan sikap resisten sebagai bagian dari model pembacaan yang lebih disukai.

**Kata kunci:** Analisis resepsi, Encoding-decoding, Warganet, Komentar online

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan kuasanya sehingga penulis dengan segala usaha dan doa dapat menyelesaikan penelitian dengan judul: Talkshow Covid-19 dan Ruang Komentar: Analisis Penerimaan Oleh Warganet Melalui Komentar Online.

Penulis menyadari proses penyusunan tesis ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, bantuan dan doa restu dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

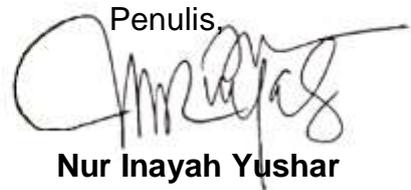
1. Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.si selaku pembimbing I dan Dr. Muhammad Farid, M.si., selaku pembimbing II sekaligus selaku ketua program studi Magister Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah bermurah hati dan meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu, memberikan arahan serta bantuan dalam penyelesaian tesis ini.
2. Dr. Ir. Rhiza Samsoe'oad Sadjad, MS.EE, Dr. Arianto, M.Si, dan Dr. Jeanny Maria Fatimah M.si selaku tim penguji yang senantiasa memberikan kemudahan dalam interaksi untuk proses penyelesaian serta masukan-masukan yang diberikan menjadi pelengkap untuk tesis ini.
3. Seluruh dosen Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan segala jerih payah dan memandu perkuliahan sehingga menambah wawasan penulis sesuai bidang studi Komunikasi.
4. Jajaran pengelola Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang

telah memberikan pelayanan maksimal dalam administrasi selama perkuliahan dan penyelesaian tesis.

5. Kedua orang tua, saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan motivasi, harapan yang baik, hingga bantuan secara finansial selama penulis menyelesaikan pendidikan.
6. Semua pihak tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah membantu penelitian ini.

Akhirnya dengan lapang dada penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik demi kesempurnaan tesis ini. Kepada Allah SWT jualah penulis panjatkan doa, semoga bantuan dan ketulusan yang telah diberikan senantiasa bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Makassar, Agustus 2021

Penulis,  
  
**Nur Inayah Yushar**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. FOKUS PENELITIAN .....	8
C. RUMUSAN MASALAH .....	9
D. TUJUAN PENELITIAN .....	9
E. KEGUNAAN PENELITIAN .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. KAJIAN KONSEP .....	11
1. ETNOGRAFI DIGITAL .....	15
2. KONSEP RUANG PUBLIK .....	15
3. KONSEP RUANG KOMENTAR .....	18
B. KAJIAN TEORETIS .....	21
1. KAJIAN BUDAYA .....	21
2. ANALISIS PENERIMAAN .....	27
C. HASIL RISET YANG RELEVAN .....	39
D. KERANGKA KONSEPTUAL .....	43
BAB III METODE PENELITIAN .....	44
A. PENDEKATAN PENELITIAN .....	44
B. JENIS PENELITIAN .....	44
C. LOKASI PENELITIAN .....	45
D. SUMBER DATA .....	45
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	46
F. TEKNIK ANALISIS DATA .....	47
G. PENGECEKAN VALIDITAS TEMUAN .....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	49
A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN .....	49
1. KANAL YOUTUBE DEDDY CORBUZIER .....	49
2. RANGKUMAN VIDEO PENELITIAN .....	53
B. HASIL PENELITIAN .....	65
1. INTERPRETASI WARGANET TERHADAP VIDEO .....	65
2. DECODING WARGANET TERHADAP VIDEO .....	101
C. PEMBAHASAN .....	141
1. INTERPRETASI WARGANET TERHADAP VIDEO .....	141

2. DECODING WARGANET TERHADAP VIDEO .....	164
BAB V PENUTUP .....	186
A. KESIMPULAN .....	186
B. SARAN.....	187
DAFTAR PUSTAKA.....	189
LAMPIRAN	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Pandemi Covid-19 telah menjadi perbincangan ramai selama setahun terakhir. Sejak kasus pertama terjangkit diumumkan oleh Presiden RI Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020, hingga kini Indonesia sebagai salah satu negara yang terjangkit virus ini tercatat sebanyak 1.223.930 kasus terkonfirmasi, 1.032.065 pasien sembuh, dan 33.367 jiwa meninggal dunia (dikutip berdasarkan data terbaru Covid19.go.id pertanggal 15 Februari 2021). Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah guna menekan angka terjangkit dan angka kematian, termasuk menyampaikan informasi, edukasi dan berbagai macam himbauan yang berkaitan dengan penanganan Covid-19. Selain pemerintah, beberapa elemen masyarakat turut andil memberi informasi yang diharapkan bisa mengedukasi masyarakat dalam menangani wabah Covid-19. Meski hampir setahun sejak kasus pertama virus ini mewabah di tanah air, namun perbincangan seputar pandemic, serta dampak sosial dan ekonomi yang ditimbulkan masih selalu menjadi perbincangan hangat, baik melalui media mainstream (TV, radio, surat kabar) maupun melalui media alternatif (portal berita online dan media sosial).

Dimasa pandemi, pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) memaksa warga untuk melakukan aktivitas dirumah, seperti bekerja dari rumah, belajar jarak jauh, hingga belanja kebutuhan sehari-hari. Satu yang memperantarai seluruh aktivitas ini yaitu internet, memungkinkan orang-orang saling terhubung secara interaktif tanpa ada perjumpaan fisik, dengan keunggulannya yakni akses yang cepat, mudah, dan lebih murah, serta mampu menyatukan individu dan membantu mereka mengatasi batas-batas geografis. Karena keunggulan ini, terlebih dengan terbatasnya aktivitas luar ruangan dan larangan kegiatan berkumpul, meyebabkan penggunaan internet meningkat.

**Tabel 1.1. Jumlah Pengguna Internet**

	Pengguna Internet		Pengguna YouTube	
	2019 vs. 2020	2020 vs. 2021	2020	2021
Global	+298 Juta	+316 Juta	2 Milyar	2,292 Milyar
Indonesia	+25 Juta	+27 Juta	651.300 Juta	740.114 Juta

**Sumber:** wearesocial.com (2020-2021)

Berdasarkan data terbaru dari wearesosial.com, pertumbuhan pengguna internet secara global pada tahun 2020 meningkat sebanyak 298 juta pengguna, dibandingkan tahun 2019. Sedangkan pertumbuhan pengguna internet tahun ini meningkat sebanyak 316 juta pengguna dibandingkan tahun 2020. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan pengguna internet juga mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2020 pengguna internet mengalami peningkatan sebanyak 25 juta pengguna, dan mengalami peningkatan lagi ditahun 2021 menjadi 27 juta pengguna.

Demikian halnya dengan YouTube. Sebagai salah satu situs yang ramai dikunjungi setelah Google.com, pengunjung situs ini juga mengalami peningkatan. Wearesocial.com mencatat bahwa secara global selama tahun 2020, YouTube dikunjungi sebanyak 2 milyar pengunjung tiap bulannya. Sedangkan pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebanyak 2.291 milyar pengunjung tiap bulannya. Sedangkan di Indonesia sendiri pada tahun 2020 tercatat sebanyak 88% pengguna internet mengakses YouTube, dan pada tahun 2021 mencapai 93.8%, Ini artinya pengunjung YouTube pada tahun 2021 meningkat sebanyak 5.8% dari tahun sebelumnya. Bisa dikatakan bahwa internet merupakan cara baru untuk menghabiskan waktu luang, dan pandemi secara tidak sengaja menjadi faktor pendukung dalam mempercepat pertumbuhan ini.

YouTube merupakan salah satu media *online* yang turut berperan penting dalam menyampaikan informasi terkait wabah Covid-19. Kepopuleran YouTube disebabkan antara lain karena sebagai media alternative, YouTube memungkinkan individu untuk membangun panggung sebagai wadah berkreasi secara mandiri yang diistilahkan sebagai *channel*

atau kanal YouTube. Tidak seperti media arus utama seperti stasiun TV, radio, surat kabar, dan lain-lain, dimana penyiaran terikat oleh regulasi penyiaran, kebijakan perusahaan, dan aturan lain. Aturan penyiaran YouTube relatif lebih longgar, meski mereka telah menetapkan kebijakan terkait jenis materi yang tidak boleh diunggah, seperti pelanggaran hak cipta, pornografi, terorisme, dan ujaran kebencian (youtube.com). Selain itu produksi informasi melalui media alternative dapat dilakukan dengan biaya yang lebih murah, cara pengoperasian yang lebih mudah, serta distribusi yang tidak terikat ruang dan waktu, dan yang paling penting adalah kepopuleran YouTube didukung oleh karena semakin menipis batasan antara ranah *online* dan *offline*. Sebagai contoh, apa yang sedang ramai diperbincangkan oleh warganet akan segera menjadi berita utama di media arus utama, dan apa yang sedang menjadi pembahasan di media arus utama akan segera menarik perhatian *content creator* atau pembuat konten di ranah *online*.

Hal ini kemudian menempatkan YouTube sebagai media yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan informative terkait wabah Covid-19. Para YouTuber pun beramai-ramai membuat konten berisi himbauan untuk menghindari interaksi jarak dekat, menghindari kerumunan, penggunaan masker, dan ajakan perilaku hidup bersih dan sehat. Beberapa YouTuber membuat konten berisi ajakan untuk tinggal dirumah aja selama masa pandemi, dikemas dengan cara yang mendidik dan menghibur. Beberapa YouTuber lain mengemasnya dengan gaya yang lebih serius, seperti wawancara langsung, dialog, atau teleconferences dengan menghadirkan pakar yang ahli di bidangnya, hingga kemas dokumenter dengan perpaduan jurnalistik dan teknik sinematografi yang apik selayaknya produksi film pada umumnya.

Deddy Corbuzier merupakan salah satu selebritas Indonesia sekaligus YouTuber yang rutin membahas mengenai perkembangan Covid-19. Melalui kanal YouTube yang diberi nama yang sama dengannya, beliau

rutin mengunggah wawancara *podcast*<sup>1</sup> terkait isu terbaru yang sedang hangat diperbincangkan, termasuk Covid-19. Meski bukan pelopor *podcast* YouTube di Indonesia, namun kanal YouTube Deddy Corbuzier merupakan salah satu yang paling populer, ini dilihat dari jumlah pelanggan atau *subscribe* yang mencapai 12,9 juta, rata-rata penayangan setiap video mencapai ribuan hingga belasan juta kali ditonton, dan terkenal konten informatif, edukatif, dan inspiratif hingga mendapat julukan *The Father of Youtube* oleh warganet. Selama tahun 2020, kanal YouTube ini telah mengunggah beberapa video terkait pandemi Covid-19 dan isu yang menyertainya, seperti dampak ekonomi terhadap masyarakat secara umum, hingga teori konspirasi terkait polemik seputar tes Covid (rapid, swab, PCR), keraguan terhadap keakuratan alat tes, penetapan status positif yang terkesan direayasa. Konten terkait Covid yang diunggah oleh Deddy Corbuzier dikemas dengan gaya wawancara *podcast* yang santai dengan menghadirkan berbagai macam narasumber, mulai dari kalangan praktisi, dokter, politisi, menteri sebagai perwakilan pemerintah, hingga dari kalangan entertainer dengan gaya obrolan satir bahkan sarkas.

Secara pribadi Deddy Corbuzier termasuk salah satu *public figure* dari kalangan selebriti yang dikenal dengan ketertarikannya terhadap isu politik dengan kritik sosial yang menyertainya. Melalui acara talkshow yang dipandu di salah satu stasiun TV, beliau kerap kali menghadirkan politisi, menteri, tokoh nasional, praktisi, dan *public figure* lain. Pengalaman dan relasi yang dibangun selama bekerja di stasiun TV dimanfaatkan dengan baik ketika beliau mulai membangun kanal YouTube sendiri, ini bisa dilihat dari konsep yang diusung dalam *podcast* YouTube dengan gaya wawancara santai, membahas isu terkini, dan menghadirkan tokoh dan pakar, seperti politisi, menteri, tokoh nasional, dan khusus pembahasan mengenai Covid-19 kanal YouTube ini seringkali menghadirkan dokter yang

---

<sup>1</sup> *Podcast* merupakan model broadcast yang berfokus pada teknologi audio, seperti siaran radio. *Podcast* YouTube saat ini merupakan model siaran wawancara yang sedang populer dikalangan YouTuber, sebab mengandalkan pada kualitas audio, disamping tampilan visual.

memiliki kapabilitas dalam memberi informasi dan edukasi seputar Covid-19, seperti dr. Tirta, dr. Erlina Burhan, Sp. PD, dr. Indah Kusuma, dr. Muhammad Adib Khumaidi (Ketua Umum IDI), dan dr. Tompi.

Salah satu yang menarik perhatian adalah wawancara bersama dr. Tompi yang diunggah pada hari Jumat 5 Januari 2021, berjudul “KERAS!! LAH SAYA TEST BUAT APA DOK!?- Akhirnya dr.Tompi Bicara!! – Deddy Corbuzier *Podcast*”. Video ini merupakan wawancara *podcast* bersama dr. Tompi. Video ini menempatkan Tompi sebagai narasumber, dalam kapasitasnya sebagai dokter untuk menjawab pertanyaan mengenai Covid-19 dan Deddy Corbuzier sebagai perwakilan masyarakat awam. Secara umum pertanyaan yang diajukan berkisar seputar keraguan terhadap keakuratan tes Covid-19 (SWAB, RAPID, PCR), keraguan terhadap vaksin, polemic penggunaan faceshield tanpa masker, kehadiran pemerintah dalam menangani pandemi dan keresahan masyarakat, hingga teori konspirasi yang santer terdengar bahwa Covid-19 adalah hoax.

Hal yang menarik dari video ini adalah isu yang diangkat merupakan isu faktual yang ramai diperbincangkan, mengangkat persoalan yang sangat umum, dan yang paling banyak dipertanyakan oleh masyarakat awam. Ini terlihat dari pertanyaan yang telah dikumpulkan sebelumnya dari warganet, dimana banyak dari mereka mempertanyakan kewajiban swab bagi yang akan berobat, melahirkan, dan bepergian jauh, yang dirasa menyita waktu dan materi yang tidak sedikit, sehingga beliau berarguman bahwa bisa jadi hal ini dijadikan momentum meraup keuntungan oleh penyedia alat tes Covid-19, meskipun itu sah secara bisnis.

Selain itu dr. Tompi juga mengkritik tentang penggunaan APD oleh petugas SWAB yang tidak sesuai standar, yang seharusnya hanya dipakai satu kali untuk satu pasien namun pada praktiknya dipakai hanya satu pada pasien yang berganti-ganti. Beliau mengklaim bahwa penggunaan APD yang tidak sesuai standar dapat berpotensi menjadi sumber penularan virus. Artinya pakaian APD terutama sarung tangan berpotensi menyimpan virus dan jika tidak diganti pada orang yang berbeda maka akan berpotensi

menularkan virus pada orang yang sehat. Selanjutnya dr. Tompi memberi penjelasan terkait keakuratan hasil tes yang bisa jadi *false positif*, atau malah menjadi sumber penyebaran. Penulis memandang bahwa dari beberapa video yang membahas Covid-19, video ini termasuk informative dan ringan sebab menjawab pertanyaan paling umum dari masyarakat awam. Misalnya jika dibandingkan dengan video wawancara bersama dr. Erlina Burhan yang membahas tentang cara pencegahan dan sumber penularan penyakit ini, dr. Tirta yang lebih banyak membahas persoalan konspirasi penanganan Covid-19, Menteri Kesehatan, Menteri Tenaga Kerja, dan Menteri Luar Negeri yang lebih banyak membahas tentang dampak pandemik secara ekonomi.

Video wawancara yang mengusung konsep tanya jawab antara Tompi dalam kapasitasnya sebagai dokter, dengan Deddy Corbuzier sebagai perwakilan warganet dan masyarakat awam ini menunjukkan bahwa tidak sedikit warganet yang berpikir kritis, bahkan skeptis. Hal ini terlihat dari keseluruhan pertanyaan warganet yang berisi keragu-raguan terhadap tes Covid-19, vaksin, bahkan keberadaan virus. Hingga saat ini jumlah penayangan video tersebut mencapai 2.597.698 kali ditonton, dan memperoleh 50.000 suka dan 1.800 tidak suka.

Hal lain yang menarik adalah perhatian warganet terhadap video ini yang termanifestasi dalam komentar *online*. Secara umum kepopuleran video YouTube tidak hanya ditandai oleh jumlah penonton dan atau jumlah suka (like), tapi juga oleh ramainya tanggapan pengguna lain yang mengisi kolom komentar. Hingga saat ini jumlah komentar dalam video sejak pertamakali diunggah kini mencapai 11.031 komentar. Penulis memandang bahwa antusiasme pengguna YouTube dalam mengekspresikan komentar mereka merupakan hal yang menarik dan unik, sebab tanpa terencana mereka berkumpul secara daring, menonton, berkomentar, dan tanpa sengaja menghasilkan rekam jejak berupa ribuan komentar *online* di video pemilik kanal YouTube. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa komentar *online* memungkinkan pengguna YouTube tidak sekedar berkunjung dan

menikmati video, tapi juga menjadi wadah untuk mengekspresikan kesan terhadap video, serta melihat bagaimana pengguna memaknai ulang (Stuart Hall, 1980) apa yang telah mereka tonton. Lebih lanjut Sarah Pink, dkk memandang bahwa layanan berkomentar secara *online* dimaksudkan sebagai upaya menjalin hubungan dialektik antara pemilik kanal YouTube dengan pengunjung video (Pink, et. al, 2016: 19). Sejalan dengan hal tersebut Budi Irawanto menegaskan bahwa media konvensional tidak memungkinkan tindakan resiprositas antara pengirim dan penerima. Karena itulah kajian mengenai bagaimana keterlibatan warganet di kolom komentar serta bentuk-bentuk ekspresi komentar mereka amat menarik untuk diteliti.

Salah satu metode yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis bentuk ekspresi, khususnya produksi makna, adalah analisis penerimaan atau analisis resepsi, dimana metode analisis ini nantinya akan digunakan untuk menyelidiki proses interaksi antara pesan media dan audiens mereka. Jadi analisis penerimaan sebenarnya menekankan pada perspektif khalayak aktif, dengan menghadirkan pertanyaan apa yang dilakukan orang terhadap media (Baran, 2012; Barker, 2004; Hall, 1980; Morley, 1999), alih-alih bertanya apa yang dilakukan media terhadap audiens. Hal sejalan ditekankan oleh Tri Nugroho Adi (2012) bahwa studi audiens seharusnya berfokus pada pengalaman bermedia dan kemampuan khalayak dalam memaknai pesan media, serta memproduksi ulang pesan yang telah mereka konsumsi.

Studi penerimaan awal perkembangannya banyak mengambil contoh dari penelitian '*Nationwide*' oleh David Morley (1976: 160), dimana proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan responden dalam sebuah forum diskusi, dan peneliti bertindak sebagai moderator diskusi. Hasil diskusi akan dianalisis menggunakan model *encoding-decoding* dan dirangkum kedalam tiga kategori penafsiran, yaitu penafsiran dominan, negosiasi, dan oposisi. Penulis akan menjadikan penelitian Nationwide sebagai panduan dalam melakukan analisis penerimaan

terhadap komentar online dengan beberapa penyesuaian. Sedikit berbeda dengan model penelitian penerimaan khalayak yang dikembangkan oleh Morley, penelitian ini akan dilakukan secara daring. Tidak ada wawancara tatap muka, forum diskusi, dan observasi lapangan, serta penulis tidak menghadirkan dirinya secara terbuka sebagai peneliti. Selain itu juga penulis tidak meminta izin untuk melakukan penelitian, mengutip gambar dan komentar. Namun dalam proses interpretasi analisis penerimaan akan berpedoman pada contoh penelitian *Nationwide*.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis penerimaan warganet melalui komentar online terhadap video kanal YouTube Deddy Corbuzier unggahan hari Jumat 5 Januari 2021 berjudul “KERAS!! LAH SAYA TEST BUAT APA DOK!?- Akhirnya dr.Tompi Bicara!! – Deddy Corbuzier *Podcast*”. Penulis memandang bahwa karakteristik warganet sebagai konsumen makna sangat menarik untuk diteliti, sebab menempatkan audiens sebagai *active interpreter*. Selain itu penelitian mengenai ruang komentar YouTube merupakan hal yang menarik untuk diteliti sebab menghadirkan bentuk interaksi yang unik di ranah maya antara komunikator dan komunikan, serta partisipan lainnya.

## **B. FOKUS PENELITIAN**

Penelitian ini berfokus pada proses dan hasil resepsi warganet dalam kolom komentar terhadap video YouTube Deddy Corbuzier unggahan hari Jumat 5 Januari 2021 berjudul “KERAS!! LAH SAYA TEST BUAT APA DOK!?- Akhirnya dr.Tompi Bicara!! – Deddy Corbuzier *Podcast*”. Proses yang dimaksud adalah produksi makna oleh warganet terkait video beserta keunikannya (kutipan mencolok). Hasil yang dimaksud adalah mengidentifikasi wacana apa yang berkembang selama proses resepsi. Warganet yang dimaksud adalah pengguna internet yang berkunjung dan berkomentar di video unggahan 5 Januari 2021. Proses dan

hasil resepsi ini akan berpedoman pada metode penelitian yang dilakukan oleh David Morley berjudul '*Nationwide*'.

### **C. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan penjelasan terkait latarbelakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dirumuskanlah masalah pokok dalam penelitian ini, yakni bagaimana resepsi atau penerimaan warganet melalui komentar online terhadap video YouTube wawancara Deddy Corbuzier bersama dr.Tompi. Dari pokok permasalahan tersebut maka dirumuskan sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana interpretasi warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier?
2. Bagaimana *decoding* warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier?

### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah, yakni memahami resepsi atau penerimaan warganet melalui komentar online terhadap video YouTube wawancara Deddy Corbuzier bersama dr.Tompi, serta menjawab sub masalah sebagai berikut:

1. Memahami dan menganalisis interpretasi warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier.
2. Memahami dan mengidentifikasi hasil *decoding* warganet mengenai Covid-19 yang di sampaikan oleh dr.Tompi melalui konten YouTube Deddy Corbuzier.

## **E. KEGUNAAN PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan agar penulis dan pembaca dapat memperoleh manfaat secara teori dan praktik.

- a. Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menyediakan referensi terkait studi khalayak aktif bukan hanya melalui media arus utama, tapi juga melalui media alternative seperti YouTube. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberi penjelasan terkait bentuk-bentuk ekspresi warganet melalui komentar online.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menyediakan referensi penelitian di ranah online, menjadikan internet bukan hanya sebagai objek penelitian namun juga sebagai sumber yang kaya akan data dan sangat berguna untuk memahami masyarakat kontemporer.

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**  
**A. KAJIAN KONSEP**

**1. Etnografi Digital**

Istilah etnografi digital mengacu pada penelitian etnografi yang mengombinasikan antara praktik etnografi dan metode digital. Dhiraj Murthy (2008) menjelaskan bahwa secara epistemologis, etnografi digital atau fisik sama saja, yaitu menceritakan kisah sosial. Kisah tersebut kemudian diperbarui oleh perangkat teknologi sehingga cara menyampaikan pesan-pesan tersebut berubah. Oleh karenanya, metode etnografi yang biasanya dilakukan secara fisik sebenarnya dapat dilakukan secara virtual, sebab menurut Robinson dan Schulz (dalam Caliandro) ranah offline dapat dibentuk kembali sesuai lingkungan *online*, dengan kata lain ranah *online* dan offline semakin menyatu sehingga kurang penting untuk menjelaskan perbedaan diantara keduanya. Alessandro Caliandro (2017) menjelaskan bahwa teknologi internet bukan merupakan sekedar pengalaman dunia maya yang terpisah dari pengalaman sehari-hari, melainkan sebaliknya, pengalaman dunia maya sangat terkait dengan kehidupan yang dimediasi secara teknologi. Selain etnografi digital, istilah etnografi virtual (Christine Hine, 2000) dan netnografi (Kozineth, 2010) juga lazim digunakan. Serupa dengan etnografi digital, istilah etnografi virtual merujuk pada pengguna internet sebagai actor sosial yang menggunakan internet untuk memproduksi dan mereproduksi budaya yang terkait dengan internet itu sendiri dan topic yang mereka minati. Etnografi virtual bertujuan untuk mengamati internet sebagai budaya yang diwakili oleh komunitas *online*.

Ebo dalam Murthy (2008) menjelaskan bahwa peneliti sebagai etnografer memainkan peran *cyberstealth*, keadaan dimana kehadiran etnografer diranah digital seringkali secara fisik tidak terlihat, seperti ketika membaca ulasan, komentar pengguna, mengambil potongan gambar, dan itu semua dilakukan dengan cara terselubung. Sebagai contoh penelitian

yang dilakukan oleh Schaap yang mengintai sebuah komunitas game *online* RPG (Role Playing Game) selama dua tahun lebih. Selama proses penelitian beliau tidak menampakkan kehadirannya sebagai peneliti, namun juga tidak secara sengaja menyamarkan diri, tidak meminta izin untuk melakukan penelitian, mengutip avatar pengguna atau semacamnya untuk kebutuhan penelitian (Murthy, 2008), namun bukan berarti ini adalah ilegal. Selain itu dalam penelitian etnografi digital, penggunaan instrumen penelitian seperti kuesioner *online* dan wawancara email dapat dilakukan tanpa perlu perjumpaan fisik, hal ini dapat menghemat biaya, waktu, tenaga, ruang penyimpanan<sup>2</sup>, dan menjangkau responden lebih luas sebab responden juga berpotensi menyebarkan ulang kuesioner kepada rekan dan kerabat lain. Selanjutnya Murthy menambahkan bahwa etnografer digital bekerja dengan cara memilih topic pembahasan pengguna ruang komentar, memilih apa yang akan disalin dan ditempelkan, memilih komentar mana dan seperti apa yang akan digunakan. Dengan demikian dalam penelitian etnografi virtual, internet berperan bukan sebagai objek studi, melainkan sumber data yang digunakan untuk memahami masyarakat kontemporer.

Kendati bagaimanapun, etnografi digital yang dimaksud oleh Murthy hanya berfokus pada metode pengumpulan data yang terperantarai oleh teknologi komunikasi, yakni perangkat computer, termasuk catatan lapangan yang dimediasi secara digital, observasi lapangan *online*, sumber data seperti blog dan Wikipedia, focus grup *online*. Sedangkan secara luas, Sarah Pink, dkk (2016: 4-5) menjelaskan bahwa etnografi tidak memaksakan teori khusus yang akan digunakan sebagai panduan penelitian, yang dibutuhkan adalah pengetahuan dasar mengenai keadaan lingkungan sosial yang menjadi subjek penelitian secara umum. Lebih lanjut beliau menambahkan bahwa etnografi dapat digunakan bukan hanya

---

<sup>2</sup> Kuesioner *online* dengan menggunakan aplikasi angket *online* seperti google form hanya membutuhkan penyimpanan awan, tidak seperti kuesioner offline yang menyimpan kertas yang bertumpuk.

dalam praktik antropologi dan sosiologi, tapi juga dalam bidang ilmu lain seperti *Human Computer Interaction* (HCI), *human geography*, kajian media, dan kajian budaya. Dalam perspektif sosiologi sendiri, Deborah Lupton (2014) menjelaskan bahwa sosiologi digital melibatkan empat jenis praktik. Pertama, sosiolog menggunakan alat digital untuk membangun jaringan dan percakapan. Kedua, mereka meneliti bagaimana orang menggunakan media digital, teknologi, dan alat. Ketiga, peneliti menggunakan alat digital untuk analisis data, dan keempat mereka terlibat dalam analisis kritis tentang penggunaan dan konsekuensi media digital.

Sarah Pink, dkk (2016: 4-5) membagi etnografi digital menjadi lima prinsip utama dalam melakukan etnografi digital, yaitu:

- a. *Multiplicity* (beragam): ada lebih dari satu cara untuk terlibat dengan dunia digital. Etnografi digital tidak terbatas pada bidang antropologi dan sosiologi, melainkan dapat dilakukan dengan cara kolaborasi interdisipliner sebagai upaya perluasan ke disiplin lain, seperti *Human Computer Interaction* (HCI), *human geography*, kajian media, dan kajian budaya.
- b. *Non digital-centric-ness*: Digital berpusat pada etnografi digital. Gagasan utama non-digital-centric adalah penelitian etnografi digital tidak hanya berfokus pada menempatkan media di pusat analisis atau hanya berfokus pada media digital, tapi melihat secara keseluruhan apa yang ingin diteliti, yakni perilaku sehari-hari pengguna internet serta aspek lain dari kehidupan mereka, guna memahami bagaimana media digital menjadi bagian dari dunia keseharian masyarakat. Hal ini didasarkan pada pemahaman bahwa media dan teknologi merupakan bagian dari dunia sehari-hari. Tidak berwujud bukan berarti tidak ada, tidak berwujud artinya bagian dari dunia material yang ada dalam wujud digital, dan karenanya mengakui yang tidak berwujud sebagai bagian dari penelitian.
- c. *Openess* (Keterbukaan): etnografi digital adalah lapangan terbuka. Internet atau dunia maya merupakan sebuah 'situs' (dalam istilah ranah digital) atau 'tempat' dimana orang-orang datang dan berkumpul

layaknya dunia nyata. Selain itu etnografi digital merupakan tempat terbuka untuk melihat berbagai macam peristiwa sehari-hari. Oleh karena ia merupakan tempat terbuka dimana berbagai macam aktifitas dan kejadian sehari-hari terjadi, maka ini dapat diteliti oleh siapapun dengan bidang keilmuan apapun, bahkan bisa dikolaborasi lintas keilmuan. Terbuka juga bisa berarti mendesain secara terbuka model penelitian etnografi digital yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan peneliti, atau dengan kata lain etnografi digital terbuka untuk proses desain penelitian. Hal ini bertujuan untuk membantu peneliti untuk memahami proses pengerjaan etnografi digital dengan cara yang terbuka terhadap pengaruh lain (seperti menggunakan data *open source*) serta kebutuhan disiplin ilmu lain.

- d. *Reflexivity* (cerminan): etnografi digital melibatkan praktik reflexive. Etnografi mesti dikaitkan dengan gagasan bentuk refleksif dari praktik penelitian, meliputi kehidupan, pengalaman, dan lingkungan subjek penelitian. Menjadi refleksif dapat diartikan sebagai cara kita, sebagai etnograf, menghasilkan pengetahuan melalui pertemuan kita dengan orang dan objek lain. Konsep reflexivitas ini penting sebab akan memperjelas fitur pembeda antara penelitian kita dengan etnografi lainnya.
- e. Tidak ortodoks: etnografi digital membutuhkan perhatian pada bentuk-bentuk komunikasi alternative. Hasil akhir dari sebuah penelitian etnografi digital tidak serta merta dapat langsung diterima dan disetujui secara umum, melainkan akan selalu bersifat dinamis dan selalu berubah bergantung pada bentuk-bentuk komunikasi alternative. Dalam beberapa kasus ditemukan hasil penelitian etnografi digital yang dirasa 'mentah' dibandingkan etnografer kebanyakan. Beberapa hasil penelitian lain diterbitkan dalam format foto dan video, terutama para peneliti yang berkaitan dengan etnografi visual. Tidak ada aturan baku terkait bagaimana ini akan dilakukan, diproses, dihasilkan, dan disajikan, ini sebabnya disebut tidak orthodoks.

Secara keseluruhan, inti dari penelitian etnografi (fisik dan virtual) adalah mencari cara untuk mengetahui orang lain (Pink, et.al, 2016:10) melalui proses kolaborasi berbagai disiplin ilmu dan berbagai metode, kendati antara keduanya terdapat beberapa persamaan dan perbedaan. Jika dalam penelitian etnografi fisik dilakukan penelitian lapangan, demikian halnya dengan etnografi virtual. Peneliti harus menentukan lokasi penelitian, seperti situs web tertentu, atau platform media sosial tertentu. Selanjutnya peneliti juga harus menentukan objek penelitian, seperti perilaku pengguna. Sedangkan perbedaannya antara lain adalah jika dalam penelitian etnografi fisik terbatas pada klasifikasi usia, gender, dan ras, maka dalam etnografi digital peneliti sulit untuk mengidentifikasi identitas sosial para pengguna internet dan bukan itu tujuannya, sebab salah satu ciri media virtual, khususnya media sosial adalah anonimitas.

## **2. Konsep Ruang Publik**

*Public Sphere* atau ruang publik merujuk pada istilah sebuah lingkungan sosial yang memungkinkan individu untuk berinteraksi satu sama lain tanpa ada pertemuan fisik. Zizi Papacharissi (2002) menyebut istilah lain, yakni *virtual sphere* atau ruang virtual dimana internet berfungsi sebagai ruang publik baru yang memungkinkan individu dibelahan dunia lain saling berinteraksi satu sama lain. Lebih lanjut Papacharissi menambahkan bahwa teknologi internet telah menjadi alat baru yang dapat memperluas peran publik dalam keterlibatan sosial dan politik. Media sosial diberi istilah web 2.0 mengacu pada perkembangan teknologi *online* dan interaktif, ditandai dengan kontrol pengguna, kebebasan, dan dialog (O'Reilly, 2005), berbeda dari versi web 1.0 yang tidak memungkinkan pengguna berkomunikasi secara interaktif dengan konten *online*.

Alessandro Caliendo (2017) membagi ruang publik menjadi tiga jenis, komunitas *online*, kerumunan *online*, dan publik *online*. Pertama, komunitas *online* yang lebih dipahami sebagai jejaring sosial yang dihubungkan oleh tingkat kesamaan dan ikatan emosional, serta sifat jejaring sosial tersebut tidak terbatas secara geografis sehingga komunitas dapat berkembang

diranah *online*, berpindah-pindah lintas situs web dan forum *online* (multi-sites), dan juga berfungsi sebagai platform untuk interaksi dan diskusi. Selanjutnya beliau menambahkan bahwa terdapat beberapa syarat terbentuknya komunitas *online*, yaitu adanya interaktivitas, komunikator lebih dari dua orang, menjadi tempat umum dimana anggota dapat bertemu dan berinteraksi, dan keanggotaan berkelanjutan dari waktu ke waktu. Namun permasalahan yang muncul di ranah *online* adalah interaksi sosial ini dapat berkembang menjadi sangat luas melampaui definisi komunitas, sehingga mudah untuk menjadi fana dan bubar (Andrejevic dalam Caliandro). Sebagai contoh misalnya pengguna tagar terkait komunitas pecinta Korean Pop (KPop) atau fansclub. Para pengguna yang memiliki minat yang sama akan menggunakan tagar tersebut untuk mengembangkan minat mereka. Caliandro menambahkan bahwa komunitas *online* akan selalu ada selama anggotanya mengalami rasa memiliki bersama dan menganggapnya sebagai ruang sosial dimana mereka saling memberi dan menerima dukungan.

Selanjutnya adalah kerumunan *online*. Richard Butsch (dalam Caliandro, 2017) memberi definisi kerumunan secara umum sebagai kumpulan orang yang secara fisik berbagi kegiatan bersama. Sedangkan kerumunan *online* menurut Carsten Stage (dalam Caliandro, 2017), adalah penyatuan pemahaman dan sinkronisasi relative dari public dalam kaitannya dengan situs *online* tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa kerumunan *online* merupakan individu yang berkumpul secara virtual di situs-situs *online* tertentu. Pada kasus kerumunan *online*, situs web menyatukan sekelompok pengguna yang tidak saling mengenal dan terputus secara sosial. Pengguna berkumpul di platform tertentu dan berbagi perhatian dan pengetahuan yang kuat. Sebagai contoh misalnya pengguna tagar terkait isu tertentu, seperti isu sosial (#dirumahaja), politik (#GagalkanOmnibusLaw), lingkungan (#banjirjakarta), dimana pengguna internet berkumpul untuk meramaikan tagar tersebut selama beberapa waktu, dan setelahnya mereka kemudian bubar dan menghilang. Contoh

lain misalnya pengguna platform YouTube, dimana pengguna akan berkerumun di beberapa video (ditandai dengan jumlah penayangan) dan akan meramaikan kolom komentar dengan berbagai tanggapan, lalu kemudian bubar atau berpindah ke situs atau video lain.

Terakhir adalah publik *online*, dimana istilah public itu sendiri merujuk pada kesadaran berbagi sebuah ide, pemikiran, dan keinginan yang sama dengan sejumlah orang. Kesadaran ini diperantarai oleh media komunikasi massa, seperti surat kabar yang mampu menyatukan anggota-anggota public, menumbuhkan perhatian dan rasa kepemilikan 'virtual' diantara mereka (Anderson dalam Caliandro, 2017). Perhatian ini berkembang menjadi perbincangan ramai diranah publik, hingga menghasilkan wacana bahkan opini public. Tarde (dalam Caliandro) mengklaim bahwa media massa tidak menciptakan opini untuk membentuk public, namun audiens terlebih dahulu mengembangkan wacana melalui perbincangan luas dikalangan masyarakat, perbincangan inilah yang kemudian menghasilkan wacana makro yang menyatukan berbagai sudut pandang yang heterogen dan akhirnya membangun opini publik. Sedangkan istilah public *online* itu sendiri bisa diartikan sebagai public yang saling berinteraksi di platform sosial media, dimana fokus perbincangannya didominasi oleh masalah politik. Perbedaan public *online* dengan komunitas dan kerumunan *online* adalah jumlah partisipan jauh lebih banyak, menjangkau lebih luas, dan topic pembahasannya lebih umum, tidak seperti komunitas dan kerumunan *online* yang terbatas pada minat khusus seperti tagar, fansclub, atau trending topic. Oleh karenanya bisa diasumsikan bahwa public *online* bisa dibentuk oleh gabungan komunitas dan kerumunan *online*.

Bagaimanapun, keberadaan *cyberspace* menghadirkan cara baru dalam beberapa hal dalam kehidupan bermasyarakat, seperti gerakan sosial atau gerakan politik. Sebagai contoh gerakan revolusi 1998 yang menggunakan jalanan sebagai tempat menyuarakan protes, dengan kata lain bisa dikatakan bahwa gerakan sosial punya cara baru selain aksi kolektif dan berkumpul untuk mendukung dan berpartisipasi dalam sebuah

gerakan sosial, ini bisa dilakukan secara individu yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Melucci (dalam Caliandro, 2017) menambahkan bahwa perilaku kolektif dan berkumpul tidak selalu bisa diukur secara fisik dan terang-terangan, sebab ruang virtual melalui teknologi internet telah berhasil menciptakan ruang public baru untuk kehidupan bermasyarakat.

### 3. Konsep Ruang Komentar

Istilah ruang komentar merujuk pada forum virtual yang disediakan oleh platform *online*, hal ini menurut Anne Molen (2020: 15-16) dimaksudkan untuk membangun hubungan dialektis antara penyedia layanan dengan partisipasi masyarakat, menawarkan tempat untuk berinteraksi dan mendiskusikan berbagai hal terkait konten. Dalam artian lain ini bisa diilustrasikan seperti sebuah pasar atau kota *online* dimana individu saling memperdebatkan masalah yang sedang menjadi perhatian secara virtual. Hal sejalan ditegaskan oleh Robinson (2010:132) bahwa forum komentar dikonseptualisasikan sebagai alat pembangunan komunitas dan keterlibatan, sebagai tempat untuk membantu orang terhubung, sebagai forum percakapan tentang sebuah topic berita, sebagai fitur produk dengan potensi uang, sebagai sumber informasi, dan sebagai cara untuk memperpanjang cerita. Selanjutnya Ritzer dan Jurgenson (2010) menyebut bahwa ruang komentar memungkinkan pengguna memainkan peran sebagai prosumers (konsumen sekaligus produsen), atau dengan kata lain ruang komentar meningkatkan kemampuan berinteraksi dengan konten *online* meliputi kegiatan pengguna untuk memproduksi, mengomentari, menggunakan kembali, serta membaginya kedalam berbagai perspektif pemikiran.

Anne Mollen menjelaskan bahwa ide berkomentar pertama kali muncul sekitar tahun 1970-1980an, diantaranya dalam forum diskusi *online* seperti *The Whole Earth 'Lectronic Link (WELL)*, *Bulletin Board System (BBS)*, dan *Usenet Group*. Praktik yang dilakukan dalam forum *online* WELL diadopsi dan dipengaruhi oleh gerakan politik. Forum *online* ini dimaksudkan untuk menawarkan tempat untuk berinteraksi dan

mendiskusikan masalah politik atau filosofis. Pada perkembangan selanjutnya media sosial Facebook dan YouTube menyediakan forum diskusi *online* ini awalnya untuk tujuan yang lebih spesifik dan penggunaan yang terbatas. Facebook misalnya menyediakan forum ini dengan tujuan agar para mahasiswa Harvard dapat terhubung secara *online*. Demikian halnya dengan YouTube yang awalnya menyediakan situs berbagi video untuk kalangan teman dan keluarga, khususnya pada peristiwa tsunami 2004 guna kepentingan tanggap bencana dan menggalang bantuan (2020: 15). Kendati demikian niat awal ini menjadi semakin berkembang dari apa yang diprediksi pada awalnya.

Pada perkembangannya ruang komentar *online* bukan dilihat hanya sebagai perilaku berkomentar biasa, sebab tidak jarang ruang komentar *online* turut berkontribusi terhadap kebijakan publik, bahkan lebih dari itu. John Vivian (2008) memberi contoh bagaimana ruang berkomentar *online* memberi dampak pada karir politik Trent Lott, salah seorang anggota senat AS. Ini terjadi ketika beliau membawakan pidato diacara senator senior Storm Thurmond, dimana beberapa pernyataannya dianggap mendukung pemisahan ras. Pidato ini semakin di sadari oleh public ketika video pidato tersebut diunggah dan disebar oleh Joshua Marshall dalam sebuah website, seketika menjadi ramai diperbincangkan oleh para pengunjung web tersebut dan Trent Lott mendapat banyak hujatan. Trent Lott secara terpaksa mengundurkan diri akibat tekanan masyarakat dan rekan-rekannya di senat menggusurnya dari kursi kepemimpinan.

Hal yang sama pernah terjadi di Indonesia ketika Basuki Tjahya Purnama dalam sebuah pidato, yang tergantung pada sudut pandang anda, dianggap melakukan penistaan agama terkait tafsir surah Al-Maidah ayat 51. Video pidato Ahok seketika menjadi ramai diperbincangkan setelah Buni Yani mengunggahnya di Facebook, dan dengan cepat menyebar hingga media mainstream. Kasus ini berakhir dengan putusan bersalah oleh hakim dan hukuman satu tahun penjara. Sangat unik ketika karir politik seseorang harus berakhir akibat tekanan melalui jaringan *online* yang dilakukan oleh

seseorang yang berada ditempat yang tidak diketahuinya. Demikianlah peran komentar *online*, dapat disimpulkan bahwa ruang berkomentar mestinya dilihat sebagai media yang memperantai penyedia konten (komunikator), warganet (komunikan), dan peristiwa itu sendiri melalui konten *online*.

Youtube merupakan salah satu ruang komunikatif dan komunitas yang mencontohkan media partisipatif *online* dengan potensinya untuk kreativitas dan pertukaran masyarakat. Youtube berbeda dari situs jejaring sosial lainnya, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang tidak begitu kompak dan tidak terpusat pada profil individu (Murthy, 2018). Tidak ada fitur pertemanan sehingga konektivitas diantara pengguna menjadi kurang. Hal ini menyebabkan beberapa pengguna berperilaku semaunya dalam berkomentar dan ada kecenderungan berperilaku menyulut dan memancing satu sama lain. Kendati demikian disamping fungsi, ruang komentar juga tidak luput dari disfungsi, memandang bahwa penyimpangan dalam ruang komentar cukup signifikan. Ruang komentar menjadi terkenal karena fenomena *hatespeech* atau ujaran kebencian, ekspresi permusuhan dan sikap radikal. Beliau menambahkan bahwa ruang komentar dianggap tidak mudah untuk dianalisis sebab pengguna yang meninggalkan komentar tidak diurutkan berdasarkan komentar terbaru seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain.

Sebagai contoh, Dhiraj Murthy dalam penelitiannya (2018) mengenai rasisme di ruang komentar YouTube menemukan bahwa komentar pengguna terbagi menjadi komentar bermusuhan dan tidak bermusuhan. Komentar tidak bermusuhan memiliki maksud dan tujuan membangun dialogis yang bermakna. Sedangkan komentar bermusuhan tidak memungkinkan terjadinya dialog, melainkan bermaksud untuk bermusuhan dan tampak monologis, irasional, dan destruktif. Beliau membongkai ruang komentar Youtube sebagai ruang bermusuhan, melihat beberapa perilaku antisosial seperti rasisme, *homophobia*, misogini, dan bentuk permusuhan lain. Selanjutnya menambahkan bahwa pengguna seperti saling menyoraki

pengguna lain untuk saling membungkam, layaknya seperti sebuah pertandingan sepakbola dimana pendukung masing-masing kelompok saling meneriaki satu sama lain. Bedanya adalah YouTube memungkinkan pengguna untuk bersembunyi dibalik nama samaran atau akun anonim yang menyebabkan pengguna berperilaku bebas dalam berkomentar dan memancing pengguna lain. Dengan demikian ruang komentar tidak boleh dibaca sebagai peristiwa tunggal, melainkan sebuah rangkaian produksi dari interaksi sosial diskursif, beberapa pengguna meninggalkan komentar kemudian pergi begitu saja dan tidak mengetahui kondisi struktural selanjutnya.

Bagaimanapun tujuan awal disediakanya forum *online* adalah untuk mewadahi pembaca agar terlibat dan berpartisipasi dalam pertukaran pendapat tentang berita terkini. Mollen mengklaim bahwa penyedia layanan menyadari ruang *online* dapat berpotensi memicu diskusi politik, dengan demikian mereka menjadikan komentar *online* sebagai pasar ide politik dan diskusi, sebagai ruang pertemuan dimana warga negara terlibat dalam komentar kritik, dimana mereka berkumpul untuk mendapat informasi tentang masalah terkini dan mendiskusikannya secara kolektif. Pada perkembangannya penyedia layanan atau informasi, dalam hal ini pekerja berita, segera menyadari bahwa pengguna tidak hanya terlibat dalam praktik berkomentar sesuai dengan etika dan norma yang seharusnya, melainkan beberapa diantara pengguna berkomentar tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh penyedia layanan. Beberapa pengamat mengklaim bahwa komentar cenderung bersifat deklaratif, dan bukannya interaktif, bahkan seringkali ditemui komentar-komentar provokatif dengan bahasa yang tidak sopan.

## **B. KAJIAN TEORETIS**

### **1. Kajian budaya (*Cultural Studies*)**

*Cultural studies* atau kajian budaya merupakan salah satu cabang dari tradisi kritik. Secara umum teori kritik merupakan teori yang menjelaskan tentang perjuangan kelas marginal untuk perubahan dalam

struktur sosial yang dominan. Little John (2008: 68) memberi pandangan bahwa teori kritik mencoba membuka kondisi-kondisi sosial yang dianggap menindas guna mencapai kesetaraan dan emansipasi dalam masyarakat. Cara kerjanya adalah dengan menempatkan media sebagai struktur penekan dalam masyarakat kapitalis. Sejalan dengan hal tersebut, Baran dan Davis (2010: 16) memberikan pandangan bahwa teori kritik merupakan teori yang berjuang untuk pembebasan dan perubahan dalam struktur sosial yang dominan. Dengan kata lain kajian budaya merupakan salah satu bidang keilmuan dalam tradisi kritik yang ditujukan untuk menjembatani pemikiran-pemikiran kritis mengenai ketidakadilan, ketertidasan, ketidaksetaraan dalam sebuah struktur tatanan sosial.

#### **a. Definisi Kajian Budaya**

Beberapa ahli teori memberi definisi mengenai kajian budaya. Stuart Hall (1980) secara umum menjelaskan bahwa kajian budaya berkaitan dengan sikap, pendekatan, dan kritik mengenai sebuah budaya. Selanjutnya West dan Turner (2007:63) mendefinisikan bahwa kajian budaya merupakan perspektif teoretis yang berfokus bagaimana sebuah budaya dipengaruhi oleh budaya yang kuat dan dominan. Dengan demikian teori ini memiliki wilayah kajian yang sangat luas, bersifat makro, multidisipliner dan interdisipliner, sehingga tidak mudah untuk menentukan sampai batas mana ini dapat dikaji. Namun yang jelas bidang ini banyak berpedoman pada upaya kritik sosial, ekonomi, dan politik dengan meminjam bidang keilmuan filsafat dan bahasa.

Sejalan dengan hal tersebut Bennet (dalam Barker 2016: 8) memberi definisi bahwa kajian budaya merupakan suatu arena interdisipliner dimana perspektif dari disiplin ilmu yang berlainan dapat digunakan secara selektif untuk menguji hubungan antara budaya dan kekuasaan. Lebih lanjut beliau memandang bahwa kajian budaya terkait dengan semua praktik, institusi dan klasifikasi atau pengelompokan dalam masyarakat, tempat ditanamkannya nilai, kepercayaan, rutinitas hidup, dan bentuk kebiasaan dan perilaku suatu masyarakat. Selain itu juga kajian budaya bertujuan

untuk mengeksplorasi hubungan antara bentuk-bentuk kekuasaan ini dan berusaha mengembangkan cara berpikir tentang bagaimana budaya dan kekuasaan ini dapat dimanfaatkan oleh agen perubahan dalam upaya melakukan perubahan sosial. Dan yang paling penting adalah bagaimana membangun hubungan dengan gerakan sosial dan gerakan politik.

Pada akhirnya penulis harus menyimpulkan bahwa budaya yang dimaksud dalam kajian budaya (*cultural studies*) bukanlah kajian tentang kebudayaan (*the study of culture*). *Cultural studies* tidak sama dengan *the study of culture*, yakni kajian yang lebih menekankan pada masyarakat yang identik dengan kesenian dan kajian mengenai budaya etnis. *Cultural studies* atau kajian budaya merupakan studi mengenai media massa dan pengaruhnya, melihat bagaimana elite menggunakan media massa sebagai sarana mengembangkan ideology. Budaya atau kebudayaan yang dimaksud dalam kajian budaya tidak terbatas pada benda atau artefak budaya, pembahasan mengenai etnis, atau kajian perbedaan budaya dan lintas budaya, melainkan pengertian budaya secara luas, yakni keseluruhan cara hidup manusia. Perbedaannya adalah *cultural studies* lebih menekankan pada bagaimana budaya diproduksi, dikonsumsi, dan didistribusi secara massal melalui institusi media massa, dengan tujuan mendapatkan keuntungan ekonomis dan politis.

#### **b. Sejarah Perkembangan Disiplin Ilmu**

Perspektif kajian budaya berakar dari pemikiran filsuf Jerman, Karl Marx mengenai sistem kelas dalam masyarakat, dimana di zaman beliau masyarakat terbagi atas dua kelas, yaitu kelas borjuis atau pemilik modal yang menguasai sarana produksi dan kelas proletariat atau yang bekerja untuk pemilik modal. Marx melihat bahwa kaum borjuis melakukan eksploitasi terhadap kelas pekerja dalam proses produksi, atau dengan kata lain telah terjadi penjajahan bentuk baru atau diistilahkan sebagai neo-kolonialisme, bukan penjajahan dalam bentuk fisik melainkan kaum ini terjajah secara ekonomi dan hak-hak politik. Namun Marx juga melihat bahwa kelompok pekerja menerima keadaan ini, sebab kaum pekerja

terjajah dalam keadaan tidak sadar. Selanjutnya muncul pertanyaan mengenai kapan penjajahan ini berakhir, maka bisa dipastikan bahwa penjajahan ini berakhir ketika kaum pekerja telah menyadari bahwa telah terjadi penjajahan dan kemudian berusaha dan berjuang keluar dari penjajahan tersebut dan mengubah sistem tersebut, ini diistilahkan oleh Marx sebagai perjuangan kelas. (Peter Singer, 2000: 29-35). Bagi Karl Marx dan Friedrich Engels (dalam Kellner, 2013) budaya sengaja diproduksi untuk melayani kepentingan kelas penguasa.

Pemikiran Marx kemudian diterapkan dalam kajian budaya, jadi kalau pemikiran Marx itu berbicara seputar penjajahan secara ekonomi dan politik, maka dalam kajian budaya berbicara mengenai penjajahan secara budaya atau ideologi, melalui pesan-pesan media. Kajian budaya menempatkan budaya sebagai alat dan nilai yang berada diantara kelompok dan kelas sosial yang berbeda. McQuail (2011: 86) memandang bahwa media beserta kontennya dapat dianggap sebagai bagian dari budaya. Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa budaya tergantung pada struktur ekonomi dan kekuasaan dari masyarakat. Dengan kata lain, siapapun yang dapat mengontrol media maka orang tersebut dapat memilih dan membuat batas apa yang akan mereka produksi.

Topik lain yang tak kalah penting dalam kajian budaya dan kajian media adalah hegemoni. Hegemoni adalah sebuah situasi dimana satu kelompok berkuasa dalam satu kurun sejarah menerapkan otoritas dan kepemimpinan sosialnya terhadap kelompok-kelompok subordinat dengan cara memenangi persetujuan kelompok-kelompok tersebut (Barker, 2010: 11). Istilah hegemoni dipopulerkan oleh Antonio Gramsci, didasari oleh penolakan terhadap segala bentuk praktik kapitalisme, khususnya bidang ekonomi yang merupakan salah satu penyebab terjadinya ketidakadilan dalam sebuah negara. Beliau menekankan bahwa negara ideal adalah sebuah lingkungan sosial dimana setiap suara dapat didengar sehingga tidak ada kekuatan yang mendominasi yang lainnya (Stuart Hall, 1981: 23). Lebih ekstrem, Sandi Suwardi Hasan (2011: 23) menjelaskan bahwa

hegemoni adalah sejenis penipuan, sebab individu melupakan keinginannya dan menerima nilai-nilai dominan sebagai pikiran mereka.

Sama seperti pemikiran mengenai penjajahan secara ekonomi dan politik, demikian halnya dengan konsep hegemoni awalnya diterapkan pada relasi antara kelas borjuis dan proletar, Kemudian konsep ini meluas dan diterapkan hingga pada hubungan antara media massa dan ideology budaya massa, dan konsep hegemoni oleh Antonio Gramsci diadaptasi kedalam istilah pengaruh kultural.

Kajian budaya dikembangkan oleh Stuart Hall (1980:104) dengan mendirikan *Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS)*, yakni Pusat Kajian Budaya Kontemporer di Universitas Birmingham pada tahun 1960, dan Stuart Hall sebagai Direktur. Lembaga riset ini digagas atas dasar keresahan beliau terhadap penelitian klasik media dan masyarakat yang didominasi oleh riset kuantitatif, menganalisis pengaruh media dan kekerasan yang seringkali dibingkai secara negatif. Stuart Hall dan para anggota lembaga riset memandang bahwa penelitian tersebut sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan masyarakat kontemporer. Mereka secara tegas menolak model pengaruh langsung, yakni penggunaan teori jarum suntik, hipodermik, hingga model respon-stimulus. Hasilnya seringkali mengacu pada peran ideologis media dan perilaku behavioral khalayak, dan disimpulkan sebagai pengaruh buruk media massa dan menempatkan khalayak sebagai objek pasif. Selain itu juga menolak konsep khalayak pasif, dengan menghadirkan konsep khalayak aktif bahwa audiens memiliki kemampuan membaca bukan hanya teks namun juga konteks pesan. Dengan demikian tujuan CCCS adalah untuk mewedahi penelitian di bidang budaya dan masyarakat kontemporer, yakni bentuk, praktik dan institusi budaya, hubungannya dengan masyarakat dan perubahan sosial.

Stuart Hall (1980:108) juga menjelaskan bahwa fokus utama dari kajian budaya sangat berkaitan dengan kajian media, terdiri dari program TV hiburan ringan, serial drama, komedi situasi, termasuk juga film populer dan dokumenter, ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana cara TV

populer mengelola kontradiksi kehidupan sehari-hari dan pengalaman bermedia, bagaimana cara dan efek dari campur tangan yang dibuat oleh program TV tersebut secara umum, serta melihat bagaimana pengetahuan tentang struktur sosial dan kondisinya diubah melalui campur tangan pesan media.

### **c. Dasar Pemikiran Kajian Budaya**

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa kajian budaya seringkali disebut sebagai teori kritis (Baran & Davis 2010: 251), merujuk pada upaya kritik pemerintah guna mencari dan mencapai perubahan sosial yang akan menerapkan nilai mereka, dengan gagasan utama bahwa media pada umumnya menyokong status quo. Teori kritis merupakan teori-teori yang secara terbuka mendukung nilai-nilai tertentu dan menggunakan nilai-nilai ini untuk mengevaluasi dan mengkritik status quo, serta menyediakan cara-cara-pengganti untuk menafsirkan peran sosial media massa. Asumsi dasar dari pemikiran kritis ini adalah sebenarnya kita harus percaya bahwa media bisa melayani kepentingan semua orang, hanya saja karena pola kepemilikan, orientasi komersial media, dan kebijakan pemerintah yang simpatik, forum itu didominasi oleh elite penguasa. Dengan kata lain, suara terkeras dalam forum budaya lebih bersifat *take and give* menjadi milik mereka yang sudah berkubu dengan baik dalam struktur kekuatan.

Baran (2012:115-116) menjelaskan bahwa teori budaya kritik (*critical culture*) merupakan bagian dari teori komunikasi massa modern yang berfokus pada *mass power* atau kemampuan khalayak sebagai agen budaya, alih-alih fokus terhadap media sebagai perantara pesan. Teori budaya kritik memandang bahwa media bekerja dengan cara membenarkan dan mendukung status quo demi orang kebanyakan, dengan kata lain cakupan konsep kajian budaya meliputi hubungan antara media dan budaya. Tujuannya adalah untuk memprovokasi perubahan dan kebijakan media, serta memengaruhi perubahan secara keseluruhan dalam sistem media dan budaya. Selain itu juga untuk menginvestigasi dan menjelaskan bagaimana kelompok elite menggunakan media untuk

mempertahankan posisi istimewa dan kekuatan mereka. Adapun kekuasaan yang dimaksud dalam kajian budaya meliputi kepemilikan media, hubungan pemerintah dengan media, perwakilan media korporasi untuk buruh, dan kelompok marginal.

Pemikiran ini didasari oleh pandangan bahwa dalam masyarakat massa terdapat media yang jahat dan khalayak yang mudah dipengaruhi. Sebagai contoh Stanley Baran (2012:110) menjelaskan bahwa ideology budaya massa bekerja untuk menanamkan masalah sosial, seperti rasisme, isu feminisme, perseteruan politik yang diistilahkan oleh Baran sebagai proses politik yang tampak murahan. Hal serupa disampaikan oleh West dan Turner, bahwa media mengandung pesan-pesan yang menyebabkan individu menerima tujuan, impian, dan standar kesuksesan yang ditampilkan didalam media. Demikian halnya dengan Thompson (1995: 213-214) yang memandang bahwa pesan idologis tidak hanya dikirimkan, melainkan juga bertujuan untuk ditanamkan secara kuat. Namun hal yang perlu diperhatikan adalah konsep pesan yang terperantarai berupa pesan-pesan ideologis akan tergantung pada cara dimana pesan-pesan tersebut dimaknai oleh individu yang menerimanya dan menggabungkannya secara tanpa sadar kedalam kehidupan sosial mereka sehari-hari dan digunakan dengan cara yang sangat tidak terduga. Lagipula menurut Baran dan Davis (2010: 71) media hanyalah satu dari sekian banyak teknologi yang telah membentuk dan terus membentuk kehidupan modern. Dengan demikian Chris Jenks (1993) menyimpulkan bahwa kebudayaan dipandang bukan sebagai sesuatu yang 'tetap', 'pasti', atau sebuah 'sistem yang tertutup'. Kajian budaya memandang 'kebudayaan' sebagai sesuatu yang 'mendesak', dinamis, dan memiliki kelangsungan untuk terus-menerus mengalami pembaharuan. Kebudayaan bukanlah suatu rangkaian artefak, atau simbol-simbol yang beku, melainkan sebuah proses.

## **2. Analisis Penerimaan (Reception Analysis)**

Dalam menjelaskan cara kerja teori kritik, khususnya kajian budaya dan media yang menekankan pada kemampuan khalayak dalam memaknai

pesan media, maka dibuatlah pendekatan yang dipandang bisa menjawab persoalan konsumsi pesan media massa yaitu analisis penerimaan. *Reception analysis* atau analisis penerimaan merupakan metodologis yang digunakan untuk studi audiens atau penelitian khalayak, bertujuan untuk mengungkap interpretasi makna dari khalayak. Dalam tradisi kritik terdapat metode analisis yang lazim digunakan oleh periset, diantaranya adalah etnografi kritis, analisis konten (framing dan wacana kritis), analisis bahasa (semiotika kritis), dan analisis khalayak (teori resepsi). Analisis penerimaan dalam penelitian komunikasi bukanlah konsep asli, melainkan perpaduan antara teori dari ilmu sastra dan metode dari ilmu sosial.

Dalam ilmu sastra sendiri, resepsi sastra dimaksudkan untuk melihat bagaimana pembaca memberi makna terhadap karya sastra yang dibacanya, sehingga dapat memberikan reaksi atau tanggapan terhadapnya. Selain itu juga resepsi sastra ingin melihat bagaimana seorang pembaca dapat memahami karya tersebut dan dapat melihat hakikat estetika yang ada didalamnya, atau bahkan mewujudkannya. Penelitian karya sastra pada awal perkembangannya menempatkan penulis sebagai tokoh sentral dalam penelitian, keterangan tentang arti suatu karya dapat ditanyakan kepada penulisnya. Namun pada perkembangannya penelitian sastra melihat karya sastra sebagai suatu yang berdiri sendiri, memiliki maknanya sendiri, dan dapat ditemukan dengan cara melakukan analisa terhadap karya itu sendiri.

Asia Padmospito (1993: 73) menjelaskan bahwa resepsi sastra Jawa merupakan contoh penelitian resepsi sastra yang paling awal berkembang, yakni sejak abad kesepuluh. Resepsi sastra terjadi ketika karya tersebut disalin, diperbanyak, hingga diperbarui oleh para juru tulis. Proses resepsi ini seringkali dipengaruhi oleh ketidakpuasan pembaca terhadap jalan cerita yang biasanya tidak sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, nilai dan norma yang diyakini oleh pembaca (diwakili oleh pujangga seperti empu Tantular). Ketika proses membaca dan menyalin itulah terjadi resepsi sastra. Seringkali resepsi sastra disesuaikan dengan

pengalaman, latarbelakang, tujuan dan harapan yang ingin dibangun oleh pembaca.

Sementara itu, metode penelitian khalayak dalam analisis resepsi meminjam metodologi dari ilmu sosial. Tri Nugroho Adi (2012) menjelaskan bahwa model ini digunakan untuk menyelidiki proses interaksi antara pesan media massa dan audiens mereka. Beliau juga menambahkan bahwa studi audiens seharusnya berfokus pada pengalaman bermedia dan kemampuan khalayak dalam memaknai pesan media, serta memproduksi ulang pesan yang telah mereka konsumsi. Sejalan dengan hal tersebut, Hall menambahkan bahwa tren riset media dan audiens yang selama ini berfokus pada dampak konten hiburan (yang seringkali dibingkai secara negatif) telah bergeser ke komunikasi politik (siapa yang mengatakan apa dengan tujuan apa), atau dengan kata lain riset kajian budaya berfokus pada analisis wacana inklusif ekonomi politik dari sebuah produksi konten media, sebuah pandangan bahwa teks media telah diproduksi, direproduksi dan diubah menjadi komoditas yang dapat dijual beli guna keuntungan ekonomi dan politis.

#### **a. Analisis Penerimaan dalam Paradigma Khalayak Aktif**

Dalam menjelaskan analisis penerimaan atau studi resepsi sebagai bagian dari perkembangan teori khalayak aktif, maka perlu kiranya membahas sejarah perkembangan teori khalayak yang berkembang dalam studi komunikasi massa. Secara garis besar McQuail (2010: 151) membagi jenis penelitian khalayak kedalam tiga tradisi penelitian. Yang pertama adalah tradisi struktural, dimana awalnya penelitian ini digunakan untuk kebutuhan riset manajemen dan pemasaran, terutama untuk mendapatkan iklan berbayar. Cara kerjanya menekankan pada korelasi atau hubungan antara kuantitas khalayak dan tingkat penjualan. Selanjutnya adalah tradisi behavioral atau perilaku, yakni penelitian yang menekankan pada pengaruh tayangan terhadap perilaku penonton dan seringkali diarahkan pada pengaruh buruk. Kedua tradisi riset khalayak di atas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyajian data menggunakan data statistik

sehingga seringkali dianggap hanya megeneralisir dan kurang menjawab masalah sosial secara mendalam dan menyeluruh. Terakhir adalah tradisi kultural atau budaya, memandang bahwa pengguna media merupakan agen budaya dan menempatkannya sebagai konsumen pesan media yang interpretatif dan kritis. Selain itu juga tradisi ini memandang bahwa teks media harus dibaca melalui persepsi khalayaknya yang membangun makna dari teks media yang ditawarkan, dan ini merupakan penelitian yang tidak dapat diprediksi hasilnya.

Sejalan dengan hal di atas, Baran (2012:112-114) membagi era riset khalayak menjadi beberapa tahap. Yang pertama adalah teori interaksi simbolik, dikembangkan dari teori psikologi kemudian diterapkan hingga level komunikasi massa. Gagasan utama dari teori interaksi simbolik adalah simbol-simbol kultural dipelajari melalui interaksi dan kemudian memperantarai interaksi tersebut. Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi massa membentuk perilaku individu. Selanjutnya makna simbolik ini dinegosiasikan oleh para partisipan dalam kegiatan interaksi sosialnya, termasuk peran media. Selanjutnya ada teori konstruksi sosial atas realitas, memandang bahwa komunikasi merupakan sebuah proses simbolik dimana realitas dihasilkan, dijaga, diperbaiki, dan ditrasformasikan. Gagasan utama dari teori ini adalah bahwa orang yang berbagi budaya maka secara bersamaan dalam waktu yang sama juga berbagi sebuah kesepakatan secara terus menerus. Semua makna akan mengalami proses negosiasi. Teori konstruksi sosial atas realitas dapat diterapkan secara luas berkenaan dengan bagaimana media membentuk realitas politik kita.

Teori yang berkembang selanjutnya adalah teori kultivasi yang memandang bahwa media berperan dalam memupuk atau membentuk realitas dunia yang kemudian dapat diterima begitu saja sebab kita percaya bahwa hal tersebut merupakan sebuah kebenaran, dan semua itu disajikan oleh TV. Teori ini menegaskan bahwa TV merupakan senjata budaya sentral masyarakat AS, berperan sebagai creator utama pola budaya

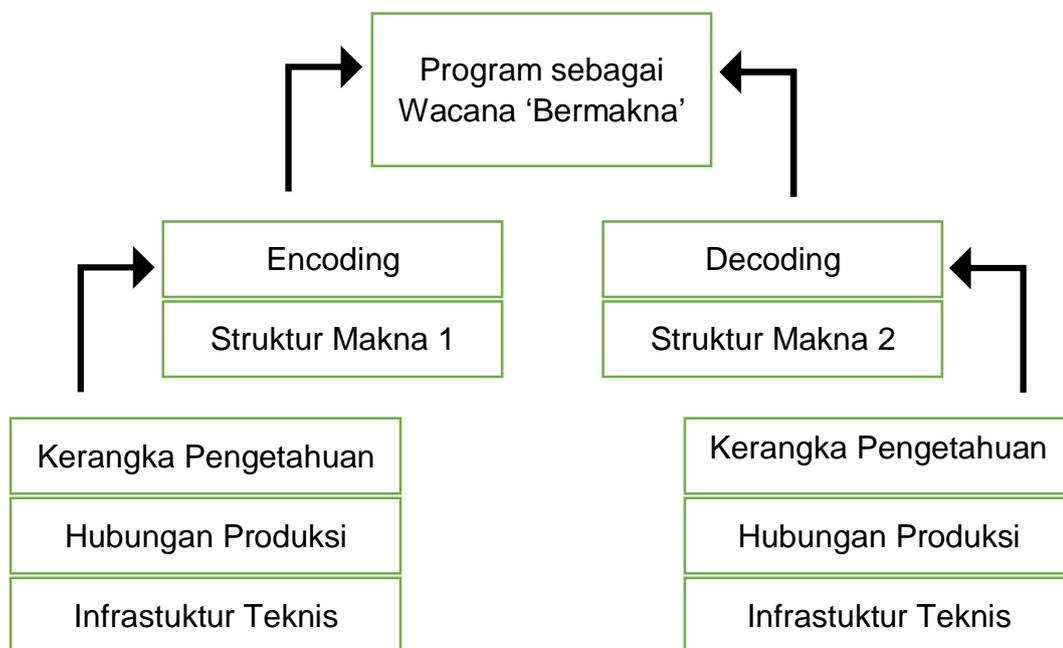
buatan untuk hiburan dan informasi. Selain itu realitas yang dibentuk oleh TV tidak membutuhkan sikap dan opini khusus, namun lebih pada asumsi dasar mengenai fakta kehidupan. Lebih lanjut teori ini berasumsi bahwa industry media memiliki kepentingan dalam struktur politik, sosial, dan ekonomi. Informasi yang berasal dari industry media jarang menentang sistem yang telah memperkaya industry. Gagasan terpenting dari teori ini adalah kontribusi TV yang bisa diamati, diukur, dan independen terhadap budaya relative kecil, dengan kata lain meski efek tersebut tidak begitu signifikan dan tidak selalu terlihat jelas, namun efeknya selalu terjadi dan pada akhirnya akan mengubah budaya, mungkin dengan cara yang mendalam.

Era teori riset khalayak yang paling terakhir berkembang adalah teori budaya kritik (Critical culture), merupakan bagian dari teori komunikasi massa modern yang berfokus pada *mass power* atau kemampuan khalayak sebagai agen budaya, alih-alih fokus terhadap media sebagai perantara pesan. Baran (2012: 111) menjelaskan bahwa teori yang membahas mengenai kemampuan efek media berfokus pada kemampuan yang bisa diterima atau dirintangi oleh keterlibatan khalayak pada proses komunikasi massa. Asumsi dasar mengenai kajian budaya dan analisis penerimaan adalah realitas sosial merupakan hasil konstruksi media, dan konstruksi tersebut berjalan terus-menerus menjadi rekonstruksi realitas yang tiada henti, bukan sesuatu yang hanya dikirim, disampaikan, dan disebarluaskan kepada public yang patuh. Selain itu analisis penerimaan juga menekankan pada melek media, dimana makna dan efek yang dihasilkan proses konsumsi pesan tersebut akan dinegosiasikan oleh media dan khalayak saat mereka berinteraksi pada budaya.

#### **b. Konsep dan Model *Encoding-Decoding***

Dalam menjelaskan cara kerja teori kritis khususnya kajian budaya, maka dibuatlah model *encoding-decoding* oleh Stuart Hall (1980:117), yang mengartikan proses *encoding* pesan media sebagai suatu artikulasi momen-momen produksi, sirkulasi, distribusi, dan reproduksi yang saling

terhubung namun berbeda, dalam arti lain produksi makna tidak memastikan adanya konsumsi makna itu sebagaimana yang dikehendaki oleh *encoder*. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa *encoding* atau pengkodean merupakan proses produksi pesan yang dilakukan oleh komunikator/ pembuat konten dalam rangka mentransmisikan pesan media. Sementara decoding atau membaca sandi adalah proses penyandian balik yang dilakukan oleh penerima pesan/ komunikan/ audiens dalam rangka menguraikan isi pesan. Adapun proses encoding decoding ini dibentuk dan dibangun berdasarkan pada tiga unsur, yaitu kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis.



**Gambar 2.1.** Model Encoding-Decoding Stuart Hall  
Sumber: Stuart Hall, 1972: 120

Dari penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa pesan media memiliki berbagai makna dan dapat diinterpretasikan dengan cara yang berbeda. Selanjutnya Ido Prijana Hadi (2008) mengungkapkan bahwa analisis ini mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak. Dengan kata lain, konsep terpenting dari analisis penerimaan adalah bahwa teks media tidak memiliki makna yang melekat,

namun makna tersebut tercipta dari interaksi antara penonton dan teks media. Dengan kata lain, makna dihasilkan saat pemirsa sedang menonton dan menginterpretasikan tayangan tersebut.

Asumsi dasar pemikiran ini menurut Barker (2010:286) adalah menolak konsep khalayak pasif yang ditampilkan oleh jarum suntik, memandang bahwa kegiatan menonton adalah sesuatu yang pasif dengan makna dan pesan, memandang bahwa pesan yang disampaikan oleh media secara gampang diterima oleh pemirsanya, serta memahami perilaku menonton dalam kerangka perilaku, mengasumsikan bahwa pemirsa meniru kekerasan TV, dengan kata lain menonton memiliki pengaruh tertentu pada pemirsa. Pada kenyataannya penonton memiliki kemampuan kognitif untuk memaknai ulang (*decode*) makna yang diterimanya. Dengan demikian metode kuantitatif dan penyajian data statistic mengenai perilaku menonton secara tegas dinyatakan salah dalam mendekati dan memahami penonton TV.

Selain itu analisis penerimaan menegaskan bahwa pemirsa bukan hanya sebagai pelengkap kultural semata tapi juga sebagai pencipta makna yang aktif dan kreatif dari konteks kultural mereka sendiri. Pemirsa aktif yang dimaksud adalah kemampuan pemirsa untuk menjadi pencipta makna ketimbang hanya sebagai penerima pasif dari apa yang ditawarkan oleh teks. Sebab Barker melihat bahwa menonton merupakan kegiatan sosial dan kultural yang pada intinya berkaitan dengan makna, dan karenanya pemirsa akan melakukan interpretasi makna berdasarkan kompetensi kultural yang telah diperoleh sebelumnya dalam konteks bahasa dan hubungan sosial. Lagipula teks juga dipandang memiliki makna yang multibentuk (*polisemi*) dan bukannya mengandung satu set makna yang jelas, melainkan mengandung ambiguitas. Dengan kata lain, teks adalah pembawa beragam makna yang hanya sebagian diterima oleh pemirsa, dimana mereka yang terbentuk secara berbeda akan menanggapi makna tekstual secara berbeda pula (Barker, 2010: 286).

Selanjutnya yang mendasari pemikiran ini adalah pemirsa dipahami sebagai penghasil makna yang aktif dan cerdas, bukannya produk dari teks yang terstruktur. Barker (2010: 287) menambahkan bahwa diproduksinya makna tidak menjamin dikonsumsinya makna tersebut sebagaimana yang dimaksudkan oleh para *encoder* (penyampai kode), sebab pesan membawa beragam makna dan bisa ditafsirkan secara berbeda-beda. Teks akan terstruktur dalam dominasi yang mengarahkan kepada suatu makna yang lebih diinginkan, makna yang disodorkan pada kita oleh teks. Lebih lanjut pemikiran ini menegaskan bahwa pemirsa yang memiliki kode kultural yang serupa dengan pada *encoder* akan melakukan *decode* pesan-pesan yang disampaikan dengan kerangka yang sama, sebab penonton dengan mudah mampu membedakan antara fiksi dan realitas, mereka benar-benar aktif memainkan berbagai sekat, dan karenanya proses konstruksi makna akan selalu berubah dari waktu ke waktu dan dari kebudayaan satu ke budaya yang lain. Berdasarkan pemahaman inilah kemudian Stuart Hall mengusulkan sebuah model yang terdiri dari tiga posisi pengkodean:

- 1) Dominan Hegemonik yang menerima makna yang dikehendaki
- 2) Kode yang dinegosiasikan yang mengakui adanya legitimasi kode hegemonik secara abstrak, namun membuat aturan dan adaptasinya sendiri berdasarkan situasi tertentu.
- 3) Kode oposisional di mana orang memahami *encoding* yang lebih disukai namun menolaknya dan men-*decode* dengan cara sebaliknya.

### **c. Analisis Penerimaan dalam Riset Terdahulu**

Penelitian resepsi diawal perkembangannya mendapat banyak sumbangsih dari David Morley yang juga merupakan anggota lembaga penelitian CCCS, meski beliau mengakui bahwa risetnya banyak terinspirasi oleh beberapa pendahulu yang membangun dasar-dasar penelitian khalayak aktif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nordenstreng (dalam Morley, 1980: 241) pada tahun 1972 terhadap penonton berita di Finlandia, menemukan bahwa menonton berita

merupakan ritual belaka dan tidak memiliki berpengaruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% penonton berita Finlandia menonton satu siaran berita perhari, dan ketika diwawancarai pada hari berikutnya mereka hampir tidak dapat mengingat apapun dari informasi spesifik yang diberitakan oleh berita tersebut. Memberi kesan bahwa 'tidak banyak yang terjadi'. Nordenstreng berargumen bahwa isi berita itu acuh tak acuh terhadap mereka.

Selain itu juga ada penelitian yang terinspirasi oleh peristiwa *Battle of Saltley Gate*<sup>3</sup>. Penelitian ini mengidentifikasi proses decoding yang berbeda dalam konteks keluarga, antara pria dan wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan besar antara kisah yang dikembangkan oleh para suami yang merupakan para penambang yang sedang melakukan mogok kerja di piket Saltley, dengan kisah yang dikembangkan oleh para istri-istri mereka yang menonton aksi pemogokan di TV. Terjadi kesulitan yang cukup besar bagi suami dan istri untuk dalam menyelaraskan pemahaman mereka masing-masing tentang peristiwa tersebut. Penelitian ini juga memandang bahwa perlu untuk mengeksplorasi posisi ibu rumah tangga sebagai penonton, dan posisi suami sebagai buruh tambang.

### **1) David Morley: The Nationwide Audience (1976)**

David Morley merupakan salah satu perintis riset khalayak aktif yang tergabung dalam proyek penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset CCCS Universitas Birmingham. Beliau menerjemahkan teori kajian budaya serta model *encoding-decoding* yang telah dirumuskan oleh Stuart Hall, dalam sebuah penelitian yang berjudul *Everyday Television 'Nationwide'* dan diterbitkan pada tahun 1978<sup>4</sup>. Penelitian ini melibatkan total 227 responden dari berbagai kelompok yang terdiri dari pelajar, serikat buruh, manajer bisnis dan bank, pekerja paruh waktu, pekerja magang. Selain itu

---

<sup>3</sup> Battle of Saltley Gate merupakan peristiwa pemogokan buruh tambang yang terjadi di Birmingham Inggris pada tahun 1972 (Wikipedia)

<sup>4</sup> Nationwide merupakan program berita harian yang disiarkan oleh BBC Inggris.

responden juga dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, ras, dan kelas, ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi dan menguraikan sejauh mana faktor-faktor perbedaan sosio-demografi ini memengaruhi resepsi audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi audiens, menunjukkan bagaimana interpretasi yang berbeda dihasilkan, menganalisis bagaimana dan mengapa mereka berbeda, serta membangun tipologi dari berbagai *decode* yang dibuat (David Morley, 1978:160). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dibuat klasifikasi kedalam tiga kategori penafsiran yang telah dirumuskan oleh Stuart Hall, yakni hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi.

Topik yang ditonjolkan dalam penelitian ini adalah isu mengenai anggaran khusus belanja Negara dan dampaknya terhadap ekonomi nasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penafsiran dominan dihasilkan oleh kelompok magang, pelajar, dan manajer bisnis, sebab mereka melihat program ini hanya sebagai hiburan semata dan tidak terlihat penolakan terhadap berita yang disampaikan. Selanjutnya kode penafsiran negosiasi dihasilkan oleh kelompok guru, pelajar, siswa perguruan tinggi, dan mahasiswa. Penafsiran negosiasi ini berupa penolakan terhadap sebagian isi pesan berita dan membangun ulang kerangka definisi atas isu yang dibahas dalam program berita Nationwide, hal ini dilatarbelakangi oleh kemampuan dan pengetahuan mereka sebagai pelajar untuk menghasilkan penafsiran yang didekonstruksi, dan juga mereka sadar sedang membangun wacana terkait program berita Nationwide. Terakhir adalah kode penafsiran oposisi yang dihasilkan oleh kelompok serikat buruh, pelayan toko, pedagang, dan pelajar kulit hitam, secara umum mereka menyukai format acara Nationwide, namun menolak pesannya dengan alasan bahwa program berita ini terlalu bersimpati terhadap masyarakat kelas menengah keatas dan gagal menunjukkan isu ekonomi yang mendasar.

## 2) Ien Ang: Watching Dallas (1985)

Penelitian yang dilakukan oleh Ien Ang pada tahun 1985 tentang penonton serial TV Dallas<sup>5</sup> di Belanda. Teknik analisis data menggunakan analisis simtomatis, yakni mencari sikap yang ada dibalik teks. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara korespondensi, subjek penelitian mengirim email berisikan pengalaman mereka selama menonton serial TV Dallas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton Dallas secara aktif terlibat didalam produksi makna dan kesenangan, yang terwujud dalam berbagai bentuk yang tidak dapat direduksi menjadi struktur teks, efek ideologis, maupun efek proyek politis. Selain itu Ang menemukan bahwa penonton Dallas sadar bahwa apa yang mereka tonton sepenuhnya fiksi, namun mereka menikmati fiksi tersebut sebagai hiburan. Ang menyimpulkan bahwa fiksi merupakan suatu cara menikmati pengalaman populer dan melibatkan permainan perasaan yang berbolak-balik antara kebahagiaan, amarah, menerima, dan protes, dan permainan perasaan ini terperantarai oleh media massa.

Riset Dallas ini kemudian dieksplorasi oleh Tamar Liebes dan Elihu Katz pada tahun 1991 (Wright, 1992). Tidak seperti Ang yang menggunakan metode korespondensi, penelitian ini mengumpulkan informan dengan berbagai budaya yang berbeda dalam sebuah diskusi kelompok (FGD), yang terdiri dari orang Yahudi Rusia, pemukim veteran Maroko, dan orang Israel. Hal ini dimaksudkan untuk menganalisis bagaimana penonton setia Dallas yang merupakan ras non-Amerika ini memahami atau menafsirkan sinetron Dallas yang seluruhnya menampilkan budaya Amerika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon informan sangat bervariasi secara emosional (ekspresi kesal, geram, dan marah), dan secara kognitif (melihat adegan dalam episode sebagai sesuatu yang keren). Selain itu peneliti berhasil mengeksplorasi

---

<sup>5</sup> Serial TV Dallas merupakan sinetron asal Amerika Serikat yang ditayangkan sejak tahun 1978-1991, bercerita tentang keluarga kaya raya beserta bisnis pengolahan minyak di kota metropolitan Dallas. Sinetron ini sangat populer hingga ditayangkan di 57 negara termasuk Indonesia. (Wikipedia)

pendekatan referensial yang dilakukan oleh penonton, dimana pendekatan referensial ditunjukkan melalui ekspresi berdebat dengan beberapa adegan tertentu dan melihatnya seolah-olah mengacu pada realitas. Sebaliknya, penonton dengan pendekatan kritis melihat sinetron Dallas sebagai tontonan menipu dan manipulatif.

### **3) Jackie Stacey: *Stargazing Hollywood Cinema and Female Spectatorship***

Penelitian yang dilakukan oleh Jackie Stacey (1994) mengenai respon sekelompok perempuan kulit putih di Inggris dalam terhadap bintang film Hollywood era 1940-1950an. Beliau menggabungkan teori film dan konsep etnografi untuk menganalisis bagaimana penonton wanita memahami bintang Hollywood di era kejayaan film dan bioskop. Pengumpulan data dilakukan dengan cara korespondensi dan kuesioner dengan melibatkan 300 penonton aktif bioskop. Stacey mengklasifikasi analisisnya berdasarkan tiga wacana yang dimunculkan: eskapisme, identifikasi, dan konsumerisme.

- a) Eskapisme, menemukan bahwa kegiatan menonton merupakan momen dimana audiens melakukan pelarian menuju sebuah dunia yang lebih baik secara materi, meski kemudian mereka sepenuhnya sadar bahwa pelarian mereka adalah semu dan akan kembali kepada realita kehidupan mereka yang sebenarnya.
  - b) Identifikasi, melihat bahwa kegiatan menonton sedikit banyak mencari pemahaman akan kesamaan antara bintang film dan penontonya. Penonton akan mengidentifikasi
  - c) Konsumerisme, melihat bahwa penonton mengaitkan diri dengan para bintang Hollywood dalam konteks konsumsi (terkait konsumsi nilai komoditas lain, seperti busana dan kosmetik), yang senantiasa berhasil ditempatkan dalam hubungan dominasi, kontrol, dan eksploitasi
- 4) Riset yang dilakukan oleh McAnany dan La Pastina (dalam Barker, 287) pada tahun 1994 terhadap 26 tayangan serial telenovela. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa proses pencocokan antara budaya dalam serial telenovela dan budaya setempat menghubungkan pemahaman opera sabun yang dibentuk oleh penonton. Mereka mengklaim bahwa temuan serupa tampak jelas di beberapa penelitian lain dan jarang bertentangan satu sama lain. Poin yang dicatat oleh mereka adalah:

- a) Penonton bertindak aktif dan mengambil berbagai makna dari telenovela
- b) Penonton menerapkan pada kehidupan mereka
- c) Penonton mengakui bahwa serial tersebut fiktif, tidak nyata, dan dibuat-buat oleh sutradara
- d) Reaksi penonton dibatasi oleh konteks perbedaan budaya, bahasa, nilai yang diyakini, kondisi sosial dan lingkungan.

### C. HASIL RISET YANG RELEVAN

Sebelum menyusun rencana penelitian, penulis terlebih dahulu membaca dan mempelajari dengan seksama penelitian terdahulu yang serupa dan memiliki relevansi dengan penelitian yang nantinya akan dilakukan. Relevansi yang dimaksud antara lain teori dan metode yang digunakan, serta subjek dan objek penelitian yang hampir serupa.

#### 1. **Penelitian Skripsi Nur Inayah Yushar (2016) berjudul “Resepsi Mahasiswa UIN Alauddin Makassar Terhadap Film Dokumenter *Sicko*”.**

Penelitian ini membahas mengenai bentuk-bentuk resepsi atau penerimaan teks media, dalam hal ini konten film dokumenter *Sicko*, dengan menggunakan analisis resepsi (*reception analysis*). Dalam proses menganalisis digunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dominasi film-film Hollywood sebagai industri hiburan terbesar di dunia, serta perannya dalam mentransmisikan ideology budaya massa dan menciptakan budaya pop. Hollywood dipandang sebagai industri yang memproduksi hiburan-hiburan

yang seringkali tidak bermanfaat, kurang mendidik, dan tidak jarang dimanfaatkan untuk menyampaikan ideologi AS sebagai negara adidaya secara halus dan tidak kentara melalui film fiksi Hollywood. Oleh karenanya dibuatlah upaya tandingan untuk menahan pengaruh ideology tersebut, salah satunya melalui film dokumenter *Sicko*.

Film dokumenter merupakan film yang diproduksi secara natural, apa adanya, sesuai dengan realitas yang ada. Selain itu juga film dokumenter seringkali dibuat dengan tujuan kritik terhadap realitas sosial, khususnya dokumenter investigasi, mengingat bahwa film dokumenter berkomitmen untuk mengedukasi penonton melalui informasi yang bermanfaat. Film Dokumenter *Sicko* merupakan salah satu film dokumenter yang menyampaikan realitas mengenai buruknya pelayanan kesehatan di AS, yang kemudian berdampak pada kesejahteraan warga negaranya. Melalui film ini diharapkan agar penonton dapat membuka wawasan penonton mengenai sebagian kecil, mengenai isu layanan kesehatan dari gambaran mengenai AS yang sesungguhnya.

Penelitian dilakukan dalam sebuah forum diskusi kelompok terarah (FGD) dengan mengundang 10 mahasiswa UIN Alauddin Makassar. Mahasiswa tersebut terdiri dari masing-masing dua mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, Kesehatan Masyarakat, Farmasi, dan Kesejahteraan Sosial. Informan ini dipilih berdasarkan relevansi bidang keilmuan mereka terhadap isu yang diangkat dalam film dokumenter *Sicko*.

Dalam penelitian ini, responden diminta untuk menonton film tersebut, selanjutnya mendiskusikan hasil tontonan sesuai dengan interpretasi mereka masing-masing. Data hasil penelitian dianalisis sesuai dengan teknik analisis resepsi, yakni melalui tahap interpretasi data resepsi. Pada tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia, mencocokkan model pembacaan dari responden, dan selanjutnya di elaborasi dengan temuan yang sesungguhnya terjadi dalam forum FGD. Tahap terakhir adalah data tersebut dibagi kedalam tiga kategori penafsiran, yakni dominan, negosiasi, dan oposisi. Kategori penafsiran ini

merupakan model yang dibuat oleh David Morley dalam penelitiannya '*The Nationwide Television Studies*'.

Penulis memandang bahwa skripsi ini memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian yang akan dilakukan, sebab nantinya akan digunakan sebagai model untuk menyusun penelitian. Penulis akan mengadaptasi model tersebut ke ruang virtual, oleh karenanya, akan dilakukan beberapa penyesuaian terhadap analisis resepsi offline ke ranah *online*, seperti metode diskusi kelompok atau FGD yang nantinya ditiadakan.

## **2. Jurnal Dhiraj Murty dan Sanjay Sharma (2018) berjudul, "*Visualizing YouTube's comment space: online hostility as a networked phenomena*"**

Penelitian ini membahas mengenai gambaran atau wujud ruang komentar YouTube, yang seringkali menghadirkan bentuk-bentuk permusuhan di dunia maya<sup>6</sup>. Permusuhan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis komentar yang berisikan penghinaan atau memancing aksi penghinaan dan berbagai jenis sikap antagonisme lainnya yang bertujuan menjatuhkan, seperti rasisme, homofobia, termasuk kebencian terhadap gerakan feminisme. Murthy memandang bahwa perilaku pengguna dalam kolom komentar menciptakan budaya komentar menjadi lingkungan yang beracun, serta tidak memberi ruang terhadap bentuk diskusi yang bertujuan saling memahami dan memberi bermanfaat. Penelitian ini berupaya untuk memberikan pemahaman tentang wacana rasisme dan sikap antagonis di ruang maya, dengan menyajikan pendekatan unik untuk membuat konsep dan menganalisis rasisme di media sosial. Penelitian ini berfokus pada bagaimana bentuk dan gaya antagonisme rasial yang terwujud dalam komentar YouTube, serta bagaimana nantinya penelitian ini mengidentifikasi dan mengarakterisasi ekspresi rasis di ruang komentar YouTube. Dhiraj Murthy mengeksplorasi ruang komentar YouTube dari perspektif komentator sebagai perilaku memancing, menghina, dan sikap

---

<sup>6</sup> Dunia maya yang dimaksud merupakan istilah yang merujuk pada ruang virtual yang terhubung melalui internet, atau seringkali diistilahkan sebagai *online* atau daring

antagonism lainnya yang bertujuan untuk menjatuhkan, dalam pengertian kebencian yang tidak terlihat, oleh karenanya beliau menghadirkan konsep yang spesifik tentang rasisme yang diperantarai oleh teknologi.

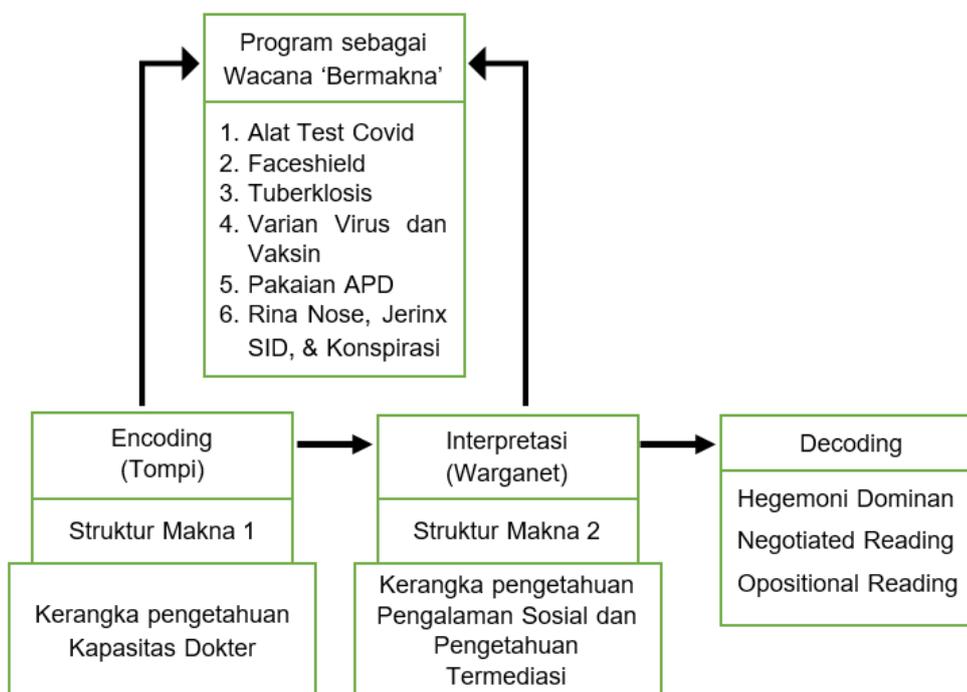
Penelitian ini dilakukan di ruang komentar YouTube, tepatnya kanal YouTube kelompok musik Das Racist, dengan berfokus pada lima video yang paling banyak dilihat, yaitu (1) *Combination Pizza Hut and Taco Bell*, (2) *You Oughta Know*, (3) *Who's That? Brooown!*, (4) *Ek Shaneesh*, (5) *Michael Jackson*. Data dikumpulkan dengan menggunakan skrip PHP atau YouTube API (fitur khusus transkrip dari YouTube), dengan menyortir 4,7 juta komentar menjadi 7224 komentar terpilih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengkodean dan daring, terdiri dari tiga tahapan, yakni Tipologi untuk menganalisis komentar yang telah dikumpulkan, Metode pengkodean terbuka untuk klasifikasi jenis komentar, Kerja lapangan (etnografi digital) di ruang komentar. Selanjutnya hasil penelitian ini dianalisis dengan cara membingkai sikap rasis sebagai bentuk ketidaksopanan daripada membahas wujud sistemik rasisme *online*. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa pengguna tidak menyadari bahwa sikap antagonism mereka di ruang komentar YouTube menciptakan dan memancing bentuk-bentuk permusuhan. Selanjutnya penelitian ini berhasil menciptakan metodologi untuk menganalisis kolom komentar YouTube sebagai peristiwa *online*, dengan menggunakan pendekatan sosio-teknik, yaitu berfokus pada interaksi dan tanggapan *online* antar sesama komentator. Selain itu juga wacana rasialis dipropagandakan sebagai fenomena daring, dengan menyajikan analisis ruang komentar YouTube dan menggolongkan pertukaran makna antar pengguna yang beragam dan anonim (identitasnya tidak dapat diakses). Kemudian mengidentifikasi berbagai jenis ekspresi rasial. Penelitian ini berhasil menciptakan metodologis yang mengungkapkan kolom komentar YouTube sebagai aktivitas atau peristiwa yang terjadi di lingkungan daring. Dari penelitian ini ditemukan bahwa daring bukan merupakan ruang hampa, melainkan

lingkungan yang dipenuhi oleh aktivitas manusia tanpa melibatkan perjumpaan secara fisik.

Penulis memandang bahwa penelitian Murthy memiliki relevansi dengan rencana penelitian yang akan dilakukan, sebab platform YouTube sendiri hingga sekarang masih menyisakan kontroversi mengenai jenis konten yang dibagikan oleh para pengguna, seperti pelanggaran hak cipta, pornografi, pencemaran nama baik, rekrutmen gerakan terorisme, penolakan holocaust, dan *hatespeech* atau pidato penyebaran kebencian. YouTube juga menjadi platform yang perlu ditanggapi secara serius sebab melahirkan bentuk-bentuk rasisme modern. Namun disisi lain penulis memandang bahwa penelitian ini dieksplorasi secara sempit, sebab hanya berfokus pada wacana rasisme dan dibingkai secara negatif, sebab faktanya kolom komentar merupakan forum beragam ekspresi.

#### D. KERANGKA KONSEPTUAL

Dalam menggambarkan alur berpikir teori, konsep, dan metode penelitian yang akan dilakukan, maka dibuatlah sebuah kerangka konsep guna merangkum alur berpikir seluruh gambaran konsep penelitian.



**Gambar 2.1.** Kerangka Konseptual