

BAB II

LANDASAN TEORI

A Analisis Resepsi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) resepsi berarti penerimaan. Sedangkan analisis resepsi dapat dipahami sebagai komunikasi massa ataupun studi khalayak. Analisis resepsi berfokus pada bagaimana khalayak menerima dan memberikan pemaknaan pada sebuah pesan yang disampaikan melalui media apa saja.

Sementara itu analisis resepsi berguna untuk membedakan analisis tekstual wacana dan media dan wacana khalayak, dimana hasil dari interpretasinya merujuk pada konteks, *cultural setting* dan konteks atas isi media lain. Analisis resepsi dipakai untuk memberi makna, serta pemahaman pada teks media, memahami bagaimana karakter teks yang akan dibaca oleh publik.⁷

Kini dengan pengetahuan yang semakin mumpuni serta pesatnya perkembangan teknologi, khalayak mampu mengolah dan memaknai pesan yang diproduksi media secara mandiri. Analisis resepsi cenderung berfokus pada khalayak yang turut aktif meresepsi teks, mengamati dan mengambil kesimpulan (Alasuutari dalam Ghifari 2018)

Pengalaman hidup seseorang akan mempengaruhi referensinya dalam berfikir serta mengambil tindakan. Ketidaksamaan referensi tersebut menimbulkan pemaknaan yang berbeda-beda ketika individu menerima pesan yang sama dari media.

⁷ Fathur Rahman, Skripsi: “*Analisis Resepsi Followers Akun WWF Terhadap Kampanye Konservasi Lingkungan di Instagram*” I (Yogyakarta: UII, 2019), Hal. 12

Hal lain yang mempengaruhi seseorang dalam memberikan pemaknaan yang berbeda terhadap pesan yang sama diantaranya ialah budaya yang berlaku dalam lingkungan setempat, agama yang dianut, jenis kelamin, perbedaan gender, serta agama, kepercayaan, pendidikan, maupun latar sosial individu tersebut.⁸

Stuart Hall berpendapat, bahwa seseorang memerlukan waktu untuk mengolah sebuah pesan yang ia terima (*encoding*), selanjutnya hasil dari proses tersebut digunakan untuk memberikan pemaknaan pada pesan tersebut (*decoding*) (Alasuutari, dalam Ghifari 2018:7). Pendekatan yang digunakan dalam model encoding dan decoding milik Stuart Hall ini adalah dampak apa yang timbul dari proses pengiriman serta penerimaan pesan pada individu. Apakah makna yang diterima tersebut antara individu yang satu dengan yang lain menimbulkan dampak yang sama atau berbeda pada setiap orang.

Terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi pemaknaan yang berbeda pada setiap informasi yang diterima oleh khalayak, yaitu:

1. *Framework of Knowledge*

Penilaian seseorang berdasarkan *framework of knowledge* ini dapat dinilai dari seberapa jauh pemahaman seseorang terhadap pesan yang diterimanya. Pemahaman-pemahaman tersebut dipengaruhi oleh latar belakang yang dimilikinya dari berbagai macam sisi, seperti bagaimana latar belakang sosial, budaya, maupun pendidikan yang ditempuh.

⁸ Eravany N. Widyagari; *Analisis Resepsi Penggunaan Media Sosial untuk Pengambilan Keputusan pada Kampanye New Normal*; Jurnal Riset Komunikasi; Vol. 12 No. 2; 2021; h. 75

2. *Relation of Production*

Hubungan dalam memaknai pesan (*decoding*) dapat dilihat dari bagaimana hubungan sosial yang dibentuk oleh akun @kalis.mardiasih dengan khalayak. Dalam hubungan ini bisa ataupun tidak menemukan data pendukung.

3. *Technical Infrastructure*

Infrastruktur teknis adalah faktor *medium* yang mendukung khalayak dalam proses memaknai sebuah pesan. Tentunya akses informasi dari media apa saja yang dimiliki oleh khalayak juga bisa mempengaruhi, seperti buku, media cetak, internet, maupun media sosial.

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall yang mengkategorikan khalayak dalam melakukan penerimaan. Peneliti akan melihat bagaimana sudut pandang jurnalis daerah dalam melihat konten feminis yang diunggah di akun @kalis.mardiasih. Terdapat tiga hipotesis yang dapat diadopsi khalayak dalam memaknai konten, yaitu:⁹

1. *Dominant Hegemonic Reading*

Bagaimana membuat pesan menggunakan kode ataupun budaya dominan dalam masyarakat ketika menyampaikan melalui media. Biasanya seseorang akan menerima pesan dengan sambutan baik serta positif dan memberikan pemaknaan yang sesuai dengan harapan dari pengirim pesan.

2. *Negotiated Reading*

Pada hipotesis kedua ini terjadi proses tarik menarik, negosiasi, antara pembuat pesan dengan penerima pesan. Penerima pesan tidak menolak pesan yang disampaikan, namun juga tidak menerima sepenuhnya atau secara total.

⁹ Kirana, C.Y. "Resepsi Khalayak Terhadap Unggahan Akun Instagram". UIN Sunan Kalijaga, 2019. Hlm. 15

Terjadi proses seleksi maupun penyesuaian-penyesuaian dalam penerapan isi pesan tersebut.

3. *Oppositional Reading*

Pada hipotesis ketiga ini khalayak atau penerima pesan memberikan makna yang berbeda dari keinginan pembuat pesan. Biasanya penerima pesan memiliki pemikirannya sendiri yang berbeda dari apa yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan yang diberikan melalui media.

B Feminisme

Dari sisi etimologis, dalam bahasa latin feminisme berasal dari kata *femina*, artinya sifat kewanitaan. Kemudian dalam bahasa Inggris berubah menjadi *feminine*, yaitu yang memiliki sifat layaknya perempuan. Ketika kata *feminine* ditambahkan dengan 'ism' berubah menjadi *feminism*, kemudian berubah arti menjadi paham mengenai keperempuanan atau hal-hal tentang perempuan (Amalia, 2003: 86).¹⁰

Feminisme menurut Jenainati dan Groves (dalam Eryca, dkk, 2021) ialah suatu perjuangan untuk mengakhiri penindasan terhadap perempuan.

Menurut Tong (2009: 15), akar dari teori feminisme bermula pada keinginan adanya kebebasan dan kesetaraan secara rasional. Teori ini percaya bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki kemampuan dalam berpikir rasional yang sama. Sehingga baik laki-laki maupun perempuan harusnya memiliki hak sama. Kemudian muncul gerakan karena ketimpangan tersebut untuk memperjuangkan hak-hak perempuan, seperti misalnya pada abad ke-18 muncul gerakan agar perempuan mendapatkan pendidikan yang sama dengan laki-laki.

¹⁰ Nila Puspitorukmi. *Konstruksi Feminisme dalam Media Sosial*. 2019. (h. 7)

Kemudian pada abad-19, terdapat aksi yang memperjuangkan hak sipil dan ekonomi perempuan dan kemudian pada abad-20 organisasi perempuan mulai dibentuk untuk lebih terorganisir dalam menentang diskriminasi seksual di berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial serta personal.¹¹

Perbedaan gender pada dasarnya tidak akan menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender (*gender inequalities*). Namun, ternyata perbedaan gender tersebut telah melahirkan ketidakadilan baik bagi laki-laki dan terutama bagi perempuan. Ketidakadilan gender termanifestasikan dalam berbagai bentuk ketidakadilan, yakni: marginalisasi atau proses pemiskinan ekonomi, subordinasi atau anggapan tidak penting dalam keputusan politik, pembentukan stereotip atau melalui pelabelan negatif, kekerasan (*violence*), beban kerja lebih panjang dan lebih banyak (*burden*), serta sosialisasi ideologi nilai peran gender.¹²

Perlakuan diskriminatif, tidak setara dan ketimpangan relasi antara laki-laki dan perempuan tentu menjadi penyebab munculnya ketidakadilan gender. Gerakan feminis hadir melakukan gempuran-gempuran terhadap fenomena ketidakadilan gender, salah satunya melalui media baru (*new media*) berupa instagram dengan cara menyajikan konten-konten edukasi dan hiburan.

Feminisme mencoba untuk memperjuangkan adanya kesetaraan dalam berbagai bidang kehidupan antara laki-laki dan perempuan. Secara umum feminisme terbagi ke dalam empat gelombang, dimana masing-masing membawa

¹¹ Ibid, h. 7

¹² Dr. Mansour Fakih, "Analisis Gender dan Transformasi Sosial" (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 12

isu utamanya, meskipun semakin kesini isu yang diangkat pun semakin meluas. Empat gelombang feminisme yang dimaksud adalah sebagai berikut:¹³

Tabel 2.1 *The 4 Waves of Feminism*

The 4 Waves Of Feminism			
First Wave	Second Wave	Third Wave	Fourth Wave
1850's	1950's	1990's	2010's
<ul style="list-style-type: none"> ● Right to vote ● Right to property 	<ul style="list-style-type: none"> ● Workplace rights ● Education rights ● Domestic Abuse ● Equal pay 	<ul style="list-style-type: none"> ● Racial equality ● Sexuality rights ● Gender constructs 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sexual harassment ● Victim blaming ● Beauty standards

(Sumber: Mansour Fakih, 2013:12)

‘Feminis Islam’ tidak dikenal di dalam masyarakat islam, hal ini hanya digunakan sebagai konsep serta penanda bagi aliran feminis tertentu. Sementara itu islam memandang egaliter persoalan antara laki-laki dengan perempuan, hal ini ditunjukkan pada Q.S Al Hujurat (49):13

“Hai manusia, Kami telah menciptakan kamu dari laki-laki dan perempuan, dan Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya, yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah yang paling takwa...”

Selain itu juga terdapat pada Q.S an-Nahl (16):97

“Siapa saja, laki-laki atau perempuan, yang beramal saleh dan beriman, niscaya Kami berikan kehidupan yang baik...”

Hal ini juga ditunjukkan oleh perkataan Umar bin Khattab yang dikenal pernah (sebelum masuk Islam) mengubur anak perempuannya sendiri menyatakan:

“Kami semula sama sekali tidak menganggap (terhormat atau penting) kaum perempuan. Ketika Islam datang, dan Tuhan menyebut mereka, kami baru menyadari bahwa ternyata mereka juga memiliki hak-hak mereka atas kami.”¹⁴

C Instagram

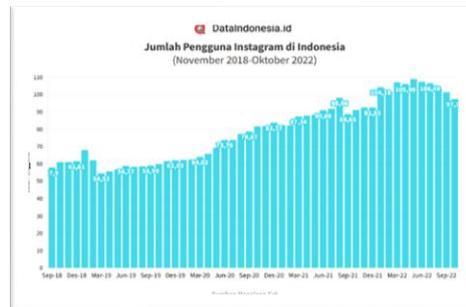
Media sosial instagram dipilih karena instagram memiliki jumlah pengguna aktif saat ini berkisar 97,38 juta per Oktober 2022 berdasarkan data dari Napoleon

¹³ Dian Pawaka dan Wahyuni Choiriyati, *Analisis Resepsi Followers @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminis* (Vol. I, No. 1, 2020) 7

¹⁴ K.H. Husein Muhammad, *Fiqh Perempuan* (hlm. 69)

Cat. Sementara itu, berdasarkan We Are Social, Indonesia merupakan negara terbesar keempat di dunia setelah India, Amerika Serikat dan Brazil dengan angka mencapai 93,6 juta pada Oktober 2022.¹⁵

Gambar 2. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia



(Sumber: dataindonesia.id, 2022)

Media sosial instagram merupakan produk dari *new media* yang banyak digandrungi oleh kalangan generasi milenial hingga generasi Z. Instagram sendiri dalam lingkup komunikasi merupakan salah satu produk dari perkembangan teknologi internet. Peran media baru dalam kehidupan bermasyarakat kini sangat penting. Hal ini didasari oleh seringnya masyarakat berbagi informasi dari kegiatan sehari-hari, politik, ekonomi, budaya, berita, tak luput juga pembahasan tentang edukasi yang berkaitan dengan perbedaan gender. Disisi lain sebagian orang kurang memahami manfaat serta fungsi media sosial, sehingga banyak orang yang menyalahgunakan media sosial.

Sebelum munculnya media baru, masyarakat menggunakan media lama (tradisional) sebagai sarana penghubung dan mendapatkan informasi publik. Media tradisional dibagi ke dalam dua jenis yaitu media cetak, seperti zine, majalah, koran, buku dan lain sebagainya, serta media elektronik seperti radio dan televisi.

¹⁵ <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2022>, diakses pada 28/12/22

Media tradisional memiliki pola penyebaran informasi dari satu sumber ke khalayak luas, sifatnya satu arah dan tidak dapat melakukan interaksi antara pengirim dan penerima pesan. Pengguna media tradisional ini tidak dapat menggunakannya dimana saja, kapan saja, fleksibel dan *real time*.

Media baru muncul karena adanya perkembangan teknologi internet. Awal kemunculan internet digunakan sebagai alat komunikasi non komersil yang kemudian berkembang sebagai alat penyedia barang dan jasa serta sebagai alat komunikasi antar pribadi, dikutip oleh Mc Quail (2011:44-45) Chastelles (2001).

Masih dalam Mc Quail (2011:45) media baru memiliki ciri dapat diakses kapanpun, dimanapun, teknologi yang digunakan berbasis internet, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, semua pengguna adalah komunikator dan tidak memiliki kontrol yang ketat. Adanya media baru, dalam hal ini internet, turut andil dalam perubahan pola komunikasi masyarakat menjadi tidak terbatas jarak dan waktu. Pandangan Dennis McQuail (2011), media sosial memiliki kelebihan dibandingkan media konvensional, diantaranya:

1. *Interactivity*, komunikasi di media baru bersifat hampir sama dengan kemampuan komunikasi interpersonal.
2. *Social presence (sociability)*, berperan besar membangun *sense of personal contact* dengan partisipan komunikasi lain.
3. *Media richness*, yaitu menjadi jembatan bila terjadi perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, serta lebih peka dan lebih personal.

4. *Autonomy*, yaitu memberikan kebebasan tinggi bagi pengguna untuk mengendalikan isi dan penggunaannya. Melalui *new media*, pengguna dapat bersikap independen terhadap sumber komunikasi.
5. *Playfulness*, yaitu sebagai hiburan dan kenikmatan.
6. *Privacy*, yaitu fasilitas yang bisa membuat peserta komunikasi menggunakan media dan isi sesuai dengan kebutuhan.
7. *Personalization*, menekankan isi pesan dalam komunikasi dan penggunaannya.

Holmes (2005, 10) media baru digambarkan memiliki karakteristik: komunikasi dua arah, tidak dapat dikontrol, demokratis, dapat menimbulkan kesadaran individu, dan tidak terpusat.

Menurut Denis McQuail (2011) dalam Idham Hawari menjelaskan, bahwasannya media baru memiliki ciri utama, yaitu adanya saling keterhubungan, khalayak individu dapat mengaksesnya sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitasnya, dapat digunakan untuk tujuan beragam karena karakter terbukanya, serta sifatnya yang dapat diakses dimana-mana.

Salah satu yang muncul karena adanya media baru ialah media sosial yang kini jenisnya sangat banyak, salah satunya ialah Instagram. Seseorang dapat mengoperasikan media sosial ketika terhubung dengan internet. Biasanya media sosial digunakan untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi antar sesama pengguna, tak terkecuali instagram. Instagram dapat digunakan di *Android*, *IOS*, untuk *iPhone*, *Blackberry*, dan *Windows Phone*. Selain itu kita dapat mengakses instagram melalui laptop dengan versi fitur yang berbeda jika menggunakannya menggunakan gadget.

Aplikasi instagram memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto, maupun video dengan durasi singkat. Selain itu instagram juga menyediakan fasilitas *live* dan jika *live* berakhir terdapat dua pilihan untuk mengunggah ulang video *live* tersebut atau menghapusnya.

Jika ingin mulai menggunakan instagram seseorang harus mendaftar dulu. Ketika pertama kali membuka fitur instagram pengguna akan disambut dengan pilihan *Sign Up* dan *Log in*. *Sign up* dipilih ketika pengguna belum memiliki akun, sehingga diwajibkan untuk mengisi data, seperti nama atau *username*, kata sandi dan lainnya. Sementara itu *Log in* digunakan ketika pengguna telah memiliki akun instagramnya, sehingga hanya perlu memasukkan *username* serta kata sandi untuk mengakses akun instagram tersebut.

Beberapa pilihan fitur di aplikasi instagram:

1. *Home*, berisi foto-foto unggahan teman atau akun yang pengguna ikuti.
2. *Search*, digunakan untuk mencari akun instagram sesama pengguna, mencari *tags*, dan tempat.
3. *Upload*, untuk mengunggah foto atau video yang tersimpan di galeri atau dapat pula mengambil foto dan video secara langsung.
4. *Activity*, digunakan untuk melihat *notifikasi* pengikut maupun aktivitas di akun pengguna itu sendiri.
5. *Profile*, berisi informasi tentang akun pengguna itu sendiri.
6. *Reals*, untuk mengunggah dan menikmati video pendek unggahan akun lain dengan berbagai pilihan audio yang tersedia.

Selain enam fitur utama diatas terdapat berbagai fitur lain di instagram.

Seseorang bisa disebut sebagai selebgram ketika memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak dari pengguna lainnya serta aktif dalam memproduksi konten. Konten dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti kata sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Baik itu disampaikan melalui medium langsung maupun tidak langsung seperti melalui Televisi, Radio, Internet, Cd audio, bahkan kini dapat diakses dengan telepon genggam.

Selebgram yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Kalis Mardiasih yang memiliki akun Instagram @kalis.mardiasih, terdapat lima konten terpilih yang akan dicari bagaimana posisi pemaknaan jurnalis terhadap pesan yang disampaikan dari kelima konten terpilih tersebut, berikut adalah gambaran kelima konten terpilih:

1. Konten pertama diunggah pada 30 Januari 2023 tentang Melawan Mitos: Cowok Jika Dikasih Cewek Pakaian Terbuka Ya Jangan Salah Kalau Dilecehin.

Konten pertama yang dijadikan unit analisis pada penelitian ini adalah sebuah audio visual yang menjelaskan bahwa stigma yang ada di masyarakat bahwa laki-laki apabila diberikan perempuan dengan pakaian terbuka tidak salah apabila melakukan pelecehan nyatanya hanya mitos belaka atau tidaklah benar.

Disini Kalis menjelaskan dengan contoh kasus yang sedang viral saat itu, yakni seorang perempuan yang dengan sengaja menggunakan pakaian terbuka kemudian mencondongkan badannya ke tiap laki-laki yang dituju, ia ingin melihat respon laki-laki tersebut, dari video itu diketahui bahwa semua laki-laki yang dituju oleh si perempuan menyatakan gestur ketidaknyamanannya.

2. Konten kedua diunggah pada tanggal 29 Januari 2023 tentang Standar Sosial Terhadap Perempuan

Konten kedua berisi pesan bahwa untuk dapat dianggap keren di dalam masyarakat seringkali perempuan harus menjadi seorang *alpha girls*, padahal gak semua perempuan itu seorang *alpha girls* atau bisa menjadi *alpha girls* entah disebabkan karena keadaannya ataupun kondisi sosial maupun yang lainnya.

Kalis ingin mengatakan bahwa walaupun kita tidak bisa menjadi seorang *alpha girls* seorang perempuan tetaplah bisa menjadi keren dengan apapun kondisinya, dengan pencapaian yang sekecil apapun itu. Menurutnya ketika perempuan sudah berusaha *survive* dan mencoba berdaya dengan hidupnya yang serba terbatas, itu juga keren.

3. Konten ketiga diunggah pada tanggal 27 Januari 2023 tentang Relasi Kuasa Penyebab Kekerasan Seksual.

Konten ketiga berisi pesan bahwa penyebab utama adanya kekerasan baik secara verbal, psikis, ekonomi, fisik termasuk di dalamnya kekerasan seksual adalah adanya relasi kuasa. Sumber dari kuasa itu sendiri bisa berasal dari latar belakang, pendidikan, identitas gender, status sosial jabatan, pekerjaan, keturunan, penampilan bahkan hingga kekuatan fisik seseorang.

4. Konten keempat diunggah pada tanggal 22 Desember 2022 tentang “Empati” Hari Pergerakan Perempuan Indonesia

Konten keempat berisi pesan bahwa dasar dari etika feminis adalah sebuah empati. Empati membuat kita menjadi lebih banyak mendengar cerita

sesama perempuan. Pada kesempatan ini Kalis juga menyisipkan ucapan selamat hari pergerakan perempuan Indonesia yang sudah terjalin sejak 1928.

5. Konten Kelima diunggah pada tanggal 20 Desember 2022 tentang Ibu atau Perempuan yang Sudah Menikah Dilarang Suami Bekerja.

Pesan yang disampaikan pada konten kelima ini berisi bagaimana Kalis Mardiasih seringkali mendapatkan curhatan dari ibu-ibu yang dilarang suaminya bekerja. Meskipun hanya ingin mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah. Menurutnya hal tersebut dikarenakan masih kentalnya budaya patriarki di masyarakat. Sehingga laki-laki atau suami terkadang merasa takut dianggap tidak dapat memenuhi kebutuhan keluarga, atau bahkan merasa kejantanannya terluka.

D Jurnalis

Jurnalis adalah seseorang yang bertugas mengabarkan suatu informasi atau kejadian melalui media massa kepada publik atau khalayak luas. Jurnalis disebut juga sebagai wartawan atau juru warta. Menurut KBBI, wartawan adalah orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat dalam surat kabar, majalah, radio dan televisi.

Yosep menyatakan, terdapat tiga sebutan yang berbeda untuk satu profesi yang sama, yaitu jurnalis, wartawan dan reporter. Makna dari ketiga sebutan tersebut adalah profesi yang bertugas mencari, mengumpulkan, menyeleksi dan menyebarkan informasi kepada khalayak melalui media massa.¹⁶

Selain untuk mencari dan mempublikasi sebuah berita jurnalis juga bertugas memberikan informasi, mendidik dan menjadi agen pembaharu. Selain itu ia juga

¹⁶ Jani Yosef, "To Be A Journalist" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 43

bertugas memberikan hiburan kepada masyarakat, sebagai penafsir dan wakil publik serta advokasi.¹⁷

Empat kemampuan yang harus dimiliki seorang jurnalis diantaranya adalah harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan memiliki wawasan yang luas. Kedua, memiliki kemampuan menulis khususnya menulis berita. Ketiga, *up to date* dengan informasi terkini, hal ini berguna untuk menggali informasi lebih lengkap. Keempat, memiliki *attitude* yang baik dengan menaati kode etik jurnalistik serta memahami etika dalam membuat sebuah berita.¹⁸

¹⁷ <https://www.gamedia.com/literasi/jurnalis/>, diakses 05 januari 2023

¹⁸ <https://www.gamedia.com/literasi/jurnalis/>, diakses 05/02/2023