

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu untuk memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis menemukan beberapa sumber jurnal dari penelitian terdahulu. Penulis mengangkat beberapa jurnal sebagai referensi untuk bahan kajian pada penelitian. Sesuai dengan syarat dalam pemilihan bab penelitian terdahulu, maka dari itu peneliti memilih 5 (lima) jurnal penelitian yang dijadikan dasar dalam rujukan peneliti, berikut beberapa penelitian sebagai studi referensi peneliti mengenai resepsi. Adapun beberapa judul penelitian yang peneliti dapatkan adalah sebagai berikut :

**Pertama**, Penelitian digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang disusun oleh Riyan Septiana dan Rizki Briandana yang berjudul “*Identitas Diri dan Isu Kesehatan Mental : Interpretasi Remaja Terhadap Konten Podcast*” (Septiana & Briandana, 2024). Penelitian ini membahas dokumen ini mencakup berbagai aspek studi media, dengan fokus pada dampak media sosial dan teknologi terhadap penciptaan pengetahuan, penerimaan audiens terhadap konten di saluran YouTube seperti milik Deddy Corbuzier, dan hubungan antara teori komunikasi massa, perubahan masyarakat, dan pengaruh YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam. Penelitian ini menyelidiki bagaimana konten media, khususnya

podcast seperti “Kuliah Gak Penting,” membentuk identitas remaja dan memberikan wawasan mengenai masalah kesehatan mental terkait penggunaan media sosial yang tidak sehat, menekankan pentingnya memahami isu-isu ini untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia. anak muda. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan metode kualitatif dengan studi analisis resepsi decoding-encoding milik Stuart Hall, sedangkan perbedaannya yaitu meneliti pada akun media social Youtube Podcast dan memiliki objek yang diteliti juga berbeda.

**Kedua**, Penelitian ini digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang disusun oleh Adam Fahrezi dan Yudiana Indriastuti dengan judul “*Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Wacana Otonomi Tubuh Pada Akun Twitter @Amndzahra*” (Adam & Indriastuti, 2023). Penelitian tersebut mengeksplorasi bagaimana Generasi Z menyikapi wacana otonomi tubuh yang disuarakan oleh akun Twitter @amndzahra. Temuan menunjukkan beragam pendapat di kalangan informan, dan sebagian besar setuju bahwa diskusi ini penting untuk membuka perspektif baru mengenai hak otonomi tubuh. Beberapa informan juga menekankan pentingnya menyampaikan pesan secara hati-hati agar tidak memicu kontroversi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi analisis resepsi decoding-encoding milik Stuart Hall, termasuk wawancara mendalam, dan mengidentifikasi perbedaan penerimaan dan interpretasi pesan di antara para informan karena latar belakang sosial, budaya, pengalaman, dan lingkungan mereka. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah

menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan metode kualitatif dengan studi analisis resepsi decoding-encoding milik Stuart Hall, sedangkan perbedaannya yaitu menggunakan akun media social Twitter dan memiliki objek yang diteliti juga berbeda.

**Ketiga**, Penelitian digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang disusun oleh Reyhana Savira dan Saifudding Zuhri (2022) yang berjudul “*Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok @drrichardlee (Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Tiktok @drrichardlee)*” (Savira & Zuhri, 2022). Dalam penelitian ini mengeksplorasi penerimaan audiens terhadap konten review perawatan kulit di akun TikTok @drrichardlee. Melalui dokumentasi dan wawancara mendalam, data dikumpulkan dan mengungkapkan interpretasi yang berbeda-beda terhadap konten. Meskipun sebagian besar pemirsa menganggap konten tersebut mendidik, beberapa juga mempertimbangkan dampak negatif dari penyampaian Dr. Richard. Tidak ada satupun informan yang menolak mentah-mentah isi informasi tersebut. Kesimpulannya, konten ulasan perawatan kulit Dr. Richard memicu kontroversi namun juga dipandang sebagai bentuk pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teori Encoding-Decoding dari Stuart Hall untuk menganalisis perbedaan interpretasi audiens yang dipengaruhi oleh pengalaman dan referensi individu. Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori Stuart Hall dan meneliti akun TikTok, sedangkan tidak ditemukan perbedaan dalam segi teori yang digunakan dalam penelitian ini.

Namun penelitian terdahulu meneliti dengan tema kecantikan dan kesehatan, sedangkan penelitian ini meneliti dengan tema peduli lingkungan.

**Keempat**, Penelitian digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang disusun oleh Ni Putu Nadia Paramitha, I Dewa Ayu Sugiatica Joni, Ade Devia Pradipta yang berjudul "*Pemaknaan Khalayak Pada Campaign #EndToxicMasculinity pada Media Sosial Tiktok (Studi pada Remaja di Kota Denpasar)*" (Paramitha, Sugiatica Joni, & Pradipta, 2021). Penelitian yang dilakukan berfokus pada interpretasi audiens terhadap kampanye #EndToxicMasculinity di TikTok, dengan memanfaatkan analisis resepsi Stuart Hall. Studi ini mengungkap penafsiran yang berbeda-beda di kalangan remaja usia 18-24 tahun di Kota Denpasar, dengan mayoritas cenderung pada posisi Dominan dalam analisis resepsi Hall. Faktor-faktor seperti persepsi, pemikiran, dan interpretasi ditemukan mempengaruhi cara individu menguraikan pesan, yang mengarah ke tiga posisi yang teridentifikasi dalam penerimaan pesan: Posisi dominan, Posisi negosiasi, dan Posisi oposisi. Kajian tersebut menekankan dampak kondisi individu dan lingkungan terhadap proses penerimaan pesan, memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana khalayak merespons pesan yang disampaikan melalui media. Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama yaitu analisis resepsi Stuart Hall dan sama meneliti akun Tiktok, sedangkan perbedaannya yaitu memiliki tema yang berbeda yaitu mengenai kampanye end toxic masculinity

**Kelima**, Penelitian digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang disusun oleh Rivga Agusta dan Elvira Wahyuni dengan judul “*Bullying dalam Drama Korea (Analisis Resepsi dalam Drama Korea True Beauty 2020)*” (Agusta & Wahyuni, 2023). Penelitian ini membahas berbagai studi tentang representasi bullying, rasisme, hak kecantikan, dan isu-isu sosial lainnya di media seperti drama Korea, film, dan acara radio. Ini menggali metode penelitian kualitatif dan analisis penerimaan audiens terhadap isu-isu tertentu. Penelitian ini secara khusus berfokus pada interpretasi pesan-pesan bullying dalam drama Korea “True Beauty” di kalangan remaja Indonesia, menyoroti bagaimana pengalaman pribadi, aktivitas media sosial, pendidikan, dan lingkungan teman sebaya mempengaruhi persepsi penonton. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama metode analisis resepsi dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu terfokus pada drama korea sedangkan penelitian ini meneliti pada akun Tiktok.

**Keenam**, Penelitian digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah jurnal yang ditulis oleh Ali Akbar dan Dewi Sad Tanti dari Universitas Mercu Buana dengan judul penelitian “*Pendapat Konsumen Aktif Pada Konten Promosi Erigo Di Akun Tiktok Erigo Official Oleh Jkt 48 Tahun 2023*”. Penelitian ini mengungkap pendapat konsumen aktif terhadap konten promosi official Erigo di platform Tiktok oleh personil JKT 48 dalam series emoji. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis resepsi yang

oleh Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam informan mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Pendapat konsumen tentang konten video promosi Erigo dari JKT 48 mencerminkan beragam opini yang mengacu pada persepsi Stuart Hall.



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Tahun dan Metode	Hasil	Relevansi dan Perbedaan
1.	<p>“Identitas Diri dan Isu Kesehatan Mental : Interpretasi Remaja Terhadap Konten Podcast“</p> <p>Tahun 2024</p> <p>Metode kualitatif dengan Analisis Resepsi</p>	<p>Penelitian ini membahas dokumen ini mencakup berbagai aspek studi media, dengan fokus pada dampak media sosial dan teknologi terhadap penciptaan pengetahuan, penerimaan audiens terhadap konten di saluran YouTube seperti milik Deddy Corbuzier, dan hubungan antara teori komunikasi massa, perubahan masyarakat, dan pengaruh YouTube. Penelitian ini menyelidiki bagaimana konten media, khususnya podcast seperti “Kuliah Gak Penting,” membentuk identitas remaja dan memberikan wawasan mengenai masalah kesehatan mental terkait penggunaan media sosial yang tidak sehat, menekankan pentingnya memahami isu-isu ini untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia. anak muda.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama yaitu metode penelitian kualitatif dengan analisis resepsi.</p> <p>Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu meneliti pada podcast sedangkan penelitian ini meneliti pada konten TikTok.</p>
2.	<p>“Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Wacana Otonomi Tubuh Pada Akun Twitter @Amndzahra”</p> <p>Tahun 2023</p> <p>Metode kualitatif dengan studi analisis resepsi decoding-encoding milik Stuart Hall</p>	<p>Penelitian tersebut mengeksplorasi bagaimana Generasi Z menyikapi wacana otonomi tubuh yang disuarakan oleh akun Twitter @amndzahra. Temuan menunjukkan beragam pendapat di kalangan informan, dan sebagian besar setuju bahwa diskusi ini penting untuk membuka perspektif baru mengenai hak otonomi tubuh. Temuan menunjukkan beragam pendapat di kalangan informan, dan sebagian besar setuju bahwa diskusi ini penting untuk membuka perspektif baru mengenai hak otonomi tubuh. Beberapa informan juga menekankan pentingnya menyampaikan pesan secara hati-hati agar tidak memicu kontroversi.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama yaitu menggunakan metode kualitatif dengan studi analisis resepsi decoding-encoding milik Stuart Hall,</p> <p>Perbedaannya yaitu menggunakan akun media social Twitter dan memiliki objek yang diteliti juga berbeda.</p>

No.	Judul, Tahun dan Metode	Hasil	Relevansi dan Perbedaan
3.	<p>“Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Akun Tiktok @drrichardlee (Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare Dalam Tiktok @drrichardlee)”</p> <p>Tahun 2022</p> <p>Metode kualitatif dan teori Encoding-Decoding dari Stuart Hall</p>	<p>Dalam penelitian ini mengeksplorasi penerimaan audiens terhadap konten review perawatan kulit di akun TikTok @drrichardlee. Melalui dokumentasi dan wawancara mendalam, data dikumpulkan dan mengungkapkan interpretasi yang berbeda-beda terhadap konten. Meskipun sebagian besar pemirsa menganggap konten tersebut mendidik, beberapa juga mempertimbangkan dampak negatif dari penyampaian Dr. Richard. Tidak ada satupun informan yang menolak mentah-mentah isi informasi tersebut. Kesimpulannya, konten ulasan perawatan kulit Dr. Richard memicu kontroversi namun juga dipandang sebagai bentuk pendidikan</p>	<p>Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori Stuart Hall dan meneliti akun TikTok.</p> <p>Penelitian terdahulu meneliti dengan tema kecantikan dan kesehatan, sedangkan penelitian ini meneliti dengan tema peduli lingkungan.</p>
4.	<p>“Pemaknaan Khalayak Pada Campaign #EndToxicMasculinity pada Media Sosial Tiktok (Studi pada Remaja di Kota Denpasar)”</p> <p>Tahun 2021</p> <p>Metode analisis resepsi Stuart Hall.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan berfokus pada interpretasi audiens terhadap kampanye #EndToxicMasculinity di TikTok, dengan memanfaatkan analisis resepsi Stuart Hall. Studi ini mengungkap penafsiran yang berbeda-beda di kalangan remaja usia 18-24 tahun di Kota Denpasar, dengan mayoritas cenderung pada posisi Dominan dalam analisis resepsi Hall. Faktor-faktor seperti persepsi, pemikiran, dan interpretasi ditemukan mempengaruhi cara individu menguraikan pesan, yang mengarah ke tiga posisi yang teridentifikasi dalam penerimaan pesan.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama yaitu analisis resepsi Stuart Hall dan sama meneliti akun Tiktok.</p> <p>Perbedaannya yaitu memiliki tema yang berbeda yaitu mengenai kampanye end toxic masculinity</p>
5.	<p>“Bullying dalam Drama Korea (Analisis Resepsi dalam Drama Korea True Beauty 2020)”</p> <p>Tahun 2020</p>	<p>Penelitian ini membahas berbagai studi tentang representasi bullying, rasisme, hak kecantikan, dan isu-isu sosial lainnya di media seperti drama Korea, film, dan acara radio. Ini menggali metode penelitian kualitatif dan analisis penerimaan audiens terhadap isu-isu tertentu. Penelitian ini secara khusus berfokus pada interpretasi pesan-pesan bullying dalam drama</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teori yang sama metode analisis resepsi dengan pendekatan kualitatif.</p> <p>Perbedaannya yaitu pada penelitian terdahulu</p>

No.	Judul, Tahun dan Metode	Hasil	Relevansi dan Perbedaan
	Metode penelitian kualitatif studi analisis resepsi	Korea “True Beauty” di kalangan remaja Indonesia, menyoroti bagaimana pengalaman pribadi, aktivitas media sosial, pendidikan, dan lingkungan teman sebaya mempengaruhi persepsi penonton.	terfokus pada drama korea sedangkan penelitian ini meneliti pada akun Tiktok.
6	<p>“Pendapat Konsumen Aktif Pada Konten Promosi Erigo Di Akun Tiktok Erigo Official Oleh Jkt 48 Tahun 2023”.</p> <p>Metode penelitian kualitatif studi analisis resepsi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam informan mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Pendapat konsumen tentang konten video promosi Erigo dari JKT 48 mencerminkan beragam opini yang mengacu pada persepsi Stuart Hall. Penelitian ini mengungkap pendapat konsumen aktif terhadap konten promosi official Erigo di platform Tiktok oleh personil JKT 48 dalam series emoji. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis resepsi yang oleh Stuart Hall.</p>	<p>Persamaan pada media sosial tiktok. Perbedaan pada isi dan fungsi konten, konten Ali fungsi promosi. Sedangkan penelitian ini fungsinya adalah kampanye/pemasaran sosial. Kebaruan: pada tema kampanye lingkungan sesuai dengan isu terkini di dunia global.</p>

Dari 6 jurnal yang sudah di paparkan di atas ada beberapa kesamaan atau yang bisa peneliti adopsi seperti subjek, objek dan menggunakan metode penelitian yang sama, namun ada hal hal yang membedakan konsep dan teori yang digunakan. Menurut peneliti kebaruan ini didasarkan dari kebaruan konten yang dihasilkan oleh @pandawaragroup.

## **2.2 Kajian Teoritis**

### **2.2.1 Komunikasi Digital**

Komunikasi digital memang mendekatkan orang yang berbeda jarak dengan kita tetapi membuat jarak dengan orang yang dekat dengan kita. Komunikasi digital membuat kita ketergantungan terhadap handphone, seperti pada bangun pagi yang dicari adalah handphone untuk mengirim pesan.

Komunikasi digital sebagaimana didefinisikan oleh Priyono (Priyono, 2022) mengacu pada penggunaan komputer pribadi untuk mengirim dan menerima pesan atau berbagi informasi melalui berbagai platform. Konsep komunikasi digital terus berkembang, mengandalkan kemajuan sensorik yang berakar pada teknologi internet. Komunikasi digital adalah teknologi yang mengandalkan sinyal listrik yang dihasilkan komputer. Sinyal-sinyal ini terputus-putus dan menggunakan sistem bilangan biner untuk menyatakan informasi spesifik.

Evolusi komunikasi digital terus-menerus dibentuk oleh kemunculan dan kemajuan instrumen berbasis teknologi sebagai respons terhadap perubahan zaman. Keuntungan dari sistem komunikasi seperti ini mudah dipahami dan diterima dengan cepat oleh masyarakat umum karena aksesibilitasnya yang ada di mana-mana. Di zaman modern, komunikasi telah berkembang lebih dari sekadar interaksi verbal, berkat kemajuan teknologi. Selanjutnya, komunikasi digital muncul,

memungkinkan kita untuk terlibat dan mengirimkan komunikasi menggunakan berbagai perangkat tambahan seperti komputer, ponsel, internet, dan banyak lainnya.

### **2.2.2 *Computer Mediated Communication (CMC)***

Kemajuan teknologi telah membawa berbagai manfaat bagi kehidupan manusia, salah satunya dalam hal pola komunikasi. Kini, interaksi antarindividu tidak lagi terbatas pada pertemuan langsung, tetapi juga dapat dilakukan melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan jaringan internet, atau yang dikenal sebagai *Computer Mediated Communication (CMC)*.

Secara umum, *Computer Mediated Communication (CMC)* mencakup semua bentuk komunikasi yang berlangsung dengan bantuan teknologi digital. Dalam konteks ini, CMC berfungsi sebagai sarana untuk membentuk, memahami, mengirimkan, serta melakukan proses encoding dan decoding pesan. Perangkat yang digunakan dalam CMC tidak terbatas pada komputer pribadi (PC) atau laptop saja, tetapi juga mencakup smartphone dan berbagai perangkat berbasis komputer lainnya yang memungkinkan terjadinya interaksi. Menurut Walther, CMC dapat diartikan secara sederhana sebagai proses komunikasi antarindividu yang berlangsung melalui media berbasis komputer. (Chandra, 2023). Selanjutnya CMC dipersepsikan sebagai proses komunikasi, yang meliputi pesan, pengirim, dan penerima.

Teori *Computer Mediated Communication (CMC)* memiliki tiga konsep utama, yaitu konsep komunikasi, mediasi, dan komputer. Dalam konsep komunikasi, interaksi dipandang sebagai proses yang bersifat transaksional, memiliki banyak fungsi, berlangsung secara dinamis, dan melibatkan berbagai

bentuk atau saluran (multimodal). Hal ini mencerminkan bahwa manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari aktivitas berkomunikasi. Konsep mediasi mencakup aspek psikologis, sosial, dan kultural yang memengaruhi cara individu berinteraksi melalui media digital. Sementara itu, konsep komputer menekankan bahwa teknologi komputer telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari manusia untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi. Dalam proses CMC, setidaknya terdapat empat jenis efek yang dapat muncul, yakni efek pada penerima pesan (*receiver*), efek antar pengirim pesan (*sender*), pengaruh karakteristik saluran komunikasi (*channel*), serta dampak dari proses umpan balik (*feedback*). (Griffin, 2015).

### 2.2.3 Komunikasi Lingkungan

Dalam karyanya “*Environmental Communication and Public Sphere*”, Cox (Yenrizal, 2017) menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan berfungsi sebagai instrumen penting dalam menumbuhkan pemahaman manusia terhadap lingkungan dan secara efektif mengatur interaksi manusia dengan alam. Komunikasi lingkungan berfungsi sebagai saluran simbolis yang mempengaruhi persepsi dan pembahasan isu lingkungan, serta berbagai reaksi di masyarakat. Cox mengategorikan komunikasi lingkungan dalam dua fungsi utama: pragmatis dan konstitutif. Fungsi pragmatis dikaitkan dengan pendidikan, meningkatkan kesadaran, persuasi, gerak, dan membantu manusia dalam mengatasi hambatan lingkungan.

Menurut Flor (Yenrizal, 2017), komunikasi lingkungan mengacu pada penggunaan metode, prinsip, strategi, dan taktik komunikasi untuk mempromosikan tata kelola dan perlindungan lingkungan. Komunikasi lingkungan

mengacu pada proses pertukaran informasi, pengetahuan, dan kebijaksanaan lingkungan, dengan tujuan memupuk saling pengertian di antara pihak-pihak yang terlibat.

Komunikasi lingkungan merupakan suatu bentuk komunikasi simbolik yang digunakan untuk menciptakan dan mendefinisikan permasalahan lingkungan hidup, serta mendiskusikan dan mencapai kesepakatan mengenai berbagai reaksi masyarakat terhadap permasalahan tersebut. Komunikasi lingkungan tidak hanya mencakup tata kelola lingkungan, tetapi juga pemeriksaan opini dan persepsi masyarakat.

#### **2.2.4 Media Komunikasi Digital**

TikTok adalah platform media sosial yang memberikan penggunanya kemampuan untuk menghasilkan video ringkas, berdurasi tidak lebih dari tiga menit, disertai musik, filter, dan berbagai fungsi artistik tambahan. Pada awalnya TikTok tidak diperkenalkan dengan nama TikTok. ByteDance, sebuah perusahaan Tiongkok, memperkenalkan aplikasi video singkat Douyin pada September 2016. Douyin berpotensi mengumpulkan satu miliar penayangan video setiap hari dan seratus juta pengguna dalam satu tahun. Sebagai hasil dari pertumbuhan popularitas Douyin yang eksponensial, ByteDance membuat keputusan strategis untuk memperluas kehadirannya di luar Tiongkok dengan nama TikTok. (Rahmana, Putri, & Damariswara, 2022)

Banyak sekali fitur yang mudah diakses oleh pengguna yang mengunduh aplikasi TikTok. Selain memberikan hiburan, individu juga diberikan kebebasan untuk mengekspresikan pemikiran kreatifnya melalui media video. Menyebarkan berita viral atau trending serta informasi spesifik adalah contoh kreativitas yang

dapat diintegrasikan ke dalam aplikasi ini. Selain itu, TikTok juga menawarkan fitur siaran langsung yang sering digunakan pengguna untuk berjualan karena memberikan peluang untuk menghasilkan pendapatan. Beragamnya video yang diunggah ke aplikasi TikTok turut menambah rasa puas dan kemudahan pengguna dalam memanfaatkannya. Selain memfasilitasi berbagi momen gembira dan kreativitas yang menginspirasi, TikTok memungkinkan pengguna mengabadikan momen tak ternilai dari seluruh dunia melalui ponsel cerdas mereka dan memamerkan kreativitas individu. Melalui penerapannya, TikTok memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk menjadi pembuat konten dengan mudah dan sederhana. Atribut ini meningkatkan daya tarik aplikasi TikTok dibandingkan para pesaingnya. (Togi, Pratami, & Wahid, 2020)

Untuk memberikan dukungan kepada para penggunanya dalam membuat konten-konten yang lebih kreatif, TikTok menawarkan berbagai fitur yang bisa digunakan dan menarik kepada para penggunanya, antara lain :

a. Penambahan musik

Salah satu fitur unggulan yang ditawarkan TikTok adalah kemampuan untuk menambahkan musik ke dalam video. Pengguna dapat memilih berbagai jenis lagu yang tersedia di platform tersebut untuk digunakan secara bebas dalam konten yang mereka buat. Musik-musik ini telah memperoleh lisensi resmi dari pemilik hak cipta, sehingga pengguna tidak perlu khawatir terhadap pelanggaran hak cipta atau *copyright*.

b. Filter pada video

Pengguna TikTok juga memiliki akses untuk menggunakan berbagai filter pada video mereka. Filter ini berfungsi untuk menyesuaikan rona dan tone warna, sehingga tampilan visual video menjadi lebih menarik dan sesuai dengan objek yang ditampilkan.

c. *Sticker dan Video Effect*

TikTok turut menyediakan fitur stiker dan efek video untuk menambah unsur kreativitas dan keunikan pada konten yang dibuat pengguna. Terdapat lima kategori efek video yang dapat dipilih, yaitu efek visual, stiker, transisi, split, dan efek waktu. Pilihan stiker di TikTok juga sangat bervariasi, mencakup stiker dekoratif, teks, ekspresi suasana hati, gaya hidup, hingga tema alam. Selain itu, pengguna juga dapat mencari stiker tertentu dengan mengetikkan kata kunci sesuai kebutuhan.

d. *Voice changer*

Fitur ini memungkinkan pengguna TikTok untuk mengubah suara dalam video yang mereka buat, sehingga hasil akhir menjadi lebih lucu dan menarik. Melalui fitur *voice changer*, tersedia beragam pilihan efek suara yang dapat digunakan, seperti suara tupai, bariton, mikrofon, megafon, gema, suara raksasa, dan lain sebagainya.

e. *Auto captions*

Fitur *auto captions* merupakan salah satu inovasi terbaru dari TikTok yang memungkinkan pengguna menambahkan subtitle secara otomatis pada video mereka. Teks tersebut dihasilkan melalui proses

transkripsi otomatis oleh sistem TikTok. Kehadiran fitur ini ditujukan untuk membantu pengguna, khususnya mereka yang memiliki hambatan pendengaran, agar tetap dapat memahami isi konten dengan lebih mudah.

f. *Live streaming*

TikTok juga memiliki fitur untuk live streaming seperti beberapa media sosial lainnya, tetapi hanya pengguna TikTok yang memiliki paling sedikit 1000 pengikut yang dapat melakukan live streaming.

### 2.2.5 Khalayak Aktif

Dalam konteks komunikasi, pihak yang menjadi sasaran atau tujuan dari suatu pesan umumnya disebut sebagai penerima (*receiver*), khalayak (*audience*), atau komunikan. Namun, peran sebagai khalayak sejatinya bersifat sementara. Dalam proses komunikasi yang berkelanjutan, penerima pesan dapat berganti peran menjadi pengirim pesan atau komunikator saat ia merespons atau menyampaikan pesan baru.

Salah satu komponen prosedur komunikasi adalah audiens. Karena khalayak sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu proses komunikasi, maka khalayak tidak boleh diabaikan. Menurut pendapat komunikator, komunikasi dianggap efektif bila khalayak yang dituju menerima, memahami, dan bereaksi positif terhadap pesan yang disampaikan melalui suatu medium atau saluran, sehingga memenuhi harapan komunikator.

Kedua jenis audiens tersebut disebut khalayak aktif dan khalayak pasif. Khalayak aktif adalah mereka yang menerima pesan secara selektif, artinya mereka menyaring pesan-pesan yang akan disampaikan media sebelum memutuskan

konten apa yang akan dimasukkan ke dalamnya. Khalayak menggunakan media untuk pemenuhan harapan-harapannya. Khalayak aktif menyeleksi media dan isi media untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhannya (Hadi, Wahjudianata, & Indrayani, 2021). Sedangkan khalayak pasif adalah mereka yang menyerap sepenuhnya pesan media tanpa menyadari maknanya terlebih dahulu.

Ketika gagasan tentang khalayak pertama kali muncul dalam studi komunikasi, khalayak dianggap sebagai kelompok sosial pasif yang hanya menerima informasi dari media tanpa memikirkan pesan-pesan yang mereka lihat di media. Khalayak dalam perkembangan selanjutnya lebih aktif daripada pasif. Aktif secara memahami, menguraikan, dan menciptakan sinyal yang didengar, dibaca, dan ditampilkan.

#### **2.2.6 Kesadaran Lingkungan**

Suatu tindakan atau pola pikir yang bertujuan untuk memahami nilai-nilai lingkungan yang bersih dan sehat antara lain dikenal dengan kesadaran lingkungan. Ketika seseorang merasa bebas dari tekanan, perilaku dan perilakunya menunjukkan kesadaran terhadap lingkungan hidupnya. Emil Salim mengartikan kesadaran lingkungan sebagai upaya untuk menanamkan kecintaan terhadap lingkungan pada masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, selain mengedukasi mereka tentang pengelolaan sampah, pencemaran, penghijauan, dan perlindungan satwa langka (Jamanti, 2019).

Ada empat faktor yang mempengaruhi kesadaran lingkungan. Pertama, faktor ketidaktahuan; didasarkan karena adanya rasa ingin tahu. Menurut Amos (Gabriella & Sugiarto, 2020), sadar dapat diartikan sebagai tahu. Ketika seseorang dikatakan tidak sadar maka orang tersebut tidak memiliki pengetahuan mengenai

lingkungan. Maka dapat disimpulkan bahwa ketidaktahuan seseorang dapat mempengaruhi kesadaran lingkungannya. Aspek kedua adalah kemiskinan; Menjadi miskin berarti seseorang tidak mampu memenuhi kebutuhan dasarnya. Tekanan penduduk diakibatkan oleh perluasan yang tidak diimbangi dengan pertumbuhan penduduk. Karena masyarakat miskin lebih mementingkan mendapatkan apa yang mereka perlukan dibandingkan mengatasi masalah lingkungan hidup, kemiskinan merupakan sumber permasalahan masyarakat. Aspek ketiga adalah kemanusiaan, yang diartikan sebagai manusia atau mempunyai sifat-sifat kemanusiaan. Sebagai makhluk hidup dan cerdas, manusia mampu membuat keputusan moral. Seseorang yang memiliki rasa kemanusiaan yang kuat akan fokus pada isu-isu yang dapat menyelamatkan banyak nyawa dibandingkan membahayakan orang lain. Oleh karena itu, demi menjaga kelestarian lingkungan hidup demi kemaslahatan semua orang, maka seseorang yang memiliki derajat kemanusiaan yang tinggi akan lebih sadar ekologis. Keempat, faktor gaya hidup: Cara hidup seseorang mungkin berdampak pada seberapa sadar mereka terhadap lingkungan. Gaya hidup hijau melibatkan kesadaran akan tindakan seseorang dan dampaknya terhadap lingkungan. Segala sesuatu yang ramah lingkungan akan menarik bagi mereka, dan sudut pandang mereka juga akan ditonjolkan.

### **2.2.7 Analisis Resepsi Stuart Hall**

Teori resepsi encoding-decoding dikembangkan oleh seorang ahli teori media bernama Stuart Hall. Menurut teori ini, komunikasi tidak hanya tentang pengiriman pesan dari pengirim, tetapi melibatkan proses *encoding* (pengkodean) dan *decoding* (pemecahan kode) pesan yang kompleks.

Hasil kajian analisis Stuart Hall dikutip dalam Kellner tersebut memandang bahwa cultural studies memungkinkan adanya pemaknaan yang berbeda dari audiens terhadap pendekatan media, budaya dan komunikasi yang diterima. Hal-hal terkait pemahaman, respon, serta sikap yang dibentuk oleh audiens dapat dikaji melalui analisis resepsi yang menekankan pada pendekatan penelitian yang memiliki fokus utama terhadap tafsiran audiens sebagai sumber utama makna media.

Menurut Meilasar dan Wahid (Meilasar & Wahid, 2020), penggunaan analisis resepsi dapat digunakan untuk melihat apa dasar audiens memaknai hal secara berbeda pada hal yang sama, apa faktor psikologis dan sosial yang mempengaruhi perbedaan tersebut, serta konsekuensi sosial yang muncul.

Teori dan analisis resepsi terhubung dengan kajian makna konten media ini. Teori penerimaan berfokus pada bagaimana pembaca bereaksi terhadap sebuah karya, seperti bagaimana reaksi mereka secara umum mengubah cara karya yang diterbitkan dalam jangka waktu tertentu diinterpretasikan dan dievaluasi. Fiske mengklaim bahwa studi tentang khalayak dapat memperoleh manfaat dari penggunaan analisis resepsi karena ia memandang khalayak sebagai agen budaya aktif dengan kemampuan untuk membentuk makna yang disajikan oleh media yang berbeda, bukan hanya sebagai penerima informasi yang pasif. Audiens kemudian dapat bereaksi negatif terhadap makna media, yang bisa bersifat terbuka atau polisemik. (Suryani T., 2013)

Analisis resepsi dapat disebut juga sebagai pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak, bagaimana memaknai pesan yang diterima dari

sebuah media, titik awal penelitian ini adalah adanya asumsi bahwa makna yang terdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks.

Hall (Storey, 2018) mendefinisikan encoding dan decoding sebagai proses yang dikendalikan oleh peneliti. Yang pertama melibatkan analisis lingkungan sosial di mana informasi dibuat, atau encoding, dan yang kedua melibatkan konsumsi konten media, atau decoding. Peneliti perlu mengkaji proses di mana pesan diciptakan oleh pengirim (*encoding*) dan penerimaan serta interpretasi khalayak terhadap pesan ketika pesan tersebut dicerna melalui media (*decoding*). Proses mengubah atau menafsirkan komunikasi tertulis ke dalam format yang dapat dipahami oleh penerima dikenal sebagai decoding. (Morissan, 2013)

Menurut Stuart Hall, khalayak melakukan decoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

- 1) Posisi Hegemoni Dominan, yaitu Pemaknaan Dominan (*Dominant Hegemonic Position*), adalah situasi di mana pesan yang disampaikan diterima sepenuhnya oleh audiens sesuai dengan maksud pembuatnya. Dalam posisi ini, tidak terdapat perbedaan makna antara pihak yang menyusun pesan (produsen) dan pihak yang menerimanya (konsumen), sehingga interpretasi pesan berjalan searah dan sesuai dengan tujuan awal.

- 2) Posisi Negosiasi, yaitu situasi di mana pesan yang disampaikan oleh pembuat media tidak sepenuhnya diterima begitu saja oleh audiens. Sebaliknya, khalayak menafsirkan pesan tersebut dengan mempertimbangkan pandangan pribadi, pengalaman, serta nilai-nilai yang

mereka yakini. Mereka mencoba menyesuaikan dan mengompromikan makna yang ditawarkan oleh produsen pesan dengan perspektif mereka sendiri. Dengan demikian, proses pemaknaan terjadi secara dinamis dan terus-menerus di antara kedua pihak.

3) Posisi Oposisi (*oposition position*), Pemaknaan ini terjadi ketika penerima pesan menafsirkan dan memberi makna yang berbeda terhadap teks atau kode yang disampaikan oleh pembuat pesan, berdasarkan kerangka pemikiran dan ideologi yang mereka miliki. Stuart Hall mengakui bahwa media sering kali menyisipkan maksud tersembunyi dalam pesan yang disampaikannya untuk memengaruhi khalayak. Namun, ia juga menegaskan bahwa audiens memiliki kemampuan untuk menolak atau menghindari pengaruh ideologi dominan tersebut. Ketika mengonsumsi media, individu secara aktif menafsirkan isi pesan dengan membentuk makna yang sesuai dengan pengalaman pribadi dan realitas kehidupan sehari-harinya. Setiap individu memiliki identitas ganda yang terbentuk secara sadar maupun tidak sadar, mencakup faktor seperti usia, jenis kelamin, etnis, ras, agama atau kepercayaan, lingkungan sosial, dan pengalaman hidup, yang semuanya memengaruhi cara mereka memaknai pesan media.

Selain itu, ada hal lain yang dapat membentuk decoding pesan oleh penonton, yaitu *frameworks of knowledge* (kerangka-kerangka pengetahuan), *Relations of Production* (Hubungan Produksi), dan *Technical Infrastructure* (Infrastruktur Teknis). *Framework of Knowledge* juga dikenal sebagai kerangka

pengetahuan, mengacu pada struktur pemahaman yang digunakan untuk mengorganisir, mengklasifikasikan, dan menyajikan informasi. *Framework of Knowledge* didapatkan seorang individu secara nonformal melalui keluarga dan dari nilai-nilai budaya dilingkungan social dan secara formal didapatkan dari sekolah, universitas, atau tempat-tempat formal lainnya. *Frameworks of knowledge* juga dapat ditelusuri, misalnya melalui seberapa dalam pengetahuan seseorang terhadap sebuah teks media (Novak, 2010). *Framework of Knowledge* membantu dalam menyajikan informasi dengan cara yang logis dan mudah dipahami. Dengan memanfaatkan struktur kerangka pengetahuan, informasi dapat disampaikan dengan cara yang sistematis dan terstruktur, memudahkan para pembaca atau pendengar untuk mengikuti dan memahami konten yang disajikan. *Framework of Knowledge* digunakan untuk mengklasifikasikan informasi sesuai dengan kategori tertentu. Penggolongan ini membantu meningkatkan pemahaman dan organisasi informasi yang kompleks (Jonassen, 2008).

Dinamika kekuasaan dan kontrol dalam penciptaan dan penyebaran pesan media disebut sebagai *Relation Of Production* (Hubungan produksi). Hal ini mencakup interaksi antara khalayak dan penyedia konten serta sistem sosial dan ekonomi yang mempengaruhi produksi dan distribusi konten. Hal ini dapat berhubungan dengan hal-hal seperti kepemilikan media, peraturan editorial, dan dinamika antara pemilik modal dan karyawan media. Platform dan teknologi yang digunakan dalam pembuatan, penyebaran, dan konsumsi pesan media disebut sebagai *Technical Infrastructure* (Infrastruktur Teknis). Ini mencakup situs jejaring sosial seperti Instagram, jaringan telekomunikasi, serta perangkat keras dan

perangkat lunak. Infrastruktur teknis mempengaruhi bentuk dan jenis materi serta bagaimana komunikasi dapat dibuat, diakses, dan didistribusikan.

