

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laki-laki dan perempuan memiliki kodrat untuk menjalin komunikasi dan hubungan. Hubungan ini mulai dari pertemanan, pacaran, sampai hubungan cinta yang serius menuju ke jenjang membangun rumah tangga. Hubungan dalam pacaran yang sehat ditandai dengan saling mendukung dan menghargai satu dengan yang lain (Glass, 1995: 56). Selain itu, hubungan pacaran yang sehat ditandai dengan tidak adanya dominasi antara satu pihak dengan yang lain. Dengan demikian, tercipta hubungan yang harmonis dan membahagiakan. Namun, hubungan dalam pacaran bisa berubah menjadi tidak sehat, bahkan bisa sampai terjadi tindak kekerasan. Dengan kata lain, hubungan pacaran menjadi tidak sehat (*toxic relationship*).

Hubungan yang tidak sehat ditandai dengan adanya konflik antara satu pihak yang menguasai pihak lainnya. *Toxic relationship* juga ditandai tidak saling menghargai dan mencari hal-hal negatif dari pasangannya (Glass, 1995: 56). Dengan kata lain, tidak saling mendukung dan tidak ada keharmonisan, bahkan terjadi tindak kekerasan satu dengan yang lain. Hubungan dalam pacaran yang tidak sehat ini digambarkan dalam video klip *Lathi* karya Weird Genius (Aditia, 2020 dan Riandi, 2020). Sara Fajira sebagai seorang perempuan di video klip *Lathi* adalah gambaran korban *toxic relationship*. Sisi gelap dalam hubungan pacaran inilah yang ditampilkan dalam video klip *Lathi*.

Banyaknya kasus kekerasan berpacaran tercatat pada data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak atau KemenPPPA. KemenPPPA pada tahun 2018 melaporkan dari total 10.847 pelaku kekerasan, 2.090 di antaranya dilakukan oleh salah satu pasangan ketika berpacaran. Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) tahun 2020 melaporkan adanya 2.073 kasus (2018) dan 1.815 kasus (2019) kekerasan dalam pacaran. Meskipun angka kekerasan berpacaran lebih rendah jika dibandingkan dengan kekerasan dalam rumah tangga, hal ini patut mendapat perhatian.

Bentuk kekerasan dalam pacaran meliputi kekerasan fisik, psikologis, seksual dan juga verbal. Contoh kekerasan fisik adalah memukul, menampar, menendang, mendorong atau mencekik pada bagian tubuh salah satu pasangan. Kekerasan psikologis misalnya mengancam, mempermalukan atau merendahkan pasangan. Sedangkan contoh kekerasan seksual yaitu memeluk, mencium, meraba, hingga memaksa untuk berhubungan seksual. Kekerasan verbal misalnya mengeluarkan kata-kata yang kasar, kotor atau umpatan terhadap pasangan. Kekerasan berpacaran bisa terjadi karena gangguan psikologis dalam komunikasi. Gangguan psikologis seperti temperamental kerap terjadi dalam komunikasi (Cangara, 2002: 147). Pengaruh tayangan atau pemberitaan media massa yang memuat unsur kekerasan bisa memengaruhi tindak kekerasan. Hal ini selaras dengan yang dilaporkan oleh KemenPPPA (2018).

Ada dua jenis komunikasi massa yaitu cetak dan elektronik. Contoh media komunikasi massa cetak adalah koran atau surat kabar. Contoh media komunikasi massa berbasis elektronik adalah televisi. Berkat perkembangan media elektronik berbasis internet, video klip dapat ditonton secara *online* melalui YouTube.

Video klip pertama kali dipopulerkan oleh saluran televisi asing yaitu MTV (*music television*) pada tahun 1981. Video klip pada tahun tersebut masih ditayangkan di televisi. MTV resmi masuk di Indonesia pada tanggal 5 Mei 1995 (Rinaldi, 2018). Video klip yang berkembang di Indonesia tumbuh sebagai bisnis yang menggiurkan seiring dengan pertumbuhan televisi swasta. Video klip tumbuh sebagai aliran dan industri tersendiri (Effendy, 2014: 6).

Video klip merupakan istilah yang populer dari video musik secara umum. Video musik menurut Carlsson (n.d.) adalah komunikasi audio visual di mana makna diciptakan melalui musik, lirik dan gambar-gambar yang bergerak. Perpaduan lirik dan gambar-gambar bergerak tersebut menciptakan makna. Video musik sifatnya menarik dan menghibur; selalu menawarkan sesuatu untuk ditonton dan direnungkan. Berikut ini adalah masalah yang terjadi di dalam video klip.

Untuk menyerap dan memahami tayangan video klip tidaklah sederhana (Carlsson, n.d. dan Hall, dkk., 2005: 121). Dengan kata lain, tanda visual yang ditampilkan di video klip sifatnya kompleks. Kompleksitas itu terlihat pada perpaduan antara lirik, musik dan gambar-gambar bergerak yang menjadi suatu tayangan. Karena sifatnya yang kompleks, para penonton bisa memaknai

tayangan berbeda atau bertentangan dengan pesan dari produser. Inilah yang menjadi masalah umum dalam video klip. Tanda-tanda visual ini sering dimaknai berbeda oleh penonton dalam suatu tampilan di video klip.

Tampilan visual dalam video klip menjadi faktor penting agar pengaruh dalam hal ini makna dan pesan yang hendak disampaikan dipahami penonton. Carlsson (n.d.) membagi bentuk tampilan visual yang terdapat dalam video klip menjadi tiga yaitu klip pertunjukan, klip naratif dan juga klip artistik atau seni. Klip pertunjukan berisi penampilan vokalis ketika sedang membawakan lagu disertai dengan kombinasi pengaturan latar tempat yang bermacam-macam. Klip naratif menggabungkan unsur narasi dengan musik sebagai latar belakang. Klip seni lebih menonjolkan unsur musiknya. Klip seni merupakan video musik yang menggunakan musik populer, modern atau eksperimental (elektro-akustik). Video klip *Lathi* menggabungkan klip pertunjukan dan klip seni.

Perkembangan teknologi informasi dalam hal ini YouTube memungkinkan semua orang dapat membuat sekaligus juga mengunggah video dengan mudah. Jika dikaitkan dengan industri musik, produser video klip menggunakan YouTube untuk mempromosikan lagu terbaru mereka. Weird Genius menggunakan YouTube untuk memperkenalkan *single* terbaru mereka, yaitu *Lathi*. Resepsi penonton terhadap tayangan *Lathi* inilah yang digali oleh peneliti melalui wawancara. Resepsi dari sejumlah responden video klip *Lathi* menjadi data primer yang dianalisis oleh peneliti.

Tanggapan dan pemaknaan penonton setelah menonton tayangan video klip *Lathi* bisa berbeda atau berlawanan dengan pesan dan makna *Lathi*. Hall (2005:

119) menamakannya sebagai resepsi. Dia mendefinisikan resepsi sebagai suatu pemaknaan penonton terhadap pesan dari komunikasi massa. Masalah komunikasi dapat muncul karena adanya resepsi yang dilakukan oleh penonton berbeda-beda terhadap suatu pesan. Contohnya adalah produk komunikasi massa yaitu video klip *Lathi* yang menggambarkan sisi gelap dalam pacaran. Penonton bisa memaknai pesan dalam video klip tersebut sesuai dengan pemahaman dan pengalaman yang berbeda-beda.

Penelitian tentang tayangan video klip *Lathi* ini bukanlah yang pertama. Peneliti menemukan ada tiga penelitian terdahulu: dua berupa skripsi dan satu jurnal. Pada paragraf berikut dijelaskan sekilas mengenai ketiga penelitian terdahulu.

Penelitian pertama tentang video klip *Lathi* dimuat dalam bentuk skripsi. Ivanie (2021) menyusun penelitian berjudul: Analisis Semiotik Representasi Perlawanan Perempuan dalam Video Klip “Lathi” Karya Weird Genius. Penelitian pertama menggunakan pendekatan kritis dan berjenis analisis teks media. Metode yang digunakan dalam penelitian pertama adalah deskriptif. Penelitian pertama menggunakan kerangka Teori Representasi John Fiske. Subjek dalam penelitian pertama adalah Video Klip “Lathi” Karya Weird Genius. Sedangkan objek penelitiannya adalah gambar dan suara dalam Video Klip “Lathi” Karya Weird Genius. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian pertama ada dua antara lain dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian pertama adalah Analisis Semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian pertama dibagi menjadi empat.

Pertama adalah munculnya kesadaran seorang perempuan akan kelemahannya. Kedua yaitu berubahnya kehidupan seorang perempuan setelah datangnya seorang laki-laki. Lalu yang ketiga munculnya kekuatan dalam diri perempuan. Keempat adalah perlawanan perempuan.

Penelitian kedua tentang video klip *Lathi* juga dimuat dalam bentuk skripsi. Muslim (2021) menyusun penelitian dengan judul: Analisis Semiotika Lirik dan Visual Video Klip “*Lathi*” oleh Weird Genius *featuring* Sara Fajira. Penelitian kedua menggunakan pendekatan induktif dan berjenis deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian kedua adalah kualitatif. Penelitian kedua menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes. Subjek dalam penelitian kedua adalah lirik dan visual Video Klip Musik “*Lathi*”. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian kedua adalah Video Klip Musik “*Lathi*” sendiri. Kemudian teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kedua adalah metode pustaka, bahan visual dan juga penelusuran data berbasis *online*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kedua adalah Analisis Semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian kedua dibagi menjadi dua. Pertama adalah cerita tentang seorang wanita yang mengalami hubungan tidak sehat dalam video klip musik “*Lathi*”. Kedua yaitu bentuk perlawanan wanita tersebut untuk lepas dari hubungan tidak sehat.

Berikutnya penelitian ketiga tentang video klip *Lathi* dimuat dalam jurnal. Zuhri, Afdhilla, Mahendra dan Widyani (2021) menyusun penelitian berjudul: Feminisme Radikal dalam Video Klip “*Lathi-Weird Genius ft. Sara Fajira*”. Penelitian ketiga menggunakan pendekatan kritis dan berjenis deskriptif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ketiga adalah kualitatif. Penelitian ketiga menggunakan Teori Kode Televisi John Fiske. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, observasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Analisis Semiotika John Fiske. Hasil penelitian ketiga menunjukkan bahwa Video Klip “*Lathi-Weird Genius ft. Sara Fajira*” mengandung realitas feminisme radikal.

Dari ketiga penelitian terdahulu dengan penelitian ini, peneliti menemukan sejumlah kesamaan. Pertama, video klip *Lathi* karya *Weird Genius* menjadi bahan penelitian. Penelitian pertama, yang menjadi subjek penelitian adalah video klip *Lathi*, sedangkan objeknya adalah gambar dan suara. Penelitian kedua, lirik *Lathi* dan visualnya sebagai subjek sedangkan objeknya adalah video klip *Lathi* secara keseluruhan. Penelitian ketiga menjadikan video klip *Lathi* secara keseluruhan sebagai bahan penelitian.

Hal kedua yang sama dengan ketiga penelitian terdahulu adalah penelitian kualitatif dan hasilnya deskriptif. Ketiga, teknik pengumpulan data terdapat kemiripan: dokumentasi, kepustakaan, dan penelusuran data berbasis *online*. Penelitian ini menggunakan observasi, namun juga dalam praktiknya mencari sumber-sumber *online*. Hal lain yang mirip atau sama adalah analisis isi teks media pada penelitian pertama dengan penelitian ini yang menggunakan analisis isi dengan pendekatan tematik. Kedua hal ini kiranya sama-sama sebagai metode untuk mendapatkan gambaran isi dari teks atau data.

Hal yang membedakan dari ketiga penelitian terdahulu adalah kerangka teori atau kerangka analisis. Penelitian pertama menggunakan Teori John Fiske

dan Roland Barthes. Penelitian kedua menggunakan kerangka teori Roland Barthes. Sedangkan penelitian ketiga menggunakan John Fiske. Dalam penelitian ini, kerangka teori atau kerangka analisis yang digunakan adalah Teori Resepsi Stuart Hall.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah resepsi yang terjadi pada penonton setelah melihat tayangan video klip *Lathi* dengan analisis resepsi Stuart Hall?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui resepsi yang terjadi pada penonton setelah melihat tayangan video klip *Lathi* dengan analisis resepsi Stuart Hall.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu akademis dan praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai resepsi penonton setelah melihat tayangan video klip *Lathi*. Penelitian ini juga diharapkan membuka kemungkinan analisis Stuart Hall dapat digunakan dalam berbagai penelitian dalam komunikasi massa. Penelitian ini juga bisa digunakan untuk menjelaskan posisi penonton dalam sebuah video klip.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pekerja dalam bidang komunikasi massa elektronik. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi masyarakat bahwa kekerasan dalam pacaran ada di sekitar kita. Masyarakat dapat memetik pesan dan nilai moral dari video klip *Lathi* melalui penelitian ini.

E. Kerangka Teori

1. Teori Resepsi Stuart Hall

Teori untuk menganalisis dalam penelitian ini adalah Teori Resepsi dari Stuart Hall. Teori ini digunakan oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah yaitu resepsi penonton yang terjadi setelah melihat tayangan dalam video klip *Lathi*. Pada bagian berikut, peneliti memaparkan Teori Resepsi Hall yang tergambarkan dalam diagram sirkulasi makna (Hall, dkk., 2005: 119-120). Pertama, struktur lembaga penyiaran, dalam konteks Hall adalah televisi, dituntut untuk menghasilkan program. Lembaga memiliki pelbagai praktik dan jaringan produksi, relasi dan infrastruktur teknik yang terorganisasikan. Di sini produksi membentuk pesan. Pada tahap ini, sirkuit atau sirkulasi dimulai. Proses produksi ini bersifat 'diskursif'. Artinya, proses ini terbingkai keseluruhannya oleh pelbagai makna dan ide. Ada tiga unsur yang berperan dalam proses ini yaitu kerangka pengetahuan, relasi produksi dan infrastruktur teknik. Terkait dengan kerangka pengetahuan, Hall menjelaskan berikut ini: pengetahuan yang digunakan terkait dengan rutinitas produksi, keterampilan

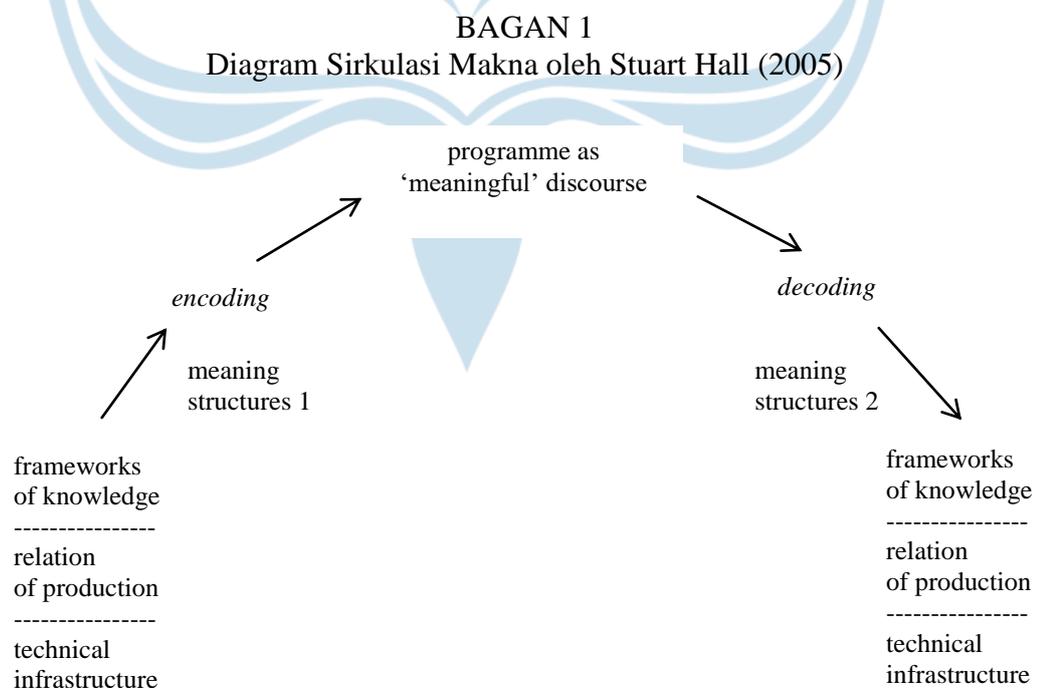
teknik yang terbentuk secara historis, ideologi profesi, pengetahuan kelembagaan, definisi dan asumsi, dan asumsi tentang penonton. Semuanya ini membingkai pembentukan program dalam struktur produksi.

Terkait dengan relasi produksi, struktur produksi televisi bukanlah sistem tertutup tetapi terbuka terhadap relasi dan masukan dari pihak luar. Konkretnya, struktur produksi mengambil topik, cara menangani peristiwa, agenda, personel dan gambaran tentang situasi penonton dari sumber luar dan bentuk-bentuk diskursif lainnya. Semua ini berada dalam konteks struktur politik dan sosio-kultural yang lebih luas. Mengutip pandangan Phillip Elliott, Hall menyatakan bahwa penonton adalah ‘sumber’ sekaligus ‘penerima’ pesan televisi (Hall, dkk., 2005: 119). Dengan posisi penonton sebagai sumber sekaligus penerima pesan, penonton dimasukkan dalam kesatuan proses produksi dengan masukan dan respon yang dikirimkan kembali kepada pembuat program televisi (produser program televisi). Dengan demikian, sirkulasi ditegaskan di sini bahwa makna dan pesan diciptakan tidak hanya oleh produser tetapi juga oleh penonton. Terkait dengan infrastruktur teknik, hal ini menyangkut peralatan dan semua instrumen yang digunakan oleh proses produksi program televisi.

Kedua, Hall menambahkan bahwa dalam proses produksi, lembaga penyiaran harus menghasilkan pesan yang diekodekan secara bermakna. Di sini Hall menyatakan sebagai ‘struktur makna 1’. Diskursus yang bermakna ini didistribusikan sebagai program siaran. Penonton menerima (mengonsumsi) dan memaknai pesan ini (*decoding*) dan hasilnya adalah ‘struktur makna 2’.

Proses resepsi oleh penonton dibingkai dengan tiga unsur yang berperan yaitu kerangka pengetahuan, relasi produksi dan infrastruktur teknik. Dengan kata lain, latar belakang penonton, pendidikan, relasi sosial dan pergaulan penonton berpengaruh dalam proses resepsi. Selanjutnya, lebih luas lagi struktur sosial, politik, ekonomi dan ideologi yang menjadi konteks hidup penonton membingkai seluruh proses resepsi penonton. Efek yang dihasilkan atas pesan yang diterima oleh penonton yaitu dapat menghibur, menggugah, mendidik dengan akibat jauh mempengaruhi kesadaran dan tingkah laku sehari-hari. Proses ini demikian kompleks karena melibatkan emosi, kognitif, ideologi dan persepsi indrawi dalam diri penonton.

Berikut ini adalah diagram sirkulasi makna dengan keseluruhan proses di dalamnya.



Sumber: Hall, S., D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis. (2005). Culture, media, language. [versi Academia], 120.

Diagram sirkulasi makna di atas berdasarkan proses pertukaran pesan yang terjadi di dalam wacana televisi (Hall, dkk., 2005: 120). Masing-masing proses dalam diagram sirkulasi makna saling berhubungan satu dengan yang lain.

Proses bagaimana pesan dibangun dalam diagram sirkulasi dapat diketahui dari pernyataan Hall berikut:

But it is also possible (and useful) to think of this process in terms of a structure produced and sustained through the articulation of linked but distinctive moments-production, circulation, distribution/consumption, reproduction (Hall, dkk., 2005: 117).

a. *Encoding-Decoding*

Proses pertama yang terjadi di dalam diagram sirkulasi makna adalah produksi. Proses produksi dimulai dengan pembentukan pesan (*encoding*) yang disesuaikan dengan ideologi televisi. Di dalam proses produksi sendiri memiliki aspek diskursif. Artinya ada pembahasan tentang makna dan gagasan secara internal. Proses bagaimana pembentukan pesan disusun tersebut juga ikut mempertimbangkan nilai-nilai dan fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat. Perlu diketahui bahwa ideologi televisi beroperasi bersamaan dengan nilai di masyarakat. Proses ini juga membutuhkan infrastruktur teknis dan peralatan sekaligus praktik produksi sesuai dengan kemampuan orang-orang di bidangnya.

Selain faktor-faktor internal seperti infrastruktur teknik, peralatan dan praktik produksi, juga terdapat faktor eksternal. Proses selanjutnya adalah dengan sirkulasi. Proses sirkulasi dijalankan oleh lingkup internal di televisi yaitu tim produksi. Yang perlu diperhatikan pada tahap ini adalah gambaran

tentang penonton. Bagaimana penonton menerima pesan dan menggunakan pesan tersebut dalam hidupnya. Penonton bisa memberi ‘masukan’. Dengan kata lain, penonton dengan masukannya disatukan dalam proses produksi. Hasil akhir dari proses produksi dan sirkulasi berupa pesan yang bermakna. Selanjutnya, pesan dikemas ke dalam format audio-visual sebagai tayangan. Pengubahan pesan ke dalam tayangan ini sebagai ‘wacana yang bermakna’. Ini dilakukan dengan praktik produksi didukung dengan perencanaan dan pelaksanaan yang matang.

Setelah pesan diubah dalam format audio-visual sebagai tayangan yang bermakna (*meaningful discourse*), kemudian didistribusikan kepada penonton. Setelah proses distribusi, selanjutnya adalah proses konsumsi. Proses konsumsi membutuhkan kemampuan penonton dalam menginterpretasikan makna dan pesan (*decoding*). Setelah proses konsumsi, selanjutnya adalah proses reproduksi.

Proses reproduksi menjadi aktif apabila penonton secara sadar mampu mengimplementasikan makna dan pesan ke dalam kehidupan yang nyata. Proses reproduksi berupa umpan balik dari penonton dalam bentuk perilaku nyata sehari-hari berdasarkan tayangan dari televisi. Penonton mengambil nilai-nilai dari hasil pemaknaan berdasarkan tayangan dari televisi. Perilaku sehari-hari yang dilakukan oleh penonton ini menjadi bahan riset televisi dalam proses produksi untuk membuat tayangan selanjutnya. Begitu seterusnya dari proses produksi, distribusi dan reproduksi membentuk sirkulasi makna.

Hasil proses produksi berupa pesan yang bermakna sebagai ‘struktur makna 1’. Karakter dari ‘struktur makna 1’ berbeda dengan ‘struktur makna 2’. ‘Struktur makna 1’ dibangun berdasarkan ideologi, etika, kode etik jurnalistik dan prinsip profesionalisme yang dilaksanakan sepenuhnya dalam televisi. Dengan kata lain, ‘struktur makna 1’ dirumuskan dan didominasi oleh pengirim pesan. Sedangkan ‘struktur makna 2’ adalah hasil interpretasi pesan oleh penonton berdasarkan pada pemahaman secara terbatas dari tayangan. Perbedaan antara ‘struktur makna 1’ dan ‘struktur makna 2’ inilah yang kerap menimbulkan distorsi dalam proses komunikasi massa.

Ada beberapa penyebab terjadinya distorsi dalam proses komunikasi massa seperti dinyatakan oleh Hall berikut ini:

The degrees of symmetry-that is, the degrees of ‘understanding’ and ‘misunderstanding’ in the communicative exchange-depend on the degrees of symmetry/asymmetry (relations of equivalence) established between the positions of the ‘personifications’, encoder-producer and decoder-receiver (Hall, dkk., 2005: 119).

Pernyataan Hall di atas menuntun peneliti untuk lebih jauh mencari unsur-unsur yang turut membingkai atau ‘mempengaruhi’ proses *encoding* dari pihak produser dan *decoding* dari pihak penonton.

b. Kode Dominan dan Profesional

Seperti yang dikatakan oleh Hall di atas, distorsi dalam komunikasi massa bisa saja terjadi. Hal ini bisa disebabkan perbedaan latar belakang ideologi, pengalaman, pengetahuan bahkan cara pandang dalam memaknai peristiwa.

Selain itu, distorsi juga bisa disebabkan oleh perbedaan posisi antara pengirim dengan penerima pesan. Perbedaan posisi antara pengirim dengan penerima pesan dipengaruhi oleh kode yang menjadi pedoman mereka.

Kode pertama adalah dominan. Kode dominan berasal dari segala macam budaya atau pengetahuan yang dijadikan acuan masyarakat dalam berperilaku. Kode dominan bisa juga diartikan sebagai akumulasi semua hal yang disukai oleh masyarakat dan menjadi dasar bertindak dalam sektor kehidupan sosial.

Kode kedua adalah profesional. Kode profesional berasal dari pengirim pesan atau dalam hal ini adalah televisi. Kode profesional bekerja dengan cara menyisipkan ideologi pengirim pesan dalam program atau tayangan di televisi.

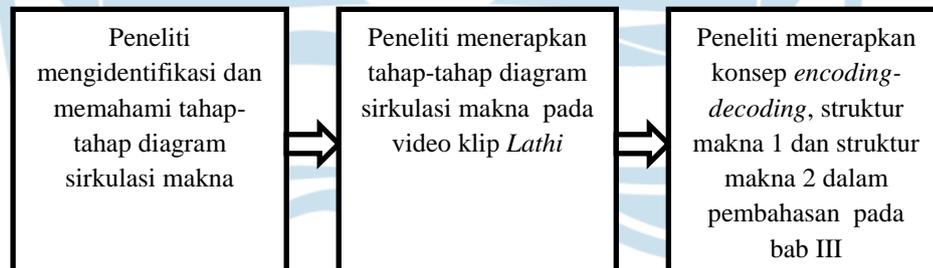
Pengelompokan penonton dibuat berdasarkan hasil pembedahan proses *decoding* dalam wacana televisi. Pengelompokan ini dibuat untuk menyelidiki distorsi di antara pengirim dengan penerima pesan dapat terjadi. Pengelompokan ini dibagi menjadi tiga posisi penonton yang ditentukan berdasarkan tingkat interpretasi dan pemahaman terhadap pesan. Hall menawarkan tiga hipotesis posisi penonton agar pertukaran komunikasi dapat berlangsung. Seperti dikatakan oleh Hall sendiri, posisi ini bersifat hipotesis. Artinya, pengelompokan posisi penonton ini perlu diuji secara empiris di lapangan (Hall, dkk., 2005: 125).

Posisi penonton yang pertama adalah dominan-hegemoni. Posisi penonton yang pertama ini mengisyaratkan adanya kesesuaian dengan kode dominan. Penonton benar-benar memahami maksud dari program atau tayangan dalam televisi.

Posisi penonton yang kedua adalah negosiasi. Posisi penonton yang kedua ini berbeda dengan dominan-hegemoni. Penonton tidak mengambil semua isi dari program atau tayangan secara mentah-mentah. Mereka menyeleksi isi dari program atau tayangan yang terdapat dalam televisi kemudian mengambilnya sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya saja.

Posisi penonton yang ketiga adalah oposisi. Posisi penonton yang ketiga ini memiliki cara yang berbeda dalam menerjemahkan isi pesan. Resepsi penonton atas makna dan pesan bisa berbeda atau berlawanan. Bahkan penonton dalam posisi ini bisa menafsirkan secara bertolak belakang sesuai dengan kepentingannya.

BAGAN 2
Alur Penggunaan Teori Resepsi Stuart Hall



Sumber: Olahan Peneliti

Pada bagan 2, langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi dan memahami tahap-tahap diagram sirkulasi makna Stuart Hall. Kedua, peneliti menerapkan tahap-tahap diagram sirkulasi makna pada video klip *Lathi*. Ketiga, peneliti fokus menerapkan konsep *encoding-decoding*, struktur makna 1 dan struktur makna 2 dalam pembahasan pada bab III.

2. Komunikasi Media Baru

Untuk melengkapi analisis Stuart Hall, selanjutnya diuraikan sekilas media komunikasi baru. Istilah ‘media baru’ mengacu pada wilayah yang sangat luas atas perubahan dalam produksi, distribusi dan penggunaan media. Sejumlah konsep untuk menentukan karakteristik ‘media baru’ telah muncul sejak pertengahan 1980-an.

a. Ciri-Ciri Media Baru

Ciri-ciri ‘media baru’ yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan dan simulasi (Lister, dkk, 2005: 13). Berikut dijelaskan sekilas masing-masing ciri tersebut. Dalam media digital, proses input semua data diubah ke dalam bentuk angka-angka. Data analog seperti teks tertulis, grafik, diagram, foto, gambar-gambar bergerak yang direkam kemudian diproses dan disimpan dalam bentuk angka-angka. Data digital ini dapat diambil ke dalam bentuk sumber-sumber *online*, disk digital, *drive memory*, yang dapat diterima di layar *display* melalui jaringan telekomunikasi (Lister, dkk, 2005: 16).

Nilai tambah berikutnya dari media baru adalah interaktif. Maksudnya, para pengguna dapat secara langsung turut campur dan mengubah gambar-gambar dan teks yang mereka akses. Dalam konteks ini, para pendengar atau penonton menjadi ‘pengguna’ yang memberi makna lebih aktif (Lister, dkk, 2005: 22).

Ciri media baru berikutnya adalah hipertekstual. Hipertekstual sebagai suatu karya yang dibuat dari unit-unit material yang berlainan yang masing-masing membawa sejumlah jalan kepada unit-unit tersebut. Karya ini adalah suatu web

(jejaring) yang terhubung di mana pengguna mengeksplorasi dengan bantuan petunjuk yang terdapat dalam desain antarmuka web tersebut. Setiap simpul yang berlainan dalam web tersebut memiliki sejumlah *link* untuk masuk dan keluar (Lister, dkk, 2005: 26).

Ciri media baru selanjutnya adalah jaringan. *The World Wide Web*, jaringan dalam suatu perusahaan, situs jejaring sosial, jaringan blog, segala jenis forum *online*, semuanya berada dalam jaringan. Jaringan ini tidak terbatas pada sambungan kabel tetapi juga yang tanpa kabel, yang bergerak seperti laptop, alat GPS, dan telepon genggam (Lister, dkk, 2005: 31).

Ciri media baru selanjutnya adalah virtual. Yang dimaksud virtual adalah realitas maya yang dihasilkan oleh teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan lingkungan hasil simulasi komputer. Imajinasi yang dihasilkan oleh komputer menjadi ruang komunikasi secara *online*. Ruang virtual digital ini sebagai simulasi dan realitas alternatif. (Lister, dkk, 2005: 37).

Ciri terakhir dari media baru adalah simulasi. Dalam literatur media baru, simulasi jarang sekali didefinisikan. Namun secara sederhana, simulasi dihubungkan dengan konsep 'imitasi' atau 'representasi'. Pendapat ini dekat dengan konsep virtual seperti disebutkan di atas (Lister, dkk, 2005: 38).

Pertumbuhan YouTube merupakan suatu perkembangan yang paling mengagumkan dari media baru yang berjejaring (Lister, dkk, 2005: 225). Menonton video lewat internet merupakan area paling cepat dari aktivitas media (Lister, dkk, 2005: 226). Kita perlu menyadari begitu banyak perubahan

telah terjadi dalam produksi, distribusi dan konsumsi media pada dua dasa warsa terakhir. Perubahan tersebut begitu luas menyangkut transformasi dalam kerja, gaya hidup, identitas dan budaya. Perubahan juga terjadi dalam bidang ekonomi, politik, masalah-masalah global dan bentuk-bentuk interaksi sosial (Flew, 2014: 2).

Media komunikasi baru, seperti jaringan komputer, teknologi digital *portable* (mudah dibawa), dan *email* memberikan sejumlah kemungkinan bagi peneliti kualitatif untuk mengimplementasikan metode tradisional untuk beradaptasi dengan situasi mutakhir dalam membangun strategi penelitian yang baru (Given, 2008: 277). Dalam tahun-tahun terakhir, para akademisi mengunggah karya-karya videonya melalui YouTube dan berbagai kerjasama secara *online* (Given, 2008: 534).

Masa kini segala sesuatu dikaitkan dengan media sosial. Jika Anda tidak terlibat dalam Facebook, YouTube, Second Life, Anda tidak terlibat dalam *cyberspace*. Media sosial memungkinkan perusahaan terlibat kontak secara langsung dengan konsumen dengan biaya yang relatif murah dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan jika menggunakan alat-alat tradisional (Kaplan & Haenlein 2010: 67). Tujuan utama komunitas konten, seperti dalam YouTube, adalah berbagi konten media di antara para pengguna, dalam hal ini berbagi video. YouTube bisa melayani lebih dari 100 juta video setiap hari (Kaplan & Haenlein, 2010: 63).

b. Manfaat YouTube

YouTube sebagai situs berbagi video *online* didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada Februari 2005 di San Bruno, California, Amerika Serikat. Mereka berhasil mengunggah video pertama kali yang bisa diakses khalayak pada April 2005. Pada Oktober 2006 Google membeli YouTube senilai 1,6 miliar USD.

YouTube memiliki sejumlah manfaat bagi penggunanya (Sutiono, n.d.). YouTube sebagai situs berbagi video *online* memberikan layanan gratis untuk mengakses dan menikmati video-video yang masuk dalam *database*-nya. Pengguna dapat mengunduh beberapa video tertentu baik untuk dinikmati langsung saat itu atau untuk disimpan. Pengguna juga dapat mengakses dan berbagi informasi seputar keterampilan praktis sehari-hari yang diunggah lewat YouTube. Hal ini menjadi kesempatan untuk *give and take* bagi para penggunanya. Seperti disampaikan oleh Jason Tedjasukmana, Kepala Komunikasi Korporat di Google Indonesia, konten yang disajikan YouTube membantu penonton memperluas pikiran mereka mengenal siapa diri mereka sesungguhnya dan mengajarkan mereka berbagai keterampilan baru (Wulandari, 2017).

Manfaat yang lain, pengguna dapat mengakses video *streaming*, baik *live* maupun tidak. Siaran televisi lokal, nasional, maupun internasional bisa diakses melalui YouTube baik yang tengah berlangsung maupun yang sudah terjadi. Selanjutnya, pengguna dapat memanfaatkan YouTube untuk mengenalkan dan memasarkan produknya. Misalnya, yang dilakukan oleh

Weird Genius untuk mengunggah video klip *Lathi* menjadi cara untuk memperkenalkan *single* terbarunya pada khalayak. Sejak dirilis pertama kali di YouTube tanggal 28 Maret 2020 hingga bulan Juni 2020 *Lathi* disaksikan sebanyak 50 juta kali di YouTube (Corbuzier, 2020). Terkait hal ini, pengguna YouTube juga bisa mengetahui respon dan komentar khalayak atas unggahan video di YouTube. Peneliti tidak menggunakan komentar-komentar video klip *Lathi*, namun mengadakan wawancara dengan sejumlah responden untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini. Perlu ditambahkan bahwa pelayanan video di YouTube dapat diakses lewat komputer desktop, laptop, tablet dan gadget yang berbasis *smartphone*.

F. Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dibahas empat hal dalam metodologi penelitian, yaitu jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif dapat menemukan dan memahami hal yang tersembunyi di balik fenomena (Neuman, 2014: 480). Penelitian kualitatif lebih banyak menggunakan ide, konsep umum bahkan tema untuk kepentingan generalisasi.

Penelitian kualitatif menghasilkan data yang bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar. Penelitian berisi kutipan-kutipan

data untuk memberi gambaran penyajian penelitian (Moleong, 2017: 11, 35). Hasil penelitian ini berupa data deskriptif. Data deskriptif dalam penelitian ini adalah resepsi dari sejumlah responden setelah melihat tayangan dari video klip *Lathi*.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara terhadap responden setelah melihat video klip *Lathi*. Sumber data sekunder ini adalah lirik dan adegan dalam video klip *Lathi*. Sumber data baik primer maupun sekunder ini berkaitan dengan data deskriptif yang telah ditemukan oleh peneliti.

Penggunaan istilah ‘data primer’ dan ‘data sekunder’ dalam penelitian ini menekankan pada proses mendapatkan data. Data primer diperoleh peneliti melalui wawancara intensif terhadap sejumlah responden setelah mereka melihat tayangan *Lathi*. Wawancara dilakukan pada tanggal 19-21 Januari 2022. Sedangkan data sekunder menegaskan bahwa data sudah tersedia yaitu sebagai tayangan *Lathi* dengan lirik, musik dan gambar-gambar visualnya. Agar terjadi sinkronisasi dalam alur penelitian, peneliti menggunakan analisis data baik primer maupun sekunder dalam kerangka Teori Resepsi Stuart Hall. Dalam kerangka teori Hall, proses dimulai dari produksi pesan (*encoding*), sirkulasi, distribusi, konsumsi dan reproduksi. Itu berarti proses analisis dimulai dari data sekunder, yaitu lirik dan adegan visual *Lathi*, kemudian baru menganalisis terhadap hasil wawancara terhadap sejumlah responden.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan tematik. Berkaitan dengan analisis isi, Hall tidak menolak atau membatasi diri untuk mengikuti petunjuk yang datang dari analisis isi. Hall menambahkan bahwa pesan yang dibangun dari proses diskursiflah yang memiliki posisi istimewa dalam pertukaran komunikasi (Hall, dkk., 2005: 118). Krippendorff (2004) menjelaskan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk membuat simpulan dari “teks” agar bisa dipahami dan sesuai konteks pembaca. “Teks” menurut Krippendorff tidak hanya karya tertulis tetapi juga hal-hal lain yang bermakna. Hal-hal lain yang bermakna ini seperti foto, gambar, karya seni, rekaman audio-video, simbol, tanda dan fenomena sejauh dapat diamati. Video klip *Lathi* termasuk dalam ranah ini. Peneliti memandang data dalam analisis isi bukan sebagai representasi kejadian fisik. Data dipandang sebagai representasi ekspresi, gambar dan teks. Representasi ekspresi, gambar dan teks diciptakan untuk dilihat, dibaca, ditafsirkan dan diambil maknanya. Karena itu teks harus dianalisis dengan akal budi (Krippendorff, 2004: 30).

Metode tematik digunakan untuk mengenali topik dari inti pembicaraan (Neuman, 2014: 482). Metode tematik adalah cara untuk mengidentifikasi, menganalisis, melaporkan tema-tema di dalam data (Braun & Clarke, 2006). Salah satu kegiatan analisis data adalah memberikan kode, selain mengatur, mengurutkan, mengelompokkan dan mengkategorikan (Moleong, 2017: 281).

3. Teknik Pengumpulan Data

Subjek dalam penelitian ini adalah responden yang sudah melihat video klip *Lathi* dan diwawancarai oleh peneliti. Sedangkan objek penelitian adalah lirik dan adegan dalam video klip *Lathi*. Berikut ini akan dijelaskan mengenai teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui pengamatan (observasi) dan wawancara. Hal ini selaras dengan yang dikatakan oleh Moleong (2017: 238). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan selain pengamatan, juga melalui wawancara intensif terhadap sejumlah responden. Selanjutnya Moleong (2017: 163, 168) menjelaskan manusia sebagai instrumen (*human instrument*) dalam penelitian kualitatif. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Peneliti merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analis, penafsir data dan juga pelapor hasil penelitiannya. Inilah yang peneliti juga lakukan dalam penelitian ini.

Teknik pemilihan responden dalam penelitian ini tidak acak tetapi dilakukan sesuai dengan tujuan dan pokok bahasan dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden yang ditetapkan oleh peneliti sebagai berikut. Responden adalah laki-laki dan perempuan, berumur 20-40 tahun, sudah menonton video klip *Lathi*, pendidikan minimal lulusan SMA atau yang sederajat dan bersedia untuk diwawancarai. Jadi, teknik pemilihan responden sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Ada empat responden yang diwawancarai peneliti.

Observasi terhadap data sekunder dilakukan dari tanggal 26 Februari 2021 hingga 26 Maret 2021 atau tepat setahun setelah video klip *Lathi* dirilis di YouTube. Data sekunder yang diamati oleh peneliti yaitu lirik dan adegan video klip *Lathi*. Berikut ini adalah tabel 1 yaitu Panduan Observasi.

TABEL 1
Panduan Observasi

Tahap I Wawancara untuk Data Primer	Tahap II Observasi Data Sekunder
Peneliti menentukan responden yang sesuai dengan kriteria	Peneliti membaca lirik dari video klip <i>Lathi</i>
Peneliti membuat panduan wawancara	Peneliti mengamati aspek visual dari video klip <i>Lathi</i>
Peneliti melaksanakan wawancara dengan responden	Peneliti mendengarkan aspek audio dari video klip <i>Lathi</i>
Peneliti mengumpulkan data primer	Peneliti menghubungkan visual dan audio dari video klip <i>Lathi</i>

Sumber: Olahan Peneliti

Metode pengumpulan data yang dapat memandu peneliti adalah metode observasi dan wawancara. Data primer berupa informasi mendalam tentang pokok bahasan dalam penelitian ini sebagai hasil wawancara peneliti dengan responden. Peneliti mengumpulkan data sekunder melalui pengamatan dan pengindraan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Konkretnya, penelusuran informasi berbasis internet atau *online*.

4. Teknik Analisis Data

Pada bagian ini, peneliti menguraikan alur teknik analisis data terhadap lirik dan data hasil wawancara dengan penonton. Moleong (2017: 280-281)

menjelaskan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola dan kategori sehingga ditemukan tema. Pekerjaan analisis data adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengkategorikannya. Jadi yang dilakukan oleh peneliti adalah proses menentukan kode, kemudian kategori dan akhirnya tema.

Menentukan kode (*coding*) adalah proses memunculkan ide dan konsep dari data mentah (Given, 2008: 85). Data mentah dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan penonton dan lirik video klip *Lathi*. Konseptualisasi menjadi cara agar data dapat dipahami.

Kode adalah label untuk menetapkan unit makna dalam proses kategorisasi dan pendeskripsian informasi yang dikumpulkan selama penelitian. Kode dapat berupa kata-kata, frasa atau juga kalimat pendek (Neuman, 2014: 480-481). Kode dapat dihilangkan, digabungkan, diubah dan dikelompokkan ke dalam subkategori. Kode digunakan untuk mengorganisasikan bagian-bagian teks ke dalam topik-topik kunci yang ditentukan oleh peneliti (Given, 2008: 85-86).

Proses pembentukan kode diawali dengan peneliti menganalisis lirik video klip *Lathi* dan juga hasil wawancara dengan responden. Pertama, peneliti membaca dan memahami lirik video klip *Lathi*. Peneliti lalu mengelompokkan ke dalam tujuh unit teks lirik *Lathi*. Bagian lirik yang dinyanyikan ulang tidak dicantumkan pada pengelompokan. Alasannya adalah karena bagian lirik tersebut sudah dicantumkan sebelumnya. Kedua, peneliti lalu membuat deskripsi berdasarkan lirik video klip *Lathi* yang sudah dikelompokkan. Ketiga, dari deskripsi tersebut peneliti menemukan gagasan atau ide-ide

penting untuk menentukan kode-kode awal. Peneliti kemudian mengerucutkan kode-kode awal tersebut ke dalam beberapa kode akhir (final). Peneliti lalu meringkas kode-kode yang sama tersebut ke dalam satu kode. Keempat, peneliti mengaitkan bagian-bagian lirik *Lathi* dengan unsur visual (adegan) yang mendukung.

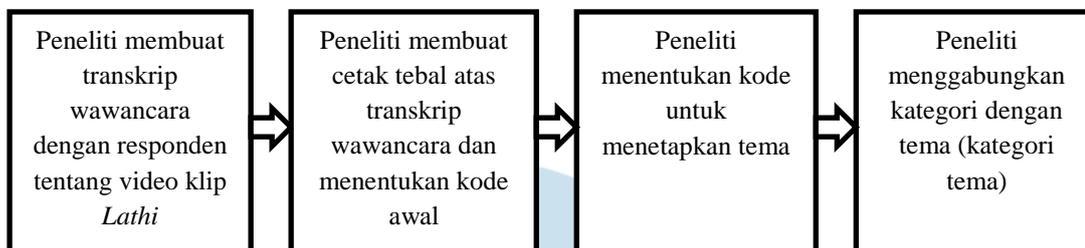
Tabel 2 di bawah ini adalah penjelasan kode-kode sesuai dengan konteks permasalahan dalam penelitian ini yaitu hubungan pacaran yang tidak sehat. Kode penampilan peneliti tambahkan karena menjadi bagian dari temuan data atas analisis isi hasil wawancara dengan responden. Meskipun tidak secara langsung berhubungan dengan permasalahan penelitian tetapi menjadi bagian utuh dari resepsi penonton terhadap tayangan video klip *Lathi*.

TABEL 2
Panduan Unit Analisis Data

No	Unit Analisis Data	Penjelasan
1	Kode Keputusan Perempuan	Menghubungkan keputusan yang dialami seorang perempuan karena mengalami kekerasan dalam pacaran
2	Kode Keinginan Perempuan	Menghubungkan keinginan perempuan dengan tujuan dalam pacaran
3	Kode Ekspresi Perempuan	Menghubungkan ekspresi seorang perempuan dengan perlawanan atas kekerasan dalam pacaran
4	Kode Kesetiaan	Menghubungkan nilai kesetiaan dengan komitmen dalam pacaran
5	Kode Kekuatan	Mengungkapkan sisi kekuatan yang dimiliki seorang perempuan dalam pacaran
6	Kode Penampilan	Menghubungkan apresiasi penonton terhadap karya seni anak bangsa yang membanggakan

Sumber: Olahan Peneliti

BAGAN 3
Alur Teknik Analisis Data



Sumber: Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif (*revision ed.*). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 281.

Setelah peneliti menganalisis data dari lirik video klip *Lathi*, langkah yang dilakukan peneliti berikutnya adalah menganalisis data hasil wawancara dengan responden. Analisis isi adalah bagian integral dari analisis data yang mencakup serangkaian kegiatan. Kegiatan-kegiatan tersebut dimulai dari mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, membuat kode dan mengkategorikan (Moleong, 2017: 281). Analisis isi dengan pendekatan tematik digunakan untuk menganalisis data hasil wawancara peneliti dengan responden sebagai data primer. Inti dari pendekatan tematik adalah peneliti mampu membawa tema sampai ke permukaan sehingga dapat dikenali secara utuh. Setelah wawancara dengan responden, peneliti kemudian membuat transkrip atas hasil wawancara. Proses berikutnya peneliti membuat cetak tebal kata-kata penting untuk menentukan kode awal dan mengelompokkannya. Peneliti kemudian menentukan kode untuk menetapkan tema. Peneliti menggabungkan kategori dengan tema. Peneliti menggunakan pendekatan induktif terhadap analisis data kualitatif. Pendekatan induktif mengharuskan peneliti bekerja dengan konsep ‘dari bawah’. Tingkat paling bawah terdiri atas kode-kode deskriptif yang diterapkan secara langsung atas data. Tingkat

berikutnya adalah peneliti mengumpulkan kode-kode yang serupa ke dalam kategori konseptual. Akhirnya, peneliti merangkum apa yang telah dipelajari ke dalam sejumlah tema interpretatif (Morgan, 2016).

Kategori dibentuk berdasarkan penggabungan kode-kode serupa sehingga memiliki makna yang lebih luas atas data penelitian. Kategori adalah suatu pengelompokan kode serupa ke dalam tempat yang sama. Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan kemiripan atau kesamaan makna dalam pengamatan peneliti (Given, 2008). Tema adalah konsep yang lebih luas dari sejumlah kategori dan berkaitan dengan masalah penelitian (Morgan, 2016). Fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah hubungan pacaran yang tidak sehat.

Berikutnya peneliti menggabungkan proses analisis teks lirik *Lathi* dengan analisis isi terhadap hasil wawancara dengan responden ke dalam satu unit analisis kategori tema. Analisis teks lirik *Lathi* menghasilkan lima kode, yaitu keputusan, keinginan, ekspresi, kesetiaan dan kekuatan perempuan. Analisis isi terhadap hasil wawancara dengan responden menghasilkan enam tema yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Seperti yang sudah dijelaskan di atas masalah dalam penelitian ini yaitu hubungan pacaran yang tidak sehat. Peneliti mengaitkan sejumlah adegan yang mendukung pembahasan mengenai *encoding-decoding* di bab III.

TABEL 3
Unit Analisis Kategori Tema

No	Kode	Kategori Tema
1	Kode Keputusan Perempuan	Penggambaran Seorang Perempuan dalam Hubungan Pacaran yang Tidak Sehat
2	Kode Keinginan Perempuan	Nilai-Nilai yang Diperjuangkan dalam Hubungan Pacaran yang Tidak Sehat
3	Kode Ekspresi Perempuan	Perlawanan Seorang Perempuan dalam Hubungan Pacaran yang Tidak Sehat
4	Kode Kesetiaan	Pesan Moral dari Video Klip <i>Lathi</i>
5	Kode Kekuatan	Kesenian Tradisional dan Seorang Perempuan dalam Hubungan Pacaran yang Tidak Sehat
6	Kode Penampilan	Karya Anak Bangsa Indonesia yang Keren Sekali

Sumber: Olahan Peneliti

Pada tabel 3 di atas peneliti menggabungkan hasil pembentukan kode lirik *Lathi* dengan hasil analisis isi terhadap hasil wawancara dengan responden ke dalam satu unit analisis. Penggabungan kedua kelompok konseptual ini menjadi bahan untuk dibahas berkaitan dengan konsep-konsep yang lebih luas dan Teori Resepsi Stuart Hall pada bab III.