

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian ini peneliti akan menyimpulkan penerimaan penonton terhadap gaya hidup bebas dalam vlog Awkarin, terhadap dua komunitas Youtuber (*vlogger*) dan komunitas Blogger. Dasar pemikiran dari studi penerimaan khalayak ini adalah konsep khalayak aktif, yang berarti penonton tidak serta-merta menerima pesan yang disampaikan media, melainkan secara bebas dan aktif melakukan pemaknaan berdasarkan latar belakang pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki masing-masing informan.

Metode *encoding-decoding* Stuart Hall, meyakini makna teks terletak diantara pengirim dan penerima. Sebelum sampai pada khalayak lalu kemudian dimaknai, maka pesan tersebut adalah kosong. Metode ini juga menyatakan kesetaraan antara pengirim dan penerima. Karena pesan teks yang disampaikan oleh pengirim itu memiliki sifat membujuk kepada tujuan tertentu, namun khalayak juga dapat memaknai pesan tersebut dengan lebih beragam dari apa yang diharapkan oleh pengirim pesan tersebut.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penelitian ini, berbagai macam makna penerimaan yang akhirnya digolongkan menjadi tiga posisi hipotekal yakni *dominant-hegemonic*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Pemaknaan yang dilakukan oleh kelima informan yang berasal dari dua komunitas yang berbeda dan masing-masing informan memiliki latar belakang yang berbeda pula, yang sekaligus membuktikan bahwa faktor

kontekstual juga ikut mempengaruhi proses pemaknaan yang dilakukan khalayak.

Maka berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan bersama kedua komunitas penonton (vlogger dan blogger), hasil penerimaan penonton terhadap gaya hidup bebas dalam video blog Awkarin dapat disimpulkan secara umum hampir seluruh informan lebih banyak menempati posisi *oppositional position*. Sehingga dapat dikatakan, bahwa mayoritas penonton dari kedua Komunitas menyepakati gambaran gaya hidup bebas Awkarin dalam video blog ini adalah bertolak belakang atau tidak lazim dengan budaya adat istiadat di Indonesia berdasarkan pengalaman dan pengetahuan masing-masing informan. Serta menolak apa yang dipertontonkan Awkarin dalam *video blog*-nya tersebut.

Maka hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. **Pertama**, pesan yang disandi oleh produsen kepada penonton dalam hal ini melalui video blog, dapat diterima dengan cara yang beragam yaitu diterima seluruhnya, dinegosiasikan, atau dimaknai dengan cara yang berbeda. Hal ini sekaligus membuktikan konsep khalayak aktif. **Kedua**, posisi hipotekal yang sama tidak menjamin khalayak memiliki pemaknaan yang sama pula, karena masing-masing individu bebas memproduksi dan mereproduksi makna. Kemudian, posisi hipotekal ini memiliki sifat yang tidak tetap, dapat berubah sesuai pemaknaan yang dilakukan terhadap adegan yang berbeda. **Ketiga**, objek dalam penelitian ini yaitu video blog Awkarin (#Kvlog11, #Kvlog24, #Kvlog28) berhasil mempengaruhi khalayak yang menyaksikannya, melalui struktur encoding (kerangka pengetahuan,

hubungan produksi, dan infrastruktur teknis) yang disajikan. Terbukti dari perolehan data hasil penelitian yang menempatkan mayoritas penonton adalah pada posisi *dominat hegemonic*

B. Saran

Penelitian ini bertujuan memberikan pengetahuan untuk pembaca sebagai referensi penelitian selanjutnya (bisa dengan metode atau objek yang berbeda) untuk memperkaya khasanah studi khalayak media, khususnya di Indonesia. Atau sebagai ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan gaya hidup bebas dalam *video-blog*, YouTube atau media sosial lainnya. Disini peneliti mengajak khalayak agar lebih selektif lagi dalam menyaring pesan yang terdapat dalam sebuah tayangan di media sosial. Pada dasarnya tentu saja setiap khalayak berhak atas makna yang disampaikan oleh produsen, dalam arti khalayak berhak menerima maupun menolak pesan yang disampaikan oleh produsen.

Maka melalui penelitian ini, diharapkan para pembaca yang sudah tentu merupakan konsumen media, dapat melihat suatu teks media sebagai struktur makna yang perlu dicermati dan ditelaah, agar tidak serta-mera diterima begitu saja. Karena besarnya hak otonomi setiap khalayak untuk memproduksi bahkan mereproduksi makna dari teks media sebagai khalayak aktif, maka diharapkan bagi para produsen atau *content creator* di media sosial, khususnya YouTube agar lebih bijak lagi memilih dan memilah konten seperti apa dengan manfaat yang bagaimana yang akan diberikan oleh khalayak. Tidak mengunggah konten hanya sekedar mementingkan *viewers* yang banyak untuk mendapatkan keuntungan material. Tetapi dengan cara mengesampingkan efek yang akan ditimbulkannya nanti. Serta menyaring penonton dengan tepat agar yang menonton dapat sesuai dengan usia yang seharusnya.

