

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah dilakukan proses wawancara dengan informan yaitu IMM dan BEM mengenai penerimaan mahasiswa atas sarkasme politik akun Instagram @nurhadi_aldo peneliti akan menyimpulkan hasil dari penerimaan informan. Teori penerimaan audiens adalah konsep audiens aktif, yang memfokuskan pada bagaimana audiens tidak secara langsung menerima pesan yang disampaikan oleh media, melainkan audiens dapat bebas dan juga aktif dalam melakukan pemaknaan berdasarkan pengetahuan dan latar belakang pengalaman masing-masing individu.

Dari hasil penjabaran *decoding* yang telah peneliti jelaskan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan mahasiswa yang mengikuti Organisasi IMM dan BEM terhadap postingan dana awal kampanye dalam Instagram “Dildo” ini berada pada posisi yang berbeda-beda, dua orang informan, yaitu Sofia dan Farhan berada pada posisi *dominant hegemonic*. Sementara dua informan lagi yaitu Adit dan Folta berada pada posisi *negotiated position*. Dan dua informan terakhir yaitu Laras dan Andi berada pada posisi *oppositional position*.

Kemudian, pada sub-bab pembahasan postingan masyarakat miskin, pemaknaan oleh mahasiswa yang mengikuti Organisasi IMM dan BEM ini keseluruhan informan berada pada posisi hipotekal yang sama, yaitu

dominant hegemonic. Keenam informan sendiri menerima dengan apa yang diungkapkan Nurhadi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Selanjutnya pada sub-bab mengenai postingan pembangunan tol trans Jawa diterima dengan beragam oleh para informan. Sofia dan Folta menerima postingan tersebut dan berada pada posisi *dominant hegemonic*. Laras, Adit, dan Andi yang berada pada posisi *negotiated position* pada postingan pembangunan tol trans Jawa tersebut sebagai bentuk keberpihakan terhadap salah satu paslon. Kemudian Farhan yang berada pada posisi *oppositional position* memberikan pengecualian.

Dari penjelasan diatas, adapun hasil temuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. **Pertama**, yaitu pesan yang di-*encoding* oleh produsen kepada audiens melalui akun Instagram “Dildo”, dapat diterima dengan cara yang berbeda-beda yaitu diterima seluruhnya, dinegosiasikan (diterima sebagian), atau bahkan dimaknai dengan cara yang bertolak belakang oleh para informan. Hal ini sekaligus membuktikan konsep audiens aktif. **Kedua**, posisi hipotekal sifatnya tidak tetap (dapat berubah-ubah sesuai dengan pemaknaan yang dilakukan terhadap kalimat postingan yang berbeda. **Ketiga**, akun “Dildo” sebagai objek dari penelitian ini berhasil mempengaruhi audiens, dengan melalui pembahasan *encoding* (kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis). **Keempat**, anggota yang mengikuti Organisasi IMM dan BEM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta termasuk dalam audiens aktif dimana mereka

memberikan tanggapan mereka berdasarkan dengan pengetahuan, latar belakang, dan pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing informan. **Kelima**, akun Instagram “Dildo” yang dulunya aktif memposting gambar Nurhadi-Aldo dan kalimat sarkasnya, sekarang mengubah Namanya dari “Nurhadi_ald0” menjadi “nkr.internet (Negara Kesatuan Rpblk Internet) dengan kontennya yang baru yaitu membentuk suatu negara internet dengan memposting tokoh-tokoh terkenal untuk menjadi seorang Menteri di negara fiktif tersebut.

B. Saran

Reception Studies atau kajian khalayak ini mencoba untuk mengkaji proses bagaimana audiens menerima, memahami dan menciptakan pemaknaan yang diterima oleh audiens pada saat menentukan isi atau teks dari suatu pesan yang ditampilkan oleh media. Penelitian ini memilih Organisasi IMM dan BEM di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai informan untuk menghasilkan keberagaman posisi hipotekal penerimaan informasi tersebut pada informan yang berlatar belakang aktivis organisasi politik. Melalui penelitian ini, peneliti berharap para pengguna media social dapat berperan aktif dan selektif dalam melihat pesan yang disampaikan oleh media agar tidak diterima secara mentah tanpa dicermati dan ditelaah terlebih dahulu. Audiens memiliki peran yang besar dalam proses memaknai teks media. Pada dasarnya tentu saja setiap audiens berhak menerima atau menolak atas makna yang disampaikan oleh produsen.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, oleh karena itu peneliti berharap adanya penelitian lanjutan mengenai studi tentang khalayak dengan menggunakan metode yang berbeda serta teori yang berbeda untuk memperluas pengetahuan studi khalayak media. Untuk penelitian selanjutnya, demi mendapatkan hasil yang lebih mendalam peneliti menyarankan untuk penggunaan metode etnografi, dimana metode ini mengkaji tentang keyakinan, Bahasa dalam perilaku social dan komunikasi masyarakat dan bagaimana Bahasa tersebut diterapkan berdasarkan konsep budaya yang terkait. Penelitian tentang penerimaan merupakan penelitian yang mendalam namun dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam lagi di mana peneliti terjun langsung kedalam kelompok yang diteliti. Selain untuk perkembangan studi tentang khalayak, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan saran maupun kritik bagi admin pembuat konten Instagram Nurhadi Aldo selaku pencetus ide agar dapat membuat konten di Instagram Nurhadi Aldo lebih baik lagi agar dapat bermanfaat dan layak untuk disajikan kepada masyarakat.