

**Pemaknaan Konten Youtube Fadil Jaidi Tentang Adab Kepada Orang Tua (Studi Resepsi pada Subscriber Millennial)**

*Fadil Jaidi's Meaning of Youtube Content About Adab to Parents (Reception Study on Millennial Subscribers)*

**Dini Wahdiyati, Kiki Ovita Violina**

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Jakarta, Indonesia

Email: [diniwahdiyati@uhamka.ac.id](mailto:diniwahdiyati@uhamka.ac.id)

---

**Artikel info**

**Artikel history**

Diterima : 25-01-2023

Direvisi : 10-02-2023

Disetujui : 20-02-2023

**Kata Kunci:** Pemaknaan; Penerimaan; Analisis Resepsi; Teori Resepsi Stuart Hall; Penonton Millennial; Youtube

**Keywords:** *Meaning; Reception; Reception Analysis; Stuart Hall Reception Theory; Millennial Audience; Youtube*

---

**Abstrak**

Youtube memang menjadi substitusi sarana menonton konten yang dapat melampaui televisi. Keunggulan Youtube sebagai media menonton adalah menyajikan tayangan tematik yang bisa bertalian sangat erat dengan penontonnya sesuai minat masing-masing. Dengan demikian media era ini sangat intim dengan para penggunanya begitu pula dengan pengaruhnya yang akan lebih berganda. Penelitian ini mengkaji pemaknaan penonton Millennial subscriber kanal Youtube Fadil Jaidi yang menyajikan konten berupa aktivitas dan interaksinya yang jenaka dengan melibatkan ayahnya sebagai daya tarik konten. Subscriber Millennial sebagai objek amatan dipilih karena merupakan penonton yang native terhadap media Youtube. Fokus penelitian ini melihat pemaknaan khalayak penonton konten episode “Ceritanya Jadi Anak Gaul” diarahkan pada bagaimana pemaknaan isi konten tentang adab terhadap orangtua dalam konten tersebut yang dikaji melalui teori resepsi Stuart Hall dan metode analisis resepsi. Penelitian ini menemukan penonton Millennial Dominant hegemonic menerima konten ini sebagai alternatif hiburan, Penonton Negotiated position melihat lebih selektif pada kedua sisi yakni positif dan negatif dari konten tersebut sedangkan penonton Opposition memaknai dengan menolak perilaku dalam konten karena dianggap kurang beradab pada orangtua. Adapun faktor penerimaan Dominant hegemonic, Negotiated position dan Opposition dipengaruhi oleh faktor identitas budaya, lingkungan dan pengalaman serta latarbelakang pengasuhan masing-masing reseptor.

**Abstract**

*Youtube is indeed a substitution for a means of watching the content that can surpass television. The advantage of Youtube as a viewing medium is that it presents thematic shows that can be very closely related to the audience according to their respective interests. Thus the media of this era is very intimate with its users as well as its influence which will be more multiplying. This research examines the meaning of millennial viewers subscriber to Fadil Jaidi's Youtube channel who presents content in the form of witty activities and interactions by involving his father as a content attraction. Millennial subscribers as objects of warning were chosen because they are native viewers of Youtube media. The focus of this study looked at the audience meaning of the content of the episode "The Story Becomes a Slang Child" directed at how the meaning of the content about adab towards parents in the content was studied through Stuart Hall's reception theory and reception analysis methods. This research found that Millennial Dominant hegemonic audiences accept this content as an alternative to entertainment, Negotiated position viewers see more selectively on both sides, namely the positive and negative of the content while Oposition viewers interpret by rejecting behavior in the content because it is considered less civilized to parents. The dominant hegemonic acceptance factor, Negotiated position and Oposition*

*are influenced by cultural identity factors, environment, experiences and parenting backgrounds of each receptor.*

**Koresponden author:**

**Dini Wahdiyati**

Email:

diniwahdiyati@uhamka.ac.id

artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi

CC BY SA

2022



## **Pendahuluan**

Era komunikasi saat ini mengabungkan antar pengguna media dengan jangkauan super luas dan cepat sehingga informasi yang diterima sangat cepat dan beragam. Sejalan dengan yang diungkapkan Danis Mc Quails, *Mass communication, in the sense of a large-scale, one way flow of public content, continues unabated, but it is no longer carried only by tradisional mass media* (Deuze & McQuail, 2020). Ramalan tentang teknologi komunikasi yang dituliskan Straubhaar dkk pun telah terbukti kini. Mereka pernah menyebut *the future of the Internet shaped not only by changes in network transmission technology that move those packets at ever-higher speeds, but also by the software that's are used in internet transactions. Everything from music (MP3s) to telephone calls, VoIP to video is being transmitted over the internet, and more is come* (Straubhaar et al., 2015). Menurut (Permana & Mahameruaji, 2019), Youtube merupakan salah satu artifak teknologi yang terbentuk dari proses teknologi transmisi jaringan tersebut.

Kini berbagai konten dapat ditonton di Youtube. Penontonnya bisa menonton apapun yang sesuai dengan kriteria yang diminati. Youtube sebagai media baru mampu menjadi substitusi media yang menyajikan tontonan menggantikan televisi karena keunggulannya yakni menghadirkan Audience Engagement yakni keterpautan di antara media dan khalayaknya sehingga pesan medianya lebih efektif dan menginternalisasi. Seperti diuraikan Philip M. Napoli dalam (Mayasari, 2018), *Audience Engagement* mengacu pada; *a scale indicating the degree to which a consumer is likely to or has internalize a communications; Emotional connection; the net effect of attentiveness to a program and an ad that brings about a measurable impact; Getting the right message in front of the right audience at the right time; Collective, qualitative experience with content.*

Youtube, merupakan salah satu media sosial yang sangat menarik perhatian karena Youtube dapat dinikmati semua kalangan masyarakat khususnya para millennial (Christian, 2019). Diungkapkan Nasrullah Youtube termasuk salah satu *platform media sharing* yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar dan sebagainya (Rulli, 2017). Menurut (Tasruddin & Astrid, 2021), khalayak media kini lebih memilih menonton melalui layanan streaming seperti Youtube dibandingkan melalui media konvensional seperti televisi. Youtube merupakan situs yang digunakan untuk berbagi video, mengunggah video, menyimpan Youtube sendiri didirikan pada juni 2005, oleh Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim (Stellarosa et al., 2018). Di antara para Youtuber asal Indonesia yang kondang dan memiliki penghasilan tinggi yang dihasilkan dari kontennya yaitu Raffi Ahmad, Ria Ricis, Atta Halilintar, Adre Taulani dan masih banyak lagi . Konten youtube

yang paling banyak digemari masyarakat Indonesia sendiri merupakan konten hiburan (Cecariyani & Sukendro, 2018) seperti konten makan-makan yang dikenal dengan *Mukbang* misalnya seperti milik Farida Nurhan, konten ulasan riasan milik Tasya Farasya yang lebih dikenal sebagai *Beauty vloger* atau pula Samsoliese yang menyajikan konten permainan dan tantangan. Namun ukuran kepatutan, layak dan tidak layak ditonton, menimbulkan pengaruh baik atau tidak baik menjadi bagian yang harus dikelola oleh penontonnya secara bijak dan mandiri.

Dari banyak konten yang menyajikan hiburan, konten youtube Fadil Jaidi saat ini juga banyak dicari masyarakat Indonesia, karena Fadil menyajikan konten berbeda yang melibatkan kehidupan kesehariannya di rumah dan keakraban bersama keluarga terutama bersama ayahnya. Kanal youtube Fadil Jaidi kini telah mencapai 4,73jt *subscriber* dan telah mengunggah sebanyak 148 video (per Januari 2023). Banyak yang menyukai konten yang dibuat oleh Fadil Jaidi karena kejenakaan dalam tiap interaksi dengan ayahnya dalam konten-konten yang diunggahnya mampu membuat penontonnya terhibur.

Namun di sisi lain, ada juga penonton yang beropini tentang perilaku jaidi Fadil Jaidi dalam konten-kontennya sebagai perilaku kurang ajar terhadap ayahnya. Seperti dalam konten yang bertajuk; OMETV with Papa dan Faiz, terdapat *scene* Ayah Fadil berinteraksi melalui OMETV dan menyapa beberapa orang yang ditemuinya secara virtual. Di sana beberapa orang mengenalinya sebagai Pak Muh dan mengatakan “Bapak Fadil Jaidi ya?”, “Fans Bapak ini”, “Bapak artis Tik Tok kan?” “yang anak Bapak kurang ajar itu Pak? Yang sering ganggu Bapak, yang cowok?” Konten Fadil Jaidi memang kerap melibatkan keluarganya khususnya ayahnya yang menjadi objek kejaiban Fadil oleh karena itu perilaku Fadil Jaidi dalam kontennya menjadi perhatian sekaligus memunculkan pro dan kontra di kalangan penontonnya.

Peneliti melihat pro dan kontra yang muncul menarik untuk dikaji lebih dalam melalui analisis resepsi agar dapat memahami bagaimana pemaknaan penonton millennial pada konten Youtube Fadil Jaidi tentang adab terhadap orangtua. Penelitian ini menjadi penting karena dari pemaknaan tersebut kita dapat melihat perspektif nilai dan norma yang dianut oleh generasi millennial dan memastikannya dapat menjadi acuan nilai-nilai kebaikan di masa depan yang tetap dilestarikan khususnya adab terhadap orangtua selain bagaimana proses pemaknaan yang terjadi pada fase *encoding* dan *decoding* terimplementasikan.

Sebagai pembandingan penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Mega Pertiwi, dkk (2020) dimuat dalam jurnal Audiens, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru” menemukan penerimaan dari tiga adegan konflik yakni pada adegan konflik pertama dan kedua penerimaan khalayak didominasi oleh yang berarti pesan diterima sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh sumber sedangkan pada konflik yang ketiga penonton menerimanya dengan *oppositional position* yang berarti penonton menyangkal pesan dominan dan memiliki acuan alternatif. Riset sejalan selanjutnya dilakukan peneliti lainnya yakni Adlina Ghassani dan Catur Nugroho dengan judul Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out) menemukan hasil pemaknaan yang berbeda dari tiap reseptor yang meresepsi film Get Out tersebut. Dari tujuh unit analisis adegan yang dimaknai para reseptor posisi penonton dalam penerimaan mereka terhadap rasisme di film Get Out didominasi oleh posisi oposisi dan beberapa dalam posisi hegemonik dominan. Selain itu setiap adegannya mengandung materi rasisme yang berbeda-beda (Ghassani & Nugroho, 2019). Penelitian

resepsi lainnya juga dilakukan Sofiana Santoso, dimuat dalam *Jurnal Komuniti*, Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2020 lalu. Penelitian tersebut menemukan bermacam interpretasi khalayak dalam memaknai berita kasus Meiliana tentang konflik multikultural di media online sekaligus menemukan faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi penerimaan khalayak terhadap teks (Santoso, 2021).

Dari ketiga penelitian terdahulu persamaan riset ini dengan yang lainnya adalah sama-sama mengkaji resepsi khalayak sebagai fokus analisis. Selain itu dua dari tiga riset serupa juga mengkaji materi sebuah tayangan. Namun perbedaan dan nilai tambah penelitian ini dari beberapa penelitian sebelumnya adalah pada jumlah reseptor diwawancara jauh lebih banyak dari riset-riset sebelumnya sehingga akan memberikan perspektif lebih kaya dan beragam. Selain itu jumlah reseptor yang lebih banyak akan menunjukkan diferensiasi proporsi dari pembagian ketiga kategori resepsi yang *dominant hegemonic position*, *negotiation position*, dan *opposition position* yang khas para penelitian resepsi.

### **Youtube sebagai Media Baru**

Youtube merupakan media baru yang memberikan kebebasan penggunaannya untuk memproduksi, menyebarkan dan mengkonsumsi segala bentuk informasi. Youtube bisa dibilang media baru karena bentuk dari teknologi komunikasi bermedia, dimana keberadaannya muncul bersama dengan teknologi digital. Nasrullah (dalam Panuju, 2018) mendefinisikan interaksi maupun interaktif ialah konsep yang kerap digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital serta media tradisional yang memakai analog. Kedatangan teknologi data serta komunikasi paling tidak bisa memudahkan untuk siapapun yang memakai teknologi untuk berhubungan tanpa terdapatnya batas.

Istilah media baru digunakan di mana-mana dalam berbagai cara. Ketiga aspek media baru ini muncul berulang kali dalam literatur bersama dengan teknologi dan praktik lain yang lebih spesifik seperti kolaborasi, digitalisasi, telekomunikasi. Penggunaan kata "baru" menyiratkan faktor waktu, jadi mungkin masuk akal untuk mendefinisikan istilah dalam konteks temporal. Akan selalu ada sesuatu yang "baru" yang mungkin akan menjadi hal yang baik untuk menghentikan kata baru, dalam konteks ini pilihan yang lebih baik adalah media jaringan. Teori media baru ialah suatu teori dibesarkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan media baru merupakan teori yang mengulas mengenai pertumbuhan media. Teori media baru menjelaskan interaksi sosial yang membedakan media bagi kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *world wide web* (www) selaku suatu data terbuka, flaksibel, serta dinamis.

Media baru yang membolehkan orang untuk membuat, memodifikasi, serta berbagi dengan orang lain, dengan memakai perlengkapan yang simpel semacam pc serta mobile dengan akses internet. Terdapat 2 aspek mendasar pertumbuhan media baru awal; Digitalisasi, ialah pesan yang di informasikan dalam wujud bacaan yang diganti jadi serangkaian kode- kode digital serta bisa dibuat, dikirim pada penerima ataupun ditaruh. Kedua; Konvergensi, ialah penyatuan seluruh wujud serta peranan media yang sepanjang ini berdiri sendiri baik dalam proses organisasinya, distribusi, penerimaan, regulasi, ataupun guna selaku sumber data serta hiburan (Kiráľová & Pavlíček, 2015).

Media baru pula diisyarati dengan terdapatnya konvergensi media. Yang secara struktural ada 3 integrasi ialah, telekomunikasi, informasi komunikasi serta komunikasi massa dalam satu medium (Karim, 2016). Media baru mengganti peranan media komunikasi interpersonal, baik

komunikasi kelompok ataupun komunikasi massa. Perihal ini melampaui guna serta wujud media massa yang terdapat sepanjang ini, ialah media cetak serta elektronik (tv serta radio). Pada media ada bermacam- macam fitur yang ialah konsekuensi serta karakteristik konvergensi, antara lain, 1) Media Online, merupakan segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. 2) Website, merupakan halaman yang merupakan satu alamat dominan yang berisi informasi, data, visual, audio, aplikasi, dan halaman web lainnya. 3) Media Sosial, bagian dari Media Online yang berfungsi sebagai forum online, sarana interaksi sosial, pergaulan, pertemanan dari orang-orang seluruh dunia baik melalui facebook, twitter, instagram, youtube, linkedln dan media sosial lainnya.

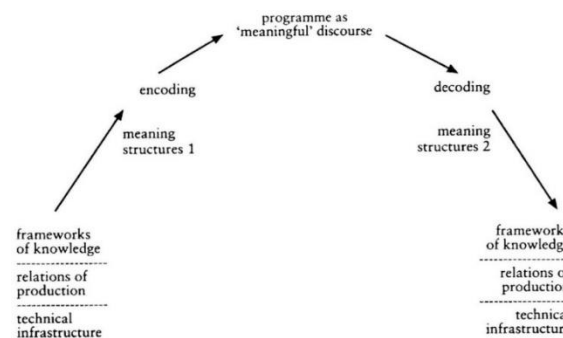
Media baru membuat khalayak lebih mudah menyampaikan dan menerima pesan karena prosesnya yang serempak dan dapat dijangkau dengan luas berlipatkali lebih luas jangkauan dan kecepatannya dari media konvensional sebelumnya.

### Teori Resepsi Stuart Hall

Dari segi terminologi, resepsi diartikan sebagai ilmu keindahan yang didasarkan pada tanggapan pembaca terhadap karya tersebut. Dapat disimpulkan bahwa resepsi merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari teks atau kata-kata yang berpusat pada pembaca untuk melihat tulisan, dan membuat Tanggapan (Pradopo, 2021). Dalam Teori Arti (Resepsi) Stuart Hall (dalam Ghassani & Nugroho, 2019), analisis resepsi berfokus pada kajian makna, produksi, dan pengalaman penonton ketika berinteraksi dengan teks media. Peran positif khalayak dalam memaknai teks media dapat dilihat dari premis model encoding-decoding Stuart Hall yang menjadi dasar analisis penerimaan. Menurut Hall, peristiwa yang sama dapat dikirim atau diterjemahkan dalam berbagai cara, dan informasinya selalu berisi lebih dari satu pembaca.

Tujuan pesan dan arahan pembaca benar adanya, tetapi itu tidak akan menutup hanya satu pembaca saja. Mereka masih polisemi (secara prinsip masih memungkinkan munculnya variasi interpretasi). Memahami pesan juga merupakan praktek yang problematik, sebagaimana itu tampak transparan dan alami. Dalam penyampaian pesan secara satu arah kemungkinan diterima atau dipahami dengan cara yang berbeda.

Konsep Hall sendiri memaknai bahwa setiap tahap akan mempengaruhi tahap selanjutnya dan akhirnya pesan yang diciptakan akan terbawa sampai akhir produksi. Namun setiap tahapan bersifat independen karena dapat dianalisis secara terpisah. Storey (dalam Fathurizki & Malau, 2018) menyederhanakan konsep Hall menjadi tiga bagian, ketiga tahapan tersebut mengacu pada diagram persebaran makna milik Stuart Hall, sebagai berikut :



Gambar 1. Model *Encoding-Decoding* Stuart Hall

Sumber: Meenakshi Gigi, hlm 18

Proses *encoding-decoding* memperlihatkan bahwa teks merupakan suatu wacana yang memiliki banyak makna. Teks-teks itu memainkan gambar-gambar 'komunitas pertambangan tradisional' yang sudah dikenal dan usang. Namun ada juga suara naratif yang ngotot yang mencoba untuk mencegah citra yang nyaman dari penutupan sejarah dengan memberikan masyarakat sebuah infleksi utopis. Teori ini difokuskan pada aktivisme komunitas: Rhondda sebagai komunitas yang mengungkapkan 'nilai-nilai terbaiknya tentang bertetangga, ketahanan, keinginan untuk bertahan hidup, bersama-sama.

Dengan menggunakan teori *encoding/decoding* Stuart Hall, ada tiga karakteristiknya yaitu *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*.

*Dominant-Hegemonic Position*; Penggunaan dominan/hegemonik kemungkinan besar akan menggunakan objek karena keterjangkauannya yang terlihat; di sini, keterjangkauan yang dibayangkan media dan pengguna selaras. Penggunaan oposisi mungkin mengambil keuntungan dari individu tersembunyi atau bahkan mencoba untuk mengubah individu palsu menjadi individu yang sebenarnya; dengan kata lain, pengguna mungkin membayangkan keterjangkauan yang sangat berbeda dari para desainer. Kita bahkan mungkin membayangkan kepasifan dalam menggunakan media interaktif sebagai penggunaan teks yang berpotensi bertentangan. Dan seperti pembacaan yang dinegosiasikan, penggunaan yang dinegosiasikan mungkin berada di antara kemampuan yang terlihat dan tersembunyi. Penggunaan yang dinegosiasikan mengeksplorasi kemungkinan keterjangkauan teknologi, apakah sengaja disertakan oleh media atau tidak. Dan di sepanjang semua ini, penting untuk mengingat perbedaan daya di antara mereka yang merancang teknologi ini dan yang menggunakannya. Indikator Penerima Dominan yakni; Penonton menerima pesan dan memiliki pemahaman yang sama.

*Negotiated Position*; seperti penonton yang dinegosiasikan, penggunaan yang dinegosiasikan mungkin berada di antara kemampuan yang terlihat dan tersembunyi. Penggunaan yang dinegosiasikan mengeksplorasi kemungkinan keterjangkauan teknologi, apakah sengaja disertakan atau tidak. Dan di sepanjang semua ini, penting untuk mengingat perbedaan daya di antara mereka yang merancang teknologi ini dan yang menggunakannya. Indikator penerima negosiasi yakni; penonton melakukan kombinasi, Penonton melakukan seleksi, penonton tidak langsung menerima.

*Oppositional Position*; Ketiga adalah pembacaan oposisi di mana penonton menerjemahkan pesan dengan cara yang berlawanan seperti yang dimaksudkan oleh produser. Yang penting, Hall mengemukakan melalui model ini bahwa ketidaksetaraan sosial, sebagian besar dalam hal posisi kelas, membentuk posisi penonton ini karena mereka yang relatif tidak berdaya, mereka yang mengontrol media adalah mereka yang cenderung mendorong kembali makna dominan. dari teks. Indikator Penerima Oposisi yakni; Penonton tidak menerima pesan, mengganti dan mengubah cara pikir, penonton menolak makna pesan.

Seperti yang kita ketahui, media bukanlah faktor utama yang menentukan teks itu diproses dan dimaknai oleh penonton. Namun ada faktor lain yang menjadi pemicu, seperti pengalaman dan faktor internal dari penonton itu sendiri yang menentukan bagaimana makna pesan yang diterima dari media tersebut. Dengan begitu penonton akan memiliki pemaknaan yang berbeda satu dengan yang lain terhadap pesan dari media.

Resepsi model *encoding-decoding* oleh Stuart Hall, mencoba menjelaskan bahwa dalam analisis penerimaan penonton yang ada dalam penelitian ini yaitu *subscriber milenial Youtube*

Fadil Jaidi. Agar dapat dengan leluasa untuk membaca, melihat, dan mendengar apa yang mereka lihat di media sosial tersebut. Kebebasan tersebut dapat juga terhadap proses seleksi pada jenis pesan atau informasi yang diterima.

### **Budaya dan Adab Terhadap Orangtua**

Kata budaya tidak asing bagi kita namun tidak dapat dipungkiri budaya kerap kali diidentikan terkait etnisitas, ras ataupun bangsa. Seperti yang diungkapkan dalam Selain itu budaya juga dilekatkan dengan seni. Seni music, tari dan seni-seni lainnya. Tentu tak salah karena budaya adalah seni dan semua hasil prestasi intelektual manusia yang dilakukan secara kolektif. Dikutip dari Koentjaraningrat, 1988; budaya adalah wujud yang meliputi gagasan, kelakuan dan hasil kelakuan. Disimpulkan pula oleh Dayakisni dan Yuniardi bahwa budaya lenih dari sekadar suatu produk yang massif melainkan hidup dinamis dan menjadi bagian internal tak terpisahkan dari manusia (Tri & Salis, 2022).

Sedangkan Adab adalah diterangkan oleh peneliti Rahendra Maya dalam Jurnal Edukasi Islami bahwa dalam perspektif Islam Akhlaq atau Adab merupakan nilai (sifat) kemanusiaan berupa sikap dan perilaku yang kemudian menjadi watak, kepribadian, budi pekerti, etika, moral atau karakter (Maya, 2017). Dari uraian konsep budaya dan adab dapat kita lihat pertaliannya bahwa adab merupakan hal yang nilai kemanusiaan yang penuh kebaikan yang didapat dari pembiasaan yang dilakukan dan pengalaman yang dialami dalam melakukan kelakuan yang disebut Koentjaraningrat tadi. Maka dapat disimpulkan tanpa pembiasaan adab tidak dapat dibentuk. Begitulah kemudian mengapa adab terhadap orangtua selalu dicontohkan dan diajarkan sedari kecil.

Seperti pula budaya akan berbeda di tempat yang berbeda maka kerangka acuan adab terhadap orangtua juga akan berbeda di lain tempat. Misalnya di Indonesia menyapa orangtua dengan Ibu atau Bapak meski bukan orangtua dalam arti biologis. Hal ini terjadi karena adab terhadap orangtua menjadi penting. Sedangkan di budaya orang Barat menyapa orangtua yang tidak memiliki hubungan biologis, hanya disebut namanya saja maka sudah dianggap sopan namun tidak demikian di Indonesia. Jika menyapa atau menyebut orangtua meski bukan orangtua dalam makna biologis memanggil namanya saja saat bertemu termasuk tindakan yang tidak sopan atau tidak beradab terhadap orangtua.

Pemahaman inilah yang kemudian akan menjadi acuan bagaimana kemudian para reseptor dalam penelitian ini akan memiliki pemaknaan berbeda-beda bergantung pada bagaimana budaya memengaruhi pengalaman dan lingkungan mereka.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan menerapkan metode analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian resepsi memfokuskan studi pada penerimaan penonton khususnya melihat bagaimana kesesuaian makna pesan di antara penggagas dan penerima pesan yang diuraikan dalam rentang pemrosesan pesan dalam fase *encoding* dan *decoding*. Pemaknaan yang muncul dari khalayak selaku penonton didapatkan dari ranah pengalaman dan nilai yang melekat. Itu sebabnya penelitian ini juga dapat melihat faktor-faktor yang melatarbelakangi resepsi khalayak sekaligus. Adapun reseptor penelitian ini merupakan kalangan millennial yang menjadi penonton subscriber kanal Youtube Fadil Jaidi yang berhasil diwawancarai sebanyak 10 penonton. Millennial dipilih sebagai objek analisis

karena kalangan millennial merupakan kalangan yang akrab dengan media Youtube dan termasuk *native user*.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis resepsi penonton subscriber millennial pada konten youtube Fadil Jaidi episode “Ceritanya Jadi Anak Gaul” tentang adab terhadap orangtua diuraikan dalam table analisis berikut ini;

**Tabel 1. Analisis Resepsi Penonton Konten Youtube Fadil Jaidi Episode “Ceritanya Jadi Anak Gaul”**

No	Reseptor	Dominan Hegemonic	Negosiasi	Oposisi	Pemaknaan
1.	NJM		✓		Sebagian konten menghibur sebagian lagi tidak merasa terhibur
2.	MK	✓			Menganggap konten menarik
3.	AFH		✓		Selektif dengan melihat dampak positif atau negatif dari konten
4.	KR		✓		Merasa tidak selalu menghibur, ada yang menghibur ada juga yang dianggap melewati batas kepatutan
5.	NSZ	✓			Perilaku dalam konten adalah candaan saja bukan hal serius atau sungguhan.
6.	LC	✓			Sebagai konten hiburan perilaku dalam konten dianggap bukan masalah.
7.	WAY			✓	Menolak perilaku dalam konten
8.	ADO			✓	Tidak membenarkan perilaku dalam konten
9.	IS			✓	Menganggap konten tidak bermanfaat
10.	AFR	✓			Tidak masalah untuk sekadar hiburan dan bukan sungguhan

### Penerimaan *Dominant Hegemonic Position*

Penonton kategori penerimaan dominan ditemukan pada tiga reseptor yaitu 2, 5, 6, dan 10. Menurut reseptor 2, dan 5 konten Fadil Jaidi dimaknai; pertama sebagai konten yang menarik mengenai konten karena jarang sekali *youtuber* yang bukan dari kalangan selebritis melibatkan keluarga sebagai objek konten khususnya menampilkan Ayah yang kerap disegani dan selalu memperlihatkan keharmonisan bersama keluarga. Karena kedekatan juga latarbelakang kultural keluarga ini satu sama lainnya kerap menggunakan kata sapaan seperti *gue-elu* sebagai candaan, hal ini tidak mempermasalahkan asal dalam konteks yang tidak berlebihan.

“Konten Fadil menjadi salah satu alternatif ketika saya sedang stres atau galau, kalau saya nonton kontennya Fadil itu bakal ngehibur saya banget. Tapi kembali lagi pada penerimaan masing-masing ya, Cuma kalau saya sendiri melihat itu ya bener-bener cuma untuk menghibur penontonnya aja, gak ada maksud lain. Bahkan beberapa kali saya share videonya kalau itu bener-bener lucu.”



Dari pernyataan informan 2 yang menganggap konten Fadil Jaidi murni untuk menghibur subscriber-nya tidak ada maksud tertentu apalagi mengajarkan hal-hal negatif kepada penontonnya karena penonton dominan hegemonik memaknai keluarga Fadil sebagai keluarga baik, ideal, harmonis dan memahami adab dengan latarbelakang tuntunan agama. Informan 2 menambahkan keterangan bahwa di lingkungan sekitarnya juga banyak contoh anak dan orang tua berbicara seperti itu dan dianggap hal biasa bagi dirinya karena masih dipahami dalam konteks candaan. Selain itu diakui reseptor 2 juga sering melakukan hal serupa bersama orangtuanya. Hal serupa juga diungkapkan oleh reseptor 6 dan 10 yang menganggap konten tersebut dibuat untuk sekadar menghibur terlebih dimasa pandemi saat ini, pasti kebutuhan hiburan khalayak dan konten-konten Fadil Jaidi menjadi hal yang esensial untuk mereduksi kebosanan.

Kedua pemaknaan konten Fadil Jaidi sebagai sebuah *settingan* atau kesengajaan untuk kebutuhan konten. Reseptor 5 menganggap karakteristik konten masa kini harus melakukan rekayasa untuk diterima namun demikian reseptor 5 tidak mempermasalahkan karena dianggap biasa dilakukan oleh para konten kreator dan apa yang dilakukan tidak melampaui batas kepatutan. Reseptor 5 salah satunya mengungkapkan keterangan berikut;

“Sebenarnya niat Fadil buat konten kaya gitu ya tujuannya untuk menghibur masyarakat ya, gak lebih dari itu dan saya juga nganggap itu settingan atau buat konten aja, mungkin setelah itu Fadil minta maaf. Kalau emang itu beneran dan Fadil minta maaf setelahnya pasti papahnya marah beneran lah. Kalau yang saya liat kadang-kadang papahnya malah suka nahan ketawa kalau digodain atau diledikin Fadil makanya saya anggap itu cuma settingan”.

#### **Penerimaan *Negosiation Position***

Penerimaan *Negosiation Position* ditemukan pada reseptor 1, 3, dan 4. Kategori ini menerima konten Fadil Jaidi tetapi tidak menerima sepenuhnya melainkan tiap reseptor kategori ini memiliki pemaknaan masing-masing di antaranya; Pemaknaan pertama melihat dampak positif dan negatif, reseptor 3, dan 4 memaknai konten Fadil Jaidi sebagai hiburan pada satu sisi hiburan. Latarbelakang Fadil Jaidi yang humoris bukan hanya dalam konten youtube tapi dalam kesehariannya yang selalu diunggahnya di *platform* media sosial lainnya seperti Instagram. Seperti yang diungkapkan reseptor 3;

“Hampir semua konten yang dibuat oleh Fadil Jaidi cukup menghibur karena pada dasarnya Fadil memang orang humoris dan dekat sekali dengan keluarganya, jadi menurut saya itu cara Fadil memperlihatkan pada penonton kedekatan ia bersama keluarga. Tetapi terkadang menurut saya ada kata dan tingkah laku kurang sopan yang Fadil lontarkan, tapi itu gak cuma di episode “ceritanya jadi anak gaul” ada di beberapa episode juga.”

Hal senada juga diungkapkan oleh reseptor 3 dan 4 yang memberikan keterangan yang sama yakni;

”konten Fasil Jaidi memang menghibur karena karakter Fadil yang kocak dan cara dia bercandanya pun sama seperti saya ketika saya bercanda dengan orang tua saya. Cuma ya itu yang disayangkan kadang menurut saya Fadil kelewatan batas bercandanya, malah kadang bikin papah nya marah beneran. Kalau saya masih ada batasan bercanda tidak seperti Fadil yang kadang kelewat batas”

Diungkapkan keduanya pula candaan Fadil yang menghibur berdampak positif karena mampu mereduksi kebosanan namun sisi lainnya dari konten tersebut dapat berdampak negatif

yakni penonton bisa saja menirukan adab yang kurang baik kepada orangtua dari konten tersebut.

Kategori *Negotiation Position* mengungkap pemaknaan yang kedua yaitu pandangan setuju dan tidak setuju. Menurut reseptor 1 konten yang dibuat Fadil Jaidi semuanya menghibur selama konten itu masih dalam batasan wajar, namun terkadang Fadil dianggap melampaui batas ketika bercanda. Ditegaskan oleh reseptor 1 melalui keterangan;

“Keluarga saya pribadi sering bercanda tetapi tidak pernah sampai bicara gue-elu atau bertingkah tidak sopan, karena dalam keluarga saya selalu diajarkan untuk lebih sopan kepada yang lebih tua. Saya hampir suka semua konten yang dibuat Fadil Jaidi, karena beneran menghibur dan itu gak dibuat-buat. Karena aslinya Fadil ya humoris dan suka melawak gak cuma sama keluarganya sama temen-temennya juga dia jail banget. Cuma ya itu bercandanya suka kelewatan malah waktu itu aku liat Fadil pernah bikin adunya nangis dan beneran dimarahin sama papahnya, terus dia juga pernah berantem sama temennya karena candaan Fadil yang kelewatan.”

Menurut reseptor 1, menyatakan setuju karena Fadil dianggap sudah baik dalam membuat konten yang menghibur penontonnya dengan memperlihatkan kedekatannya dengan keluarganya, namun yang tidak disetujui adalah perilaku Fadil sering melewati batas dalam hal bercanda sehingga membuat beberapa orang termasuk keluarganya kesal dengan tingkah lakunya.

#### **Penerimaan *Opposition Position***

Peneliti menemukan bahwa reseptor 7, 8, dan 9 masuk kedalam kategori penerimaan oposisi, artinya penerimaan mereka sepenuhnya tidak sejalan dengan pemaknaan pesan pembuat konten. Menurut reseptor 7 dan 8 konten yang dibuat Fadil akan berdampak negatif bagi penontonnya karena konten yang disebar bisa dilihat semua kalangan. Mereka mengungkapkan hal ini dilatarbelakangi karena identitas kultural mereka sebagai orang Jawa mengaku sudah diajarkan sopan santun oleh orang tuanya sedari kecil, dan mereka beranggapan berbicara gue-elu dan bertingkah seperti itu sangat kasar dan tidak patut dicontoh, seperti juga yang dikatakan reseptor 7 sebagai berikut;

“konten yang dibuat Fadil itu ditonton oleh banyak orang, pasti namanya orang ketika menonton itu bisa dia terima dan ada yang gak terima, kalo misalkan dia terima itu secara mentah-mentah bisa aja banyak yang ikut-ikutan nantinya menjailin orang tuanya, ini kan sangat tidak sopan kalau dilakuin sama orang tua. Kalau saya kaya gitu pasti udah dimarahin abis-abisan sama orang tua saya, itu yang buat saya kontra banget dengan kontennya dia. Apalagi bukan hanya 1000 orang yang akses youtube tapi seluruh dunia itu bisa melihat konten youtube yang dibuat”.

Seiring dengan reseptor 7, reseptor 8 juga mengungkapkan;

“konten yang Fadil buat itu kan disebar melalui media sosial youtube yang dimana semua kalangan bisa mengaksesnya bahkan jika ditonton anak kecil yang belum bisa membedakan mana yang boleh ditiru dan tidak boleh ditiru. Itu kan akan berdampak sangat buruk apalagi kalau dia sampai mempraktekannya kepada orang yang lebih dewasa atau malah sama orang tuanya sendiri.”

Sedangkan pemaknaan yang diungkapkan reseptor 9 menilai seharusnya setiap konten yang dibuat harus bernilai edukasi atau harus mendidik yakni diungkap dalam pernyataan;

“konten yang dibuat Fadil Jaidi benar-bener gak mendidik, mungkin sebagian orang menggap itu lucu atau hanya sekedar hiburan. Tapi menurut saya konten yang mendidik itu harus lebih diutamakan, soalnya ada sepupu saya masih kecil ngomongnya sudah seperti orang dewasa gue-elu sama orang yang lebih tua. Mungkin itu dampak dari tonton yang dia tonton. Zaman sekarang kan kalo orang buat konten itu tidak hanya yang baik atau bermanfaat aja tetapi sekarang tuh berubah, konten yang ga jelas atau ga baik itu menjadi trending untuk di lihat banyak orang, nah dari konten si Fadil Jaidi ini kadang ga jelas banget, apa yang dia buat, kadang pembahasannya juga ga jelas, mungkin dalam konten ga jelasnya ini dapat menghibur para penontonnya, tapi kalo menurut saya dari segi edukasi kepada penonton juga pasti ada buruknya juga, di suatu sisi, Fadil ini juga kadang usil dengan ayahnya, mungkin sebagian orang ini menilai kocak, lucu banget, tapi dari sisi edukasi ini merupakan hal yang tidak baik sih.”

Reseptor 9, memiliki pandangan berbeda tentang konten yang dibuat Fadil Jaidi. Walaupun konten Fadil dapat menghibur penontonnya, ia beranggapan bahwa konten yang kurang mendidik seharusnya tidak ditampilkan di sosial media karena akan berdampak buruk kepada penontonnya.

### **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pemaknaan Millennial Pada Konten Youtube Fadil Jaidi Tentang Adab terhadap Orang Tua**

Dari telaah hasil wawancara dengan sepuluh orang reseptor terkait pemaknaan tentang konten Fadil Jaidi peneliti melihat faktor-faktor pemaknaan dipengaruhi oleh hal berikut;

1. Identitas Budaya, dari kesepuluh reseptor ditemukan tiga reseptor memaknai berdasarkan identitas budayanya, dua reseptor yang masuk kategori dominant hegemonic position memaknai perilaku Fadil sebagai perilaku yang biasa karena hanya candaan bukan karena tidak beradab terhadap orangtua. Hal tersebut dimaknai dari pengaruh budaya Betawi yang egaliter dan menyenangkan humor. Sedangkan dari perspektif pemaknaan yang dilatarbelakangi budaya Jawa menganggap perilaku Fadil melampaui batas dari sisi perilaku dan penggunaan bahasa. Seperti yang kita ketahui Budaya Jawa memberikan kerangka acuan interaksi dalam bertindak dan berbahasa. Ini dibuktikan dengan penggunaan bahasa yang berbeda dalam interaksi dengan orang yang berbeda usia.
2. Lingkungan dan pengalaman, faktor ini didapatkan dari keterangan beberapa reseptor yang mengungkapkan melakukan hal yang sama dengan orangtua mereka di rumah atau pula melihat orang lain berinteraksi dengan cara yang sama dengan apa yang dilakukan Fadil dan Ayahnya dalam konten-kontennya.
3. Latarbelakang Pengasuhan ditemukan dari beberapa reseptor yang mengungkapkan penolakan dan pemaknaan tidak positif terhadap konten Fasil Jaidi karena dianggap tidak mendidik. Hal yang diungkapkan beberapa informan opposition position adalah mereka mengaku telah diajarkan adab terhadap orangtua sedari kecil sehingga dapat menilai bahwa apa yang dilakukan Fadil Jaidi dalam kontennya dianggap tidak patut dan berbahaya jika ditiru utamanya pada anak kecil.

Hasil dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan khalayak konten Fadil Jaidi memiliki penerimaan dan pemaknaan yang beragam dari konten yang unggah Fadil Jaidi khususnya episode “Ceritanya Jadi Anak Gaul” sesuai pengalaman dan pengetahuan reseptor yang ditunjukkan dari hasil wawancara. Hasil pemaknaan juga dikaji menggunakan teori resepsi untuk menghasilkan data valid. Stuart Hall mengenalkan model encoding-decoding sebagai

fase dari rangkain proses komunikasi yang menjelaskan proses penyampaian pesan dan penerimaan pesan. Penyampaian pesan dari perspektif komunikator (pembuat konten yakni Fadil Jaidi) serta penerimaan pesan dari perspektif khalayak (penonton konten yakni para reseptor penelitian ini). Komunikasi yang dipahami sebagai proses penyampaian pesan, mentransmisi pesan dari pengirim ke penerima. Pengirim (memiliki gagasan, apa yang akan disampaikan), penerima (memiliki interpretasi dan pemaknaan atas pesan yang diterima) inilah yang disebut Stuart Hall dalam proses encoding (penyandian pesan) dan decoding (penerimaan pesan) dikirim dan diterima oleh banyak penonton yang akan menghasilkan penerimaan yang berbeda dari setiap penonton karena mereka pasti memiliki pengetahuan dan latarbelakang yang berbeda dalam menerima pesan. Fadil Jaidi sebagai komunikator menciptakan pesan atau –meng-encode sebuah pesan dengan pemahaman makna yang ia pahami kemudian penerima pesan berupaya memahami kode-kode yang disandi Fadil sebagai konten kreator dalam pesannya tersebut. Semakin identik makna yang dikodekan oleh Fadil sebagai konten kreator kepada penerima pesan yakni para reseptor maka penerima pesan dikategorikan sebagai penerima yang *dominant hegemonic*. Semakin jauh dari pemahaman makna dari pesan yang dikodekan pengirim kepada penerima maka penerima pesan berada pada penerima yang *opposition position* sedangkan semakin netral menerima dan memaknai pesan yang dikodekan pengirim pesan maka penerima pesan berada pada posisi yang *negosiation*. Kesenjangan pemaknaan pada proses encoding dan decoding inilah yang berusaha diuraikan oleh analisis resepsi yang kemudian menghasilkan tiga kategori posisi penerima pesan dari pemaknaan yang dilakukan. Selain itu proses pemaknaan tadi tentu tidak menjamin pemaknaan yang sama antara satu reseptor dengan reseptor lainnya mengingat pemaknaan suatu pesan yang dikodekan dimaknai berdasarkan pemahaman, pengalaman dan latarbelakang yang melekat pada masing-masing reseptor. Inilah yang menyebabkan pemaknaan para reseptor akan menghadirkan perspektif yang membuat kita dapat memahami bagaimana kelompok tertentu memiliki kecenderungan dalam pemaknaan pesan.

Temuan penelitian ini merincikan 4 penerimaan dominan yaitu reseptor 2, 5, 6, dan 10 dimana penonton menerima sepenuhnya konten yang dibuat Fadil Jaidi. Alasan reseptor 2, dan 6 menerima sepenuhnya konten yang dibuat Fadil karena lingkungan tempat dibesarkan menjalani kehidupan dengan santai dan tidak terlalu serius yang penting memahami batasan, itulah mengapa mereka tidak mempermasalahkan konten yang dibuat Fadil Jaidi sementara yang lain menyebut Fadil kurang ajar terhadap orangtua. Sedangkan reseptor 6, dan 10 menerima sepenuhnya konten yang dibuat Fadil karena latarbelakang budaya mereka yang berasal dari keluarga etnis Betawi dimana orang-orang etnis Betawi memiliki karakter egaliter yang menjunjung tinggi kesetaraan. Mereka juga memaknai perbincangan Fadil Jaidi dan Ayahnya yang kerap kali menggunakan sebutan “gue-elu” merupakan sebutan yang biasa jika dimaknai sebagai bahasa daerah etnis Betawi, bukan sebagai bahasa pergaulan remaja ibukota karena pasti akan kata “gue\_elu” berbeda maknanya dan itu bermakna kurang sopan. Diungkapkan juga bahwa konten Fadil termasuk kategori yang normal karena masih banyak youtuber lain yang menggunakan kata-kata yang lebih buruk dari konten Fadil Jaidi. Pemaknaan positif dari konten Fadil juga disebut karena memperlihatkan kedekatannya dengan keluarga terlebih terhadap Ayahnya. Khalayak juga turut menikmati figur Pak Muh sebagai sosok yang mungkin dirindukan karena mungkin pengalaman khalayak tidak seberuntung Fadil. Selain itu keharmonisan keluarga Fadil juga menjadi sorotan yang mungkin juga

dirindukan karena ketidakberadaannya dalam kehidupan mereka yang menonton. Keluarga yang ideal, hubungan yang harmonis, menjadi daya tarik karena dianggap berbeda dari konten kebanyakan menjadi alasan mengapa konten ini dapat diterima oleh khalayak yang menjadi reseptor dalam penelitian ini.

Pada penerimaan negosiasi yakni reseptor 1, 3, dan 4 dimana penonton tidak sepenuhnya menerima konten yang dibuat Fadil Jaidi karena beberapa alasan. Penonton dapat menafsirkan pesan terhadap apa yang mereka tonton sesuai dengan pengalaman dan latarbelakang masing-masing dari mereka. Menurut reseptor 1 konten yang dibuat Fadil sangat menghibur namun ia tidak bisa menerima sepenuhnya konten yang dibuat Fadil karena sering kali Fadil berkata kasar dan bersikap kurang baik, hal ini dianggap berbanding terbalik dimana dalam keluarga yang baik ia pasti selalu diajarkan untuk bersikap dan berbicara yang baik kepada orang tua, apalagi reseptor juga turut menyoroti profil Fadil yang juga lulusan pesantren yang dianggap mampu bersikap dan berbicara dengan cara yang baik. Reseptor 3, dan 4 beranggapan konten yang dibuat Fadil “ceritanya jadi anak gaul” memiliki pandangan yang berbeda menurut mereka kita ini tinggal di negara Indonesia yang menjunjung tinggi nilai kesopanan sehingga seharusnya konten yang dibuat haruslah berbudaya luhur. Dapat dikatakan reseptor 3, dan 4 memaknai konten dengan cukup selektif karena juga melihat konten dari perspektif yang detil dengan melibatkan kerangka keIndonesiaan sebagai bangsa Timur yang menjunjung nilai dan budaya.

Selanjutnya penerimaan oposisi yaitu pada reseptor 7,8, dan 9 memaknai tidak positif dan menolak perilaku Fadil terhadap orangtuanya dalam konten. Perspektif yang dibunakan kelompok kategori opposition ini dengan melihat ketidaksesuaian profil Fadil dan keluarganya dengan perilaku yang dilakukan Fadil terhadap orangtuanya dalam konten tersebut. Reseptor 7 dan 8 memaknai tidak positif konten Fadil karena terbiasa dengan latarbelaka budaya Jawa yang tabu terhadap perilaku nyeleneh Fadil yang kerap kali dilakukan terhadap Ayahnya dalam konten. Budaya Jawa dikenal dimana orang Jawa sangat menjunjung tinggi nilai kesopannya dan sejak kecil sudah diajarkan tata krama dan menghargai orang yang lebih tua. Disebutkan bahwa lingkungan mereka mengajarkan dengan bersikap sopan dan saling menghargai akan mudah diterima di lingkungan sosial manapun. Itu alasan kenapa mereka tidak menerima sepenuhnya konten Fadil Jaidi “ceritanya jadi anak gaul” karena menyanggah kemajuan teknologi dan zaman tidak diimbangi dengan karakter yang semakin luhur terhadap orangtua. Atas latarbelakang ini konten Fadil juga dimaknai berbahaya karena ada resiko ditiru khalayak yang lemah selain itu juga dianggap tidak mendidik karena kontennya dianggap tidak bermanfaat bagi khalayak.

## **Kesimpulan**

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dijelaskan, ditemukan 4 penerimaan dominan, 3 penerimaan negosiasi, dan 3 penerimaan oposisi. Hal ini dikarenakan masing-masing reseptor mempunyai pemaknaan berbeda-beda mengenai konten Fadil Jaidi. Sedangkan reseptor 2, 5, 6, dan 10 termasuk dalam kategori dominant hegemonic position, dimana mereka melihat konten Fadil tujuannya hanya menghibur, menganggap hal itu biasa dan hanya canda semata, tidak ada maksud lain untuk memberi dampak buruk kepada penontonnya apalagi dimasa pandemi saat ini tontonan yang menghibur mereduksi kebosanan. Sedangkan reseptor 1, 3, dan 4, menyukai konten Fadil sebagai hiburan namun tidak juga

menerima sepenuhnya konten tersebut karena menilai sebagian konten Fadil terlalu berlebihan dalam bercanda atau usil kepada orangtua. Hal ini dapat membawa pengaruh positif dan negatif kepada penontonnya. Sedangkan reseptor 7, 8, dan 9 sebagai penerima oposisi menilai konten yang dibuat Fadil seharusnya mengedukasi penontonnya. Sedangkan faktor-faktor yang melatarbelakangi pemaknaan konten Fadil Jaidi tentang Adab terhadap orangtua adalah identitas budaya, lingkungan dan pengalaman serta pengaruh latarbelakang pengasuhan.

### Bibliografi

- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502.
- Christian, M. (2019). Telaah keniscayaan iklan di kanal youtube sebagai perilaku khalayak di kalangan milenial. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(02), 141–158.
- Deuze, M., & McQuail, D. (2020). McQuail's media and mass communication theory. *McQuail's Media and Mass Communication Theory*, 1–688.
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi dalam film: Analisis resepsi film "Men, women & children." *ProTVF*, 2(1), 19–35.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619>
- Karim, A. (2016). Dakwah melalui media: Sebuah tantangan dan peluang. *Jurnal Komunikasi Penyiar Islam, (Online)*, 4(1), 157–172.
- Kiráľová, A., & Pavlíčeka, A. (2015). Development of social media strategies in tourism destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366.
- Maya, R. (2017). Karakter (Adab) Guru dan Murid Perspektif Ibn Jama'ah Al-Syafi'i. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(02), 33. <https://doi.org/10.30868/ei.v6i12.177>
- Mayasari, N. (2018). *Hubungan Antara Body Image Dengan Perilaku Diet Pada Mahasiwi. Psikologi*.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi pemanfaatan media baru NET. TV. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21–36.
- Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film " Dua Garis Biru". *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–8.

<https://doi.org/10.18196/ja.1101>

Pradopo, R. D. (2021). *Teori kritik dan penerapannya dalam sastra Indonesia modern*. UGM PRESS.

Rulli, N. (2017). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.13285>

Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan youtube sebagai sarana transformasi majalah highend. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(2), 59–68.

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2015). *Media now: Understanding media, culture, and technology*. Cengage Learning.

Tasruddin, R., & Astrid, F. (2021). Efektivitas Industri Media Penyiaran Modern “Podcast” di Era New Media. *Al-Munzir*, 14(2), 211–230.

Tri, D., & Salis, Y. (2022). *Psikologi lintas budaya*. UMM Press.