

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masifnya perkembangan teknologi internet dan digital telah merubah kegiatan bermedia di masyarakat. Kegiatan dalam mendapatkan informasi hingga kegiatan menyebarkan informasi melalui media juga ikut bergerak maju seiring dengan perkembangan teknologi. Hal lain yang ikut berubah adalah bagaimana khalayak dapat mengakses, membuat, dan menyebarkan berbagai pesan komunikasi secara bebas dengan menggunakan *platform* yang bermacam-macam. Aspek multimedia juga lahir sebagai sarana baru untuk menyampaikan pesan komunikasi. Hal baru yang telah diwujudkan oleh perkembangan teknologi internet dan digital disebut media baru. Media baru telah mencakup alat teknologi yang semakin berkembang dan memiliki bentuk yang beragam. Media baru identik dengan akses yang dapat saling terhubung antara pengirim atau penerima, memiliki sifat interaktif dan berada di manapun, dan beragam (Mcquail, 201: 43).

Media sosial merupakan suatu hal yang terbentuk dari adanya media baru. Aspek multimedia dapat dijumpai di dalam media sosial. Masyarakat tidak hanya menggunakan teks saja, namun dapat menggunakan foto, video, dan/atau audio sekaligus dalam menyampaikan sebuah pesan komunikasi, sehingga tujuan dari tiap individu dapat lebih tersampaikan. Media sosial menjadi sarana baru bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi lebih luas dan bervariasi, serta menjadi

sarana untuk menyampaikan pendapat atau kritik dengan berbagai bentuk konten. Hingga tahun 2022, media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat serta jumlah pengguna yang tinggi. Dikutip dari data Kemp (2022), hingga Februari 2022 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta. Pengguna media sosial di Indonesia didominasi oleh khalayak yang memiliki rentang umur 18 hingga 24 tahun.

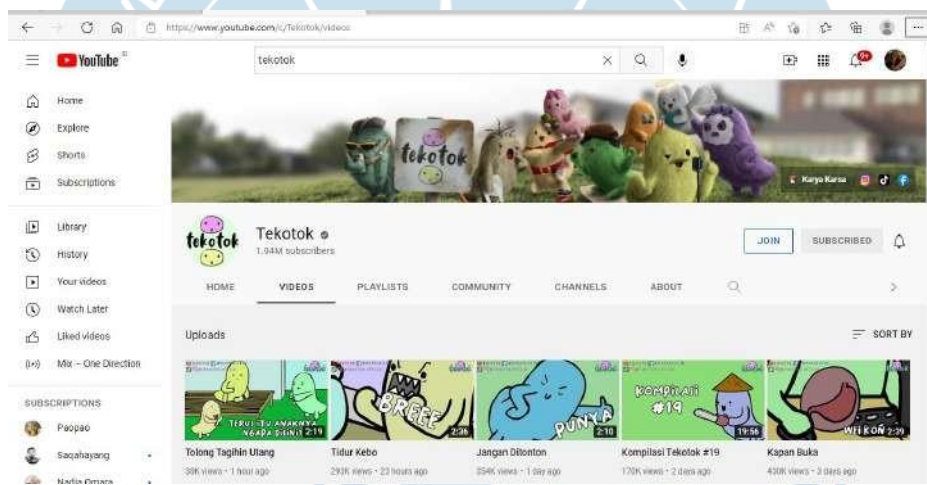
Data dari Kemp (2022), juga menunjukkan bahwa lima alasan paling banyak dalam menggunakan media sosial adalah untuk menghubungi keluarga, menghabiskan waktu, melihat hal yang sedang *trending*, mencari inspirasi untuk melakukan kegiatan atau membeli sesuatu, dan mencari sebuah konten. Beberapa contoh media sosial yang memiliki angka pengguna yang tinggi antara lain *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Youtube* (Kemp, 2022).

Youtube merupakan salah satu media sosial yang diluncurkan pada tahun 2005, yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mendapatkan informasi atau sekedar mencari hiburan dalam bentuk video. Video yang tersebar di *Youtube* dapat berupa video panjang, video pendek, animasi, film panjang dan pendek, *vlog*, lagu, video *review*, video edukasi, video berita dan lain sebagainya. Khalayak dapat mengakses *Youtube* dan mengunggah sebuah konten dengan mudah dan tidak perlu mengeluarkan biaya.

Youtube di Indonesia, dapat dikatakan sebagai salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. Melihat data yang tersedia, hingga tahun 2022 *Youtube* memiliki jumlah pengguna 139 juta (Kemp, 2022). Jumlah pengguna media sosial *Youtube* meningkat dari tahun lalu. Pada tahun 2021, pengguna *Youtube* berjumlah 107 juta, sehingga jika dibandingkan dengan tahun 2022, pengguna *Youtube* meningkat sebanyak 32 juta pengguna. Jika dilihat dari waktu yang digunakan oleh khalayak dalam mengakses *Youtube*, terdapat peningkatan 2% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat dalam mengunggah konten atau sekedar melihat berbagai konten yang tersedia di *Youtube*.

Dalam menggunakan *Youtube*, baik kreator atau pengguna, memiliki tujuan masing-masing berdasarkan dengan fungsi komunikasi. Fungsi yang terdapat dalam konten video *Youtube* dapat disematkan oleh pengunggah video sesuai dengan tujuan awal dari pengunggah dan dapat dimaknai dengan sama atau berbeda-beda oleh khalayak yang menonton video. Menurut McQuail (2011: 108), media memiliki lima fungsi, antara lain fungsi informasi, fungsi korelasi, fungsi keberlanjutan, fungsi hiburan, dan fungsi mobilisasi. Berdasarkan fungsi serta tujuan awal yang diinginkan oleh pengunggah, mereka dapat membuat konten video dengan jenis yang bermacam-macam salah satunya adalah video kritik singkat yang dibalut dengan unsur humor dan satir.

Salah satu kanal *Youtube* yang turut menyediakan tontonan/video kritik berbalut humor dan satire adalah kanal *Youtube* Tekotok. Kanal *Youtube* Tekotok menggunakan jenis video animasi dengan durasi singkat untuk mengkritik hal-hal yang sedang terjadi di masyarakat. pembuatan animasi tersebut diangkat dari keresahan dan pengalaman sehari-hari yang dialami oleh animator kanal *Youtube* Tekotok dan khalayak tertentu (Berto & Bilal, *Youtube* Tekotok).



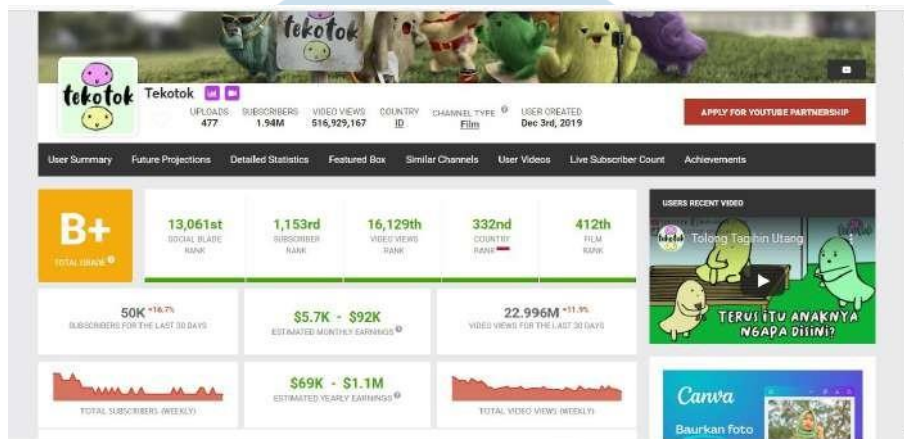
Gambar 1.1

Halaman Kanal Tekotok

Sumber: [youtube.com/Tekotok](https://www.youtube.com/Tekotok)

Terbentuk pada tahun 2020, Tekotok telah menyentuh 2,17 juta *subscriber*. Dikutip dari *social blade* (2022), *channel* Tekotok berada dalam peringkat 323 di Indonesia dan memiliki 603 juta *views*. Data dari *NoxScore Indonesia* menunjukkan

bahwa, Tekotok menduduki peringkat empat dalam kategori Top 100 *Youtubers Channel* Film dan Animasi. Selain itu, jumlah views kanal *Youtube* Tekotok mengalami kenaikan sejumlah 22 juta views dalam waktu sebulan dan mengalami kenaikan *subscriber* sejumlah 50 ribu (Social Blade, 2022).



Gambar 1.2

Rata-rata views kanal Tekotok

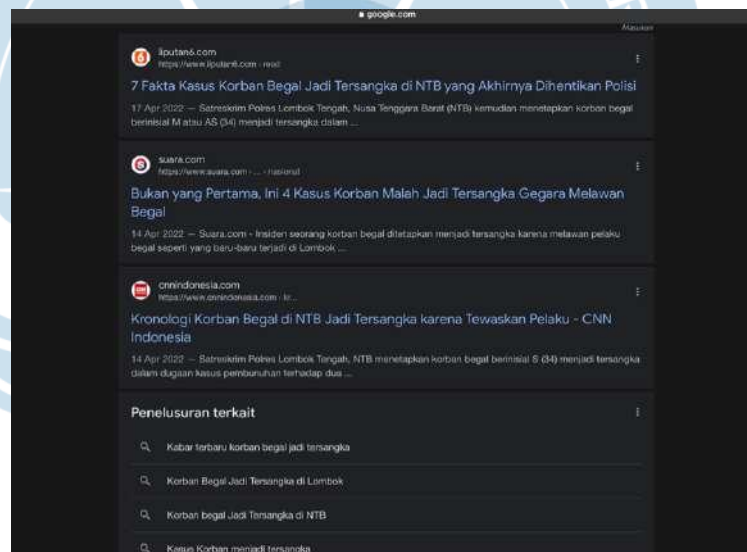
Sumber: Social Blade

Video yang diunggah oleh *channel* Tekotok berdurasi dua hingga lima menit. Tekotok tidak hanya menawarkan hiburan dengan unsur komedi yang segar di dalamnya namun, animasi tersebut juga sarat akan kritik. Kritik yang disuarakan tidak hanya mengacu pada politik namun, mencakup fenomena sosial, alam, kepercayaan, dan lain sebagainya yang dibungkus dengan unsur humor dan satir. Dalam membuat sebuah animasi, Tekotok tidak memiliki karakter utama agar ide yang ingin dituangkan dalam animasi dapat lebih luas dan menjaungkau beberapa fenomena di masyarakat (Berto & Bilal, 2021).

Dalam menyampaikan sebuah informasi, menggunakan objek visual merupakan sebuah keunggulan. Menurut Mayer (2001), orang akan lebih mudah belajar ketika sebuah pesan mengandung kata-kata dan gambar, dibandingkan hanya melalui kata-kata saja. Hal tersebut sama seperti yang dikatakan oleh Vanichvasin (2020), dengan menyampaikan informasi dalam bentuk visual, akan membuat daya ingat seseorang akan meningkat karena visual akan membantu orang untuk dapat menafsirkan konten dan akan membuat seseorang selalu ingat. Dalam kata lain, penonton Tekotok akan lebih mengingat dan memahami pesan yang ingin disampaikan oleh animator.

Tekotok merupakan kanal *Youtube* yang *up to date* dengan fenomena-fenomena yang sedang terjadi dan trending di masyarakat, salah satunya adalah fenomena sosial berupa kejahatan begal yang ramai diperbincangkan pada bulan April 2022. Kejahatan begal ini merupakan fenomena sosial yang merugikan banyak orang yang dapat terjadi di manapun dan kapan pun. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, begal merupakan seorang penyamun, sedangkan kegiatan yang mencakup proses, cara, atau melakukan perampokan di jalan disebut pembegalan. Begal juga dapat diartikan sebagai kejahatan merampas/merampok barang orang lain yang disertai dengan kekerasan untuk mendapatkan keuntungan pribadi (Faridah & Widodo, 2020). Dapat disimpulkan bahwa kejahatan begal merupakan kejahatan perampokan/perampasan barang milik orang lain dan dilakukan secara paksa untuk mendapatkan keuntungan atau kepuasan pribadi. Kejahatan begal juga dapat melukai bahkan dapat menewaskan seseorang tanpa pandang bulu.

Kejahatan begal merupakan salah satu bentuk kejahatan dengan kekerasan yang memiliki jumlah kejahatan yang tinggi. Menurut data Badan Statistik Penduduk, angka kejahatan terhadap hak milik menggunakan kekerasan pada tahun 2020 sebanyak 6.538 kejadian. Kejahatan begal ini juga menjadi magnet bagi para media. Hasil pencarian *Google* menunjukkan bahwa, sebanyak 6.020.000 pemberitaan mengenai kejahatan begal pada tahun 2022. Bulan April 2022, terdapat fenomena kejahatan begal yang ramai diperbincangkan dan turut menjadi sorotan media dengan hasil pencarian *Google* sebanyak 1.390.000, yaitu kasus penangkapan Amaq Sinta.



Gambar 1.3

Kasus Begal Amaq Sinta

Sumber: Penelusuran Google

Tekotok juga turut mengangkat fenomena tersebut dengan membuat dua video yang saling menyambung dengan judul:

- a. Katakanlah Saya di begal

b. Persiapan Begal.

Pada video pertama, Tekotok menyampaikan satir mengenai tanggapan aparat keamanan dalam menanggulangi kejahatan begal dan penanganan hukum bagi korban begal. Dilanjutkan dengan video selanjutnya, Tekotok mencoba untuk menggambarkan tanggapan aparat keamanan mengenai pembegalan dan begal. Membalut video-video yang dengan humor dan satir, Tekotok juga ikut mengajak penonton untuk mengerti pesan moral yang mereka tuang dalam animasi. Tekotok juga turut mengajak penonton untuk mengubah *mindset* dari setiap individu (Berto & Bilal, 2021).

Alasan peneliti memilih dua video tersebut, video “Katakanlah Saya dibegal” dan “Persiapan Begal” adalah selain karena fenomena yang diangkat, fenomena kejahatan begal, merupakan magnet sorotan bagi para media, dalam kanal *Youtube* Tekotok, video tersebut memiliki jumlah *views* yang tinggi dibandingkan video lainnya pada bulan April 2022. Data dari *NoxInfluencer*, menunjukkan bahwa video tersebut memiliki jumlah *views* 814 ribu dan memiliki rata-rata *views* 37,4%. Terdapat kanal *Youtube* lainnya yang turut membahas fenomena kejahatan begal seperti Santoon TV dan Rifirdus namun, tidak sebanding dengan jumlah *views* yang didapatkan oleh Tekotok.

Peneliti menemukan penelitian terdahulu mengenai analisis resepsi terhadap sebuah video satir di *Youtube* dengan judul “*Analisis Resepsi Satire pada Konten Atta Halilintar dalam Video Majelis Lucu Indonesia Segmen Debat Kusir #4: Atta*

Halilintar Tidak Bersalah” oleh Muhammad Akbar Ferdiansyah. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Akbar Ferdiansyah menggunakan studi resepsi Stuart Hall untuk mendapati pemaknaan khalayak terkait pesan satir yang ada dalam video Debat Kusir. Penelitian tersebut dilakukan dengan mewawancarai lima orang dan menemukan hasil sesuai dengan pembagian posisi khalayak. Penelitian video debat Kusir ini memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti. Kedua penelitian ini berfokus pada pemaknaan khalayak dari sebuah konten video pesan satir humor di *Youtube*. Perbedaannya adalah dalam penelitian, peneliti menggunakan video animasi. Peneliti juga mencoba memberikan pemaknaan khalayak terhadap humor yang terdapat pada video animasi Tekotok, tidak hanya unsur satirnya saja.

Berdasarkan penyampaian pesan komunikasi yang berkaitan dengan fenomena sosial, khususnya tentang kejahatan begal, yang dibalut unsur humor dan satir, tentu dapat menimbulkan adanya pemaknaan yang berujung pada penerimaan atau perlawanan dari khalayak. Makna yang diproduksi oleh penonton Tekotok, akan dipengaruhi oleh pengalaman dari penonton tersebut. Selain itu, disadari atau tidak, *channel* Tekotok juga mengajak khalayak, terlebih pada penonton kanal *Youtube* Tekotok, untuk menyadari dan berpikir mengenai keadaan atau fenomena yang terjadi di sekitar. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui bagaimana pemaknaan dari khalayak mengenai pesan dengan unsur humor dan satir yang disampaikan oleh *channel* Tekotok.

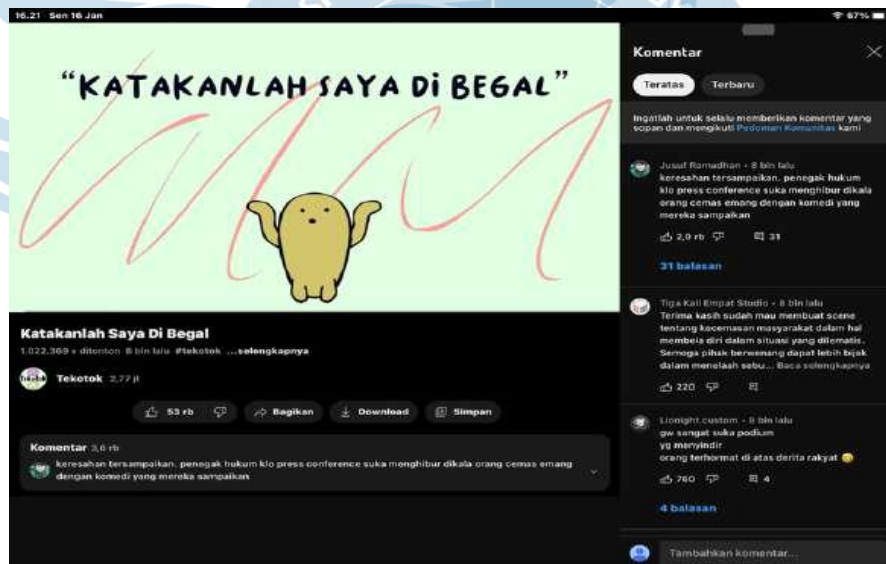


Gambar 1.4
Isu begal yang digambarkan oleh Tekotok
Sumber: youtube.com/Tekotok



Gambar 1.5

Isu begal yang digambarkan oleh Tekotok
Sumber: youtube.com/Tekotok



Gambar 1.6

Beberapa komentar dalam video Tekotok
Sumber: youtube.com/Tekotok

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan peneliti di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penonton memaknai pesan satir humor dalam video *Youtube* Tekotok (Segmen video: Begal 2022)?

C. Batasan Masalah

Sebuah pembatasan dari masalah dipergunakan untuk membatasi pokok masalah yang dapat melebar, sehingga penelitian dapat lebih fokus dan tujuan penelitian dapat tercapai. Batasan masalah yang peneliti tentukan adalah:

1. Cakupan dari penelitian ini adalah pemaknaan dari informan mengenai pesan satir humor dalam konten *Youtube* Tekotok (segmen video: Begal 2022).
2. Hal-hal yang digunakan untuk menentukan pemaknaan dari informan dalam menonton konten begal Tekotok hanya pengalaman, pengetahuan, relasi, dan media yang mereka gunakan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah peneliti rumuskan maka, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pemaknaan penonton terhadap pesan humor dan satir dalam video *Youtube* Tekotok.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya mengenai pemaknaan khalayak terhadap pesan humor dan satir dalam sebuah video *Youtube*.

2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi khalayak terkait pesan satir humor. Penelitian ini juga diharapkan untuk membantu pengguna media sosial *Youtube* untuk melihat nilai dari sebuah konten di *Youtube*. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi inspirasi untuk kreator *Youtube*, supaya menghasilkan konten yang memiliki makna dan pesan moral dalam hidup.

F. Kerangka Teori

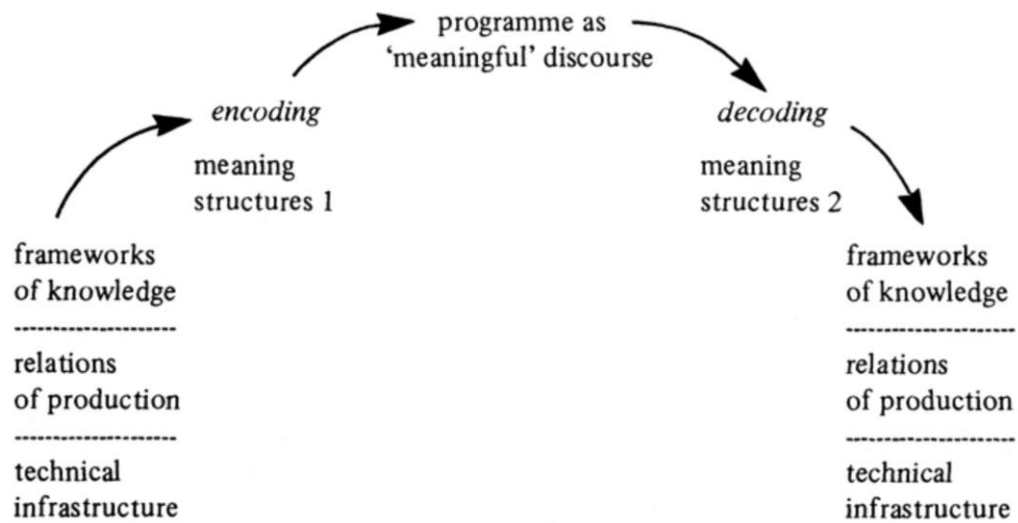
Dalam penelitian ini, peneliti melihat pemaknaan dari para informan terhadap satir dan humor dalam konten *Youtube* Tekotok. Oleh sebab itu, peneliti memerlukan beberapa teori yang akan menunjang jalannya penelitian.

1. Teori Resepsi

Resepsi atau *reception* adalah sebuah penerimaan yang dilakukan oleh seseorang. Resepsi juga dapat diartikan sebagai hal-hal yang dilakukan oleh seseorang atau khalayak dalam pengolahan teks dengan memberikan makna terhadap karya tersebut, kemudian akan terbentuk sebuah respon (Ratna dalam Hadi, 2021: 39). Analisis resepsi menjadi sebuah studi yang mengatakan bahwa khalayak merupakan pencipta makna yang aktif terhadap pesan dari sebuah tayangan yang

menerpa (Barker, 2003: 29-30). Dengan kata lain khalayak dianggap sebagai produser dan menjadi partisipan aktif bukan hanya sebagai konsumen. Studi resepsi mempercayai bahwa penerpaan makna dari sebuah pesan tidak dibentuk oleh sebuah media. Teori ini juga berfokus pada pemaknaan yang terbentuk berdasarkan dari pengalaman khalayak (Hadi, 2021: 40). Oleh sebab itu, khalayak dapat memiliki pemaknaan yang sama atau berbeda, tergantung dengan apa yang telah mereka alami.

Pada studi resepsi, Hall menekankan sebuah pemaknaan khalayak yang menghasilkan sebuah proses *Encoding*, yang memiliki arti sebagai proses pemaknaan dan penyampaian pesan oleh pembuat pesan, dan *Decoding* yang berarti sebuah proses pemaknaan dan tindakan oleh penerima dari terpaan pesan yang diterima (Ross, 2011: 4). Model *Encoding* dan *Decoding* Hall mencoba untuk memberikan penjelasan mengenai cara yang dilakukan oleh media dalam memproduksi pesan dan cara khalayak dalam menerjemahkan isi pesan dari sesuatu yang mereka tonton atau dengar. Secara lebih jelas, *Encoding* merupakan sebuah proses dari pembentukan pesan dalam kerangka teks media yang akan diberikan pada khalayak berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh pembuat pesan, sedangkan *Decoding* merupakan kegiatan interpretasi atau penafsiran teks media tersebut oleh khalayak (Hall, 1980, 136 dalam Tugba Ozcan, 2017: 4).



Gambar 1.7
Model *Encoding-Decoding* Stuart Hall
Sumber: Hall, S et al. 2005. *Culture, Media, and Language*.

Mengacu pada gambar di atas, terlihat adanya tahapan yang terjadi dalam pemaknaan pesan. Tahapan tersebut juga telah dijelaskan oleh Hall (2005: 120), yakni:

1. *Production*: tahapan yang menunjukkan cara pesan atau kode diproduksi.
2. *Programme as Meaningful discourse*: proses penerimaan pesan atau kode oleh khalayak setelah melihat pesan yang telah diproduksi. Pemaknaan dari khalayak dapat beragam.
3. *Distribution/Consumption*: pesan atau kode telah diterima dan

dimaknai oleh khalayak.

Melalui gambar model *encoding/Decoding* Stuart Hall di atas, dipahami pula bahwa, pada saat melakukan *Encoding* dan *Decoding* pesan, terdapat tiga hal utama yang ikut mempengaruhi cara pesan akan dibentuk, yaitu:

1. *Framework of Knowledge*: berhubungan dengan pengetahuan yang dialami oleh encoder dan decoder. Pengetahuan dapat dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pendidikan, keluarga, atau pengalaman pribadi.
2. *Relations of Production*: berhubungan dengan relasi sosial yang dimiliki oleh encoder dan decoder.
3. *Technical Infrastructure*: berhubungan dengan sarana yang digunakan untuk memproduksi pesan.

Berkaitan dengan proses pemaknaan pesan, Hall (2005) menyatakan bahwa struktur makna yang terbentuk di awal bisa saja tidak ditangkap sama oleh dekoder sehingga, struktur makna kedua juga akan berbeda artinya. Hal tersebut juga dapat dipengaruhi oleh tiga faktor utama yang telah peneliti paparkan di atas, seperti berbeda keadaan, pengetahuan, atau sarana yang digunakan. Barker (2003: 30), mengatakan bahwa respon yang dialami oleh seseorang atau khalayak dapat berbeda karena adanya perbedaan latar belakang budaya serta pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Sehingga, khalayak dapat memaknai sebuah pesan dengan leluasa, sesuai dengan apa yang diketahui oleh masing-masing individu dan tidak terbatas dengan sebuah aturan. Adanya perbedaan dalam pertukaran

komunikasi antara *encoder* maupun dekoder akan menyebabkan distorsi berupa kesalahpahaman.

Distorsi kesalahpahaman yang disebabkan oleh perbedaan dalam penafsiran makna dalam proses *Encoding-Decoding*, Hall menawarkan tiga posisi khalayak dalam melakukan *Decoding* terhadap pesan media (Morissan, 2013: 550-551), yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan: khalayak berada dalam posisi menerima dan menyukai pesan yang disampaikan oleh media tanpa adanya penolakan dan/atau pengecualian.
2. Posisi Negosiasi: khalayak menerima makna pesan dari media namun, terjadi penolakan dalam memahami beberapa isi pesan yang dipaparkan dan menerapkan sesuai yang dipercaya dan diminati oleh masing-masing individu. Khalayak dapat membuat batasan dalam memahami pesan pada situasi tertentu (Ross, 2011: 4). Dengan kata lain, khalayak melakukan tindakan selektif dan adaptif dalam memahami isi pesan yang dipaparkan. Memilah yang makna pesan yang disampaikan namun, dapat menggunakan atau mengikuti makna pesan yang disediakan pada waktu tertentu.
3. Posisi Oposisi: berada dalam posisi menolak makna pesan yang dipaparkan dan mengubah makna sesuai dengan cara pikir mereka sendiri. Khalayak memiliki pemaknaan tersendiri sesuai dengan apa yang mereka pahami.

2. Humor

Humor dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memancing setiap individu untuk merasa geli, tertawa, atau hanya sekedar tersenyum. Sesuatu tersebut dapat berupa lawakan, film, kartun, acara televisi, dan lain sebagainya. Menurut Singh (2012: 65), humor adalah sebuah ekspresi dari keanehan yang dirasa tidak sesuai oleh seseorang dalam sebuah situasi. Humor juga erat berkaitan dengan aspek emosi yang menyangkut pengalaman kognitif dari seseorang untuk memancing tawa (Singh, 2016: 66). Pada hal tertentu, humor juga dapat memperlihatkan kecerdasan dan kekonyolan seseorang. Humor dapat muncul ketika seseorang dalam keadaan ingin lepas dari tekanan atau kekangan, sehingga dengan tertawa akan membantu terlepas dari tekanan atau kekangan tersebut. Menurut Subitmele (2022), humor juga dapat diartikan sebagai sikap untuk mengkritik melalui cara yang menyenangkan. Kritik yang disampaikan dengan humor dapat dipahami dan tidak menyinggung.

Menurut Meyer (2015: 11-12), humor mempunyai tiga elemen kunci agar humor yang disampaikan dapat sukses:

1. Seseorang mendapatkan hal baru yang tidak disangka dan berbeda dengan cara pikir seseorang tersebut.
2. Seseorang mulai memahami pola dari hal baru yang didupatkannya. Seseorang akan mengalami keganjilan dan ketidaksesuaian.

3 Dengan memanfaatkan emosi yang dimiliki, humor akan membuat seseorang tersebut merasakan kelegaan dan kesenangan.

Teori humor (Meyer, 2015: 13-20) juga dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1 *Relief Humor* (Humor kelegaan): Humor kelegaan merupakan humor yang digunakan untuk melepaskan diri dari stres atau tekanan. Teori ini dipercaya jika semakin ada tekanan, akan semakin banyak pula humor yang akan dialami oleh seseorang. Humor kelegaan juga berfokus pada cara humor dihasilkan untuk mengatasi hambatan sosial. Freud (1911) dalam Meyer (2015: 14), percaya bahwa humor dapat melepaskan tekanan dari hambatan sosial di masyarakat, seperti ekonomi, hukum, sosial, politik, dan lain sebagainya. Tindakan tersebut dapat dilakukan dengan lawakan atau tindakan lainnya. Gaya dari humor ini dapat berupa satir, umpatan, atau sindiran (Manser dalam Sugiantomas, dkk, 2017).

2 *Incongruity Humor* (Humor ketidaksesuaian): Humor ini dihasilkan oleh adanya ketidaksesuaian dengan pikiran dari seseorang. Biasanya suatu hal yang tidak terduga dan aneh. Menurut Meyer (2015: 18), teori humor ketidaksesuaian berfokus pada jalannya aksi humor yang terkonsep supaya khalayak mendapatkan lawakan yang dimaksud dan tertawa. Pada intinya, teori humor ini menimbulkan rasa geli seseorang karena adanya perbedaan ekspektasi.

- 3 *Superiority Humor* (Humor Superioritas): Humor dalam teori ini digambarkan sebagai sebuah tindakan superior. Kondisi ini terjadi ketika terdapat seseorang memiliki posisi yang lebih unggul atau beruntung menertawakan seseorang yang mengalami keadaan yang tidak beruntung. Teori ini juga berusaha menjelaskan adanya respon gembira dari individu terhadap sebuah tindakan bodoh atau kejahilan.

Menurut Sugiantomas, dkk (2017), terdapat tiga jenis komunikasi dalam sebuah humor, antara lain:

1. Komunikator menyampaikan humor yang dianggapnya sebuah lawakan atau lelucon dan komunikan menerima lelucon tersebut.
2. Komunikator menyampaikan humor yang dianggapnya sebuah lawakan atau lelucon namun, komunikan tidak menganggap hal tersebut sebagai lelucon.
3. Komunikator tidak menyampaikan sebuah lawakan atau lelucon namun, komunikan menganggapnya sebagai lelucon.

3. Satir

Singh (2012: 68) menjelaskan bahwa satir merupakan sebuah gaya pikiran yang digunakan untuk mengejek sebuah situasi, baik kejahatan, penyalahgunaan oleh seseorang, dan/atau kekurangan dari seseorang. Satir bertujuan untuk dan membangun sebuah kritik sosial untuk memperbaiki suatu keadaan. Menurut Abrams & Harpham (Ukeme & Orhero, 2019: 141). juga dapat digunakan untuk

menimbulkan sikap geli, cemoohan, dan/atau kemarahan dari sebuah keadaan. Ugolini (2016: 2) mengatakan bahwa satir dapat dibuat jika, pelaku satir mempunyai harapan perubahan terhadap sesuatu sehingga, dapat memotivasi khalayak untuk memperbaiki kesalahan atau hal buruk. Satir juga memiliki 4 kategori target, yaitu target keadaan atau situasi tertentu (*episodic*), target pada sifat atau kepribadian individu yang menjadi stereotip di masyarakat (*personal*), target pengalaman dan situasi seseorang yang menjadi sebuah kebiasaan (*experiential*), dan target kode bahasa yang menargetkan kode bahasa sebagai objek (*textual*) (Simpson, 2003: 71 dalam Dhyaningrum, dkk, 2016: 215).

Menurut Ukeme & Orhero (2019:141), satir dibagi menjadi dua jenis, yaitu satir langsung dan satir tidak langsung. Satir langsung merupakan satir yang ditunjukkan pada pembaca melalui sebuah karya, sedangkan satir tidak langsung adalah sindiran yang menggunakan prosa atau narasi (irama, diksi, rima, dan lain-lain). Satir juga terbagi menjadi dua jenis (Olaniyan, 2015: 4), yaitu:

1. Jenis Horatian: satir yang memberikan kritikan pada tindakan kejahatan atau kebodohan. Biasanya, satir horatian memiliki gaya yang lembut, tersenyum, dan simpati. Satir Horatian dapat diungkapkan melalui sebuah puisi.
2. Jenis Juvenalian: satir yang memiliki bahasa lebih keras dari pada Horatian (melalui cemoohan dan ejekan). Menurut Quintro (dalam Ukeme & Orhero, 2019: 141), satir Juvenalian dapat menimbulkan kemarahan sosial dan moral, penghinaan, dan penyimpangan. Secara lebih lanjut, Satir horatian digunakan untuk

membuat masyarakat melihat keadaan sekitarnya dengan cara menunjukkan kebodohan dan kelinglungan dalam kehidupan melalui kritikan, agar seseorang dapat melakukan perbaikan terhadap kelemahannya tanpa merasa tersinggung. Tertawa atau tersenyum miris merupakan respon dari satir Horatian (Edhi, 2020: 49).



4 *Youtube*

Youtube merupakan *platform* penyedia berbagai macam jenis video dan dapat diakses oleh siapapun, di manapun, dan kapanpun secara gratis. *Youtube* didirikan oleh Chand Hurley, Steve Chen, dan Jawed Kharim pada tahun 2005. Pada tahun 2005 pula, video pertama diunggah oleh Jawed Kharim di *platform Youtube*. *Platform Youtube* telah memiliki 100 jam video yang terunggah di dalamnya dalam waktu satu menit (Corbuzier, 2020). Dengan kata lain, *Youtube* memiliki banyak pengguna, baik sebagai penonton maupun kreator video.

Melalui *platform* ini, seseorang dapat dengan bebas menonton dan mengunggah berbagai macam video yang berisikan informasi, hiburan, bisnis, dan hal-hal yang bersifat pembelajaran. Pengguna juga dapat turut membagikan video yang diunggah oleh seseorang. Selain menonton, membuat, dan menyebarkan video, seseorang dapat mendapatkan konten yang diinginkan. Pengguna *Youtube* dapat menuliskan video yang ingin dicari secara luas atau langsung mencari kanal *Youtube* yang ingin ditonton. Video yang sudah dicari, dapat dimasukkan kedalam sebuah daftar atau *playlist* untuk mempermudah pengguna dalam menonton. (Sahlin & Botello, 2007).

Youtube memiliki empat nilai yang diterapkan berlandaskan kebebasan, antara lain:

1. Kebebasan Berkespresi.
2. Kebebasan Mendapatkan Informasi.
3. Kebebasan Mendapatkan Tempat Berkarya.
4. Kebebasan Menggunakan Peluang.

5 Konsep Pesan

Pesan merupakan keseluruhan kata atau kalimat yang terucap dari individu. Pesan merupakan sesuatu yang memiliki wujud yang diterima oleh individu atau lebih banyak individu dan dapat dirasakan oleh indera. Individu atau banyak individu dapat menerima pesan, baik secara langsung maupun menggunakan sebuah media dan dapat memberikan pengaruh efektif terhadap lawan bicara tersebut. (Morissan, 2013: 19). Menurut Dominick (dalam Morissan, 2013: 19), pesan merupakan produk fisik yang nyata sebagai hasil dari *Encoding* yang dilakukan oleh sumber. Penerima pesan memiliki kendali penuh dalam menerima ataupun menolak pesan yang diterima.

Siahaan (1991) mengatakan bahwa pesan memiliki tiga unsur, yaitu kode pesan, isi pesan, dan wujud pesan (Muqsith, 2022: 35). Ketiga unsur tersebut dapat membantu seseorang atau lebih untuk mengerti pesan yang disampaikan oleh lawan bicaranya. Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing unsur pesan (Muqsith, 2022: 35):

- a. Kode pesan: beberapa simbol yang telah disusun sehingga, dapat bermakna bagi orang lain yang menerima pesan. Dalam penelitian ini, kode pesan berupa simbol yang muncul dari dialog dan adegan yang ditunjukkan oleh Tekotok dalam konten begal.
- b. Isi Pesan: materi yang telah ditentukan oleh sumber untuk mengutarakan

maksudnya. Dalam penelitian ini, pesan satir humor yang ingin disampaikan oleh Tekotok mengenai isu begal.

- c. Wujud pesan: media yang dipilih oleh sumber untuk membungkus pesan darinya agar individu atau khalayak yang dituju dapat tertarik dan memahami pesan tersebut. Dalam penelitian ini, konten animasi yang menyinggung isu begal yang dibalut dengan satir humor dan memiliki durasi singkat dari konten Youtube Tekotok menjadi wujud pesan.

G. Konsep Penelitian *Encoding-Decoding* Satir Humor dalam Segmen Video “Begal” bulan 2022 Tekotok

Hadirnya media baru dalam hidup masyarakat, telah memunculkan berbagai *platform* baru untuk mencari informasi atau sekedar mencari hiburan. Salah satunya adalah kehadiran media sosial *Youtube* yang memberikan banyak pilihan video untuk ditonton dan memberi peluang bagi masyarakat untuk mengunggah video, sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing. Dalam *Youtube*, terdapat berbagai jenis video yang dapat ditemui, salah satunya adalah video animasi.

Tekotok merupakan salah satu *channel* yang berisikan konten animasi dengan durasi yang pendek. Konten yang disuguhkan oleh Tekotok mengangkat pengalaman dan keresahan pribadi dari animator, mulai dari sosial, politik, ekonomi, hingga hal kecil dalam hidup sehari-hari, yang dibalut dengan humor dan satir. Berdasarkan elemen komunikasi, Tekotok menjadi *source* atau sumber dan *Youtube* menjadi

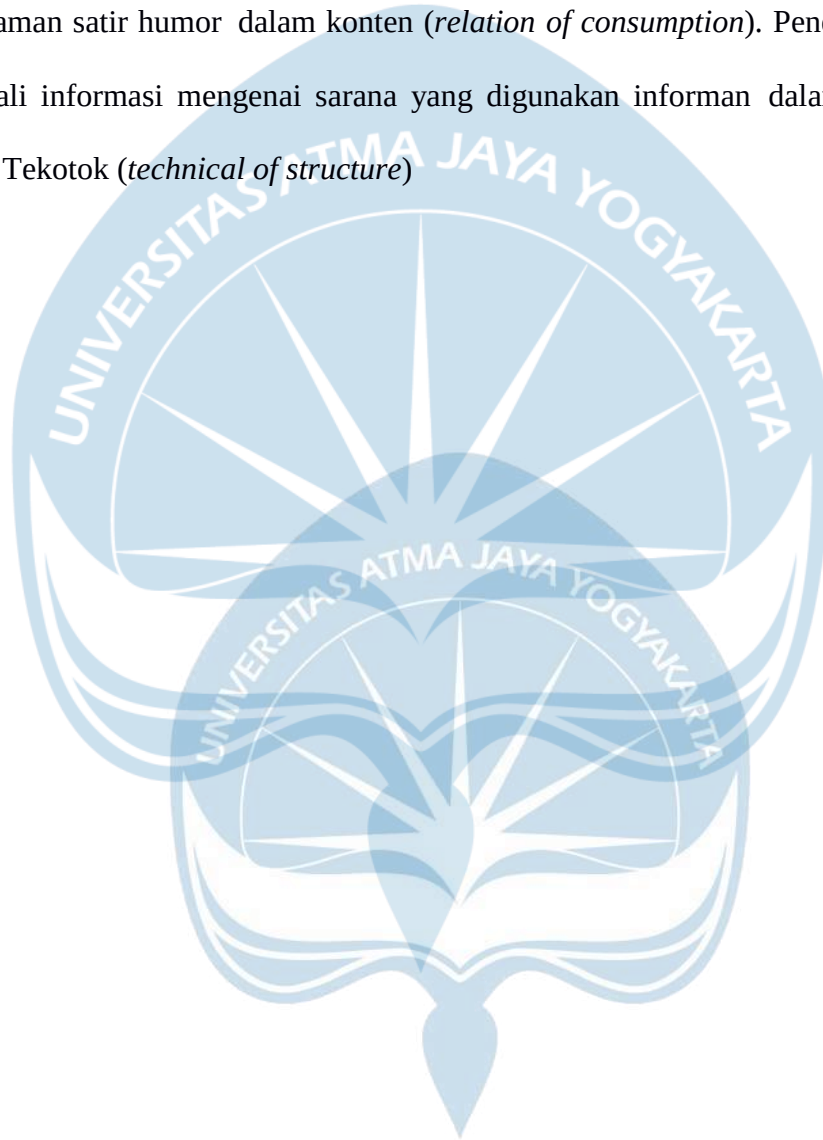
saluran untuk menyebarkan konten yang telah dibuat. Proses *encoding* yang terjadi dalam *channel* Tekotok adalah pada saat animator Tekotok menuangkan idenya mengenai keresahan yang dirasakan oleh animator dalam kesehariannya dan ingin memberikan kritik. Kemudian, keresahan tersebut dituangkan ke dalam konten animasi berbalut humor dan satir.

Pesan yang disampaikan lebih menonjolkan unsur humor dan satir dalam menceritakan keresahan dan pengalaman pribadi animator. Namun, khalayak atau *subscriber* yang menjadi penonton dapat menangkap sepenuhnya dan menyetujui pesan humor dan satir yang disebarkan oleh Tekotok atau bisa saja dipahami secara berbeda dan akhirnya penonton tidak menyetujui satir dan humor yang ditunjukkan dalam konten animasi tersebut. Dalam hal ini, *subscriber* dari Tekotok telah mengalami proses *decoding*, yaitu memahami pesan yang disampaikan oleh Tekotok.

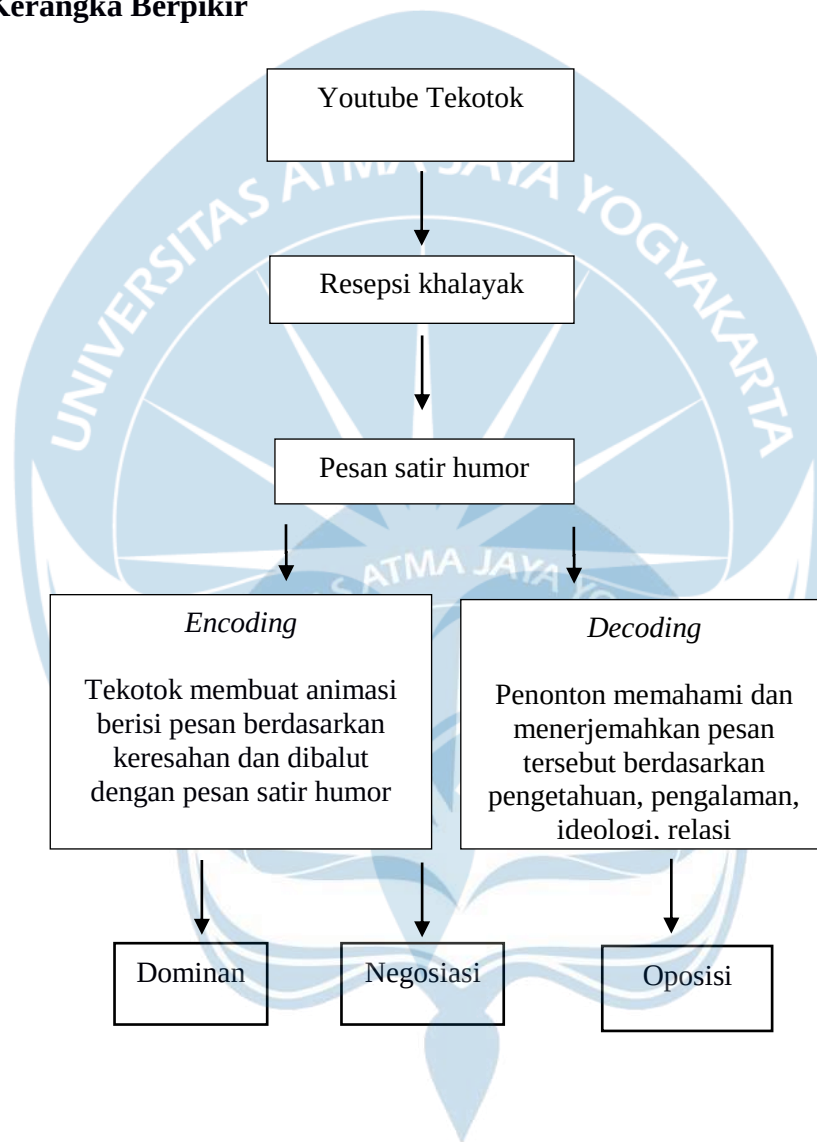
Peneliti mencoba untuk melihat *decoding* dari *subscriber channel* Tekotok. Dalam prosesnya, akan memungkinkan bagi peneliti untuk mendapatkan hasil yang berbeda antar penonton. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan pengetahuan, keadaan, pengalaman, budaya, dan lain sebagainya. Perbedaan hasil *decoding* dari *subscriber channel* Youtube akan ditempatkan pada tiga posisi yang ditawarkan oleh Hall, yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisional. Peneliti juga menggali informasi dari penonton kanal Tekotok sebagai informan penelitian.

Peneliti melihat melalui faktor utama yang mempengaruhi proses *Encoding-Decoding*, yaitu informasi latar belakang pengetahuan, pengalaman, budaya,

pekerjaan, dan lain sebagainya dari informan mengenai isu dari keresahan animator Tekotok dan pemahaman konteks satir dan humor (*framework of knowledge*). Selain itu, peneliti juga akan melihat relasi informan yang dapat mempengaruhi pemahaman satir humor dalam konten (*relation of consumption*). Peneliti juga akan menggali informasi mengenai sarana yang digunakan informan dalam mengakses konten Tekotok (*technical of structure*)



H. Kerangka Berpikir



I. Metodologi Penelitian

Penelitian yang berjudul Resepsi Khalayak terhadap satir humor dalam Video Animasi Tekotok di Youtube menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memakai latar yang alami untuk memahami fenomena dan latar belakang dari subjek penelitian secara mendalam. Hasil dari penelitian ini nantinya akan berbentuk data deskriptif (Moleong, 2007).

Penelitian ini bertujuan menggali kesadaran subjek penelitian mengenai pengalamannya dalam sebuah fenomena dan penelitian ini bersifat subjektif karena data yang didapat adalah hasil pengalaman subjek penelitian. Pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara. Wawancara merupakan sebuah percakapan dengan dua pihak dengan mengajukan pertanyaan mengenai seseorang, fenomena, perasaan, dan lain sebagainya (Moleong, 2007: 186). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara dalam sebuah *Focus Group Discussion* (FGD). FGD dapat diartikan sebagai diskusi dalam sebuah kelompok untuk mendapatkan sebuah informasi, sudut pandang, dan pengalaman sesuai dengan yang diinginkan dan telah diarahkan oleh mederator (Paramita & Kristiana, 2013). Dengan menggunakan FGD, penelitian mendapatkan berbagai persepsi, sikap, dan pengalaman sehingga, akan mendapatkan lebih banyak data dan memungkinkan adanya percakapan yang lebih dalam mengenai topik diskusi (Wahid, 2021:108).

Selain itu, penulis juga akan mengumpulkan data dengan menggunakan metode dokumentasi berupa tangkapan adegan dari *Youtube* Tekotok. Peneliti bertujuan

untuk mengetahui arti/makna dari *Encoding* yang dilakukan oleh sumber, dalam penelitian ini adalah Tekotok.

Objek yang peneliti teliti adalah pemaknaan atau resepsi terhadap pesan humor dan satir oleh penonton kanal *Youtube* Tekotok. Peneliti telah menentukan beberapa video yang akan dimaknai oleh penonton *Youtube* Tekotok, yaitu:

1. Katakanlah Saya dibegal (diunggah pada 20 April 2022)
2. Persiapan Begal (diunggah pada 2 Mei 2022)

Alasan peneliti memilih dua video tersebut, video “Katakanlah Saya dibegal” dan “Persiapan Begal” adalah selain karena fenomena yang diangkat, fenomena kejahatan begal, merupakan magnet sorotan bagi para media, dalam kanal *Youtube* Tekotok, video tersebut memiliki jumlah *views* yang tinggi dibandingkan video lainnya pada bulan April 2022. Data dari *NoxInfluencer*, menunjukkan bahwa video tersebut memiliki jumlah *views* 814 ribu dan memiliki rata-rata *views* 37,4%. Terdapat kanal *Youtube* lainnya yang turut membahas fenomena kejahatan begal seperti Santoon TV dan Rifirdus namun, tidak sebanding dengan jumlah *views* yang didapatkan oleh Tekotok.

Subjek penelitian yang peneliti teliti adalah penonton dari kanal *Youtube* Tekotok. Peneliti menentukan subjek penelitian yang berdasarkan fokus dari penelitian. Subjek dalam penelitian ini telah dipilih dengan meninjau beberapa hal yang masih berhubungan dengan topik yang akan peneliti teliti. Beberapa tinjauan tertentu yang diambil oleh peneliti adalah:

- Subjek merupakan pengguna media sosial *Youtube*
- Subjek berusia 18-24 tahun dan berjumlah 5 orang
- Subjek merupakan penonton kanal *Youtube* Tekotok
- Subjek menonton kedua video *Youtube* yang telah ditentukan peneliti

Menurut Krueger (2014: 32), salah satu karakteristik dari *Forum Group Discussion* (FGD) adalah dilakukan dalam kelompok kecil yang beranggotakan minimal 5 orang dan maksimal 10 orang. Sehingga, pemaparan tersebut yang menjadi alasan bagi peneliti untuk memilih lima orang, merupakan jumlah minimal, sebagai subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggabungkan berbagai cara pengumpulan data dan sumber data yang ada (Sugiyono, 2012 dalam Pratiwi, 2017). Triangulasi bertujuan untuk memperluas pengertian peneliti terhadap fakta dan data yang dimiliki. Menurut William dalam Bachri (2010: 55), metode ini digunakan untuk mengecek data dari beberapa sumber lain dengan berbagai waktu dan cara. Penelitian ini menggunakan triangulasi dengan sumber yaitu dilakukan dengan cara membandingkan data atau informasi yang sudah diperoleh dengan menggunakan alat dan waktu yang berbeda. Triangulasi ini dapat dilakukan dengan membandingkan data pengamatan peneliti dengan hasil wawancara, membandingkan informasi yang dikatakan, perspektif, dan keadaan antar sumber, dan membandingkan hasil wawancara dengan sebuah dokumen yang memiliki kaitan (Moleong, 2007: 330-332). Peneliti berusaha membandingkan data dari dokumen dengan hasil wawancara dari sumber yang sudah peneliti tentukan.

Setelah penelitian telah mendapatkan data yang dibutuhkan, dilanjutkan melakukan analisis data secara kualitatif. Menurut Rijali (2018: 91-94), terdapat tiga tahap dalam menganalisis data secara kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data: kegiatan menyederhanakan data dengan melakukan seleksi dan berfokus pada data kasar atau mentah yang didapat agar menjadi sebuah informasi yang berguna.
2. Penyajian data: kegiatan menyusun informasi yang telah didapat supaya memudahkan untuk mengetahui hal yang sedang terjadi. Penyajian ini dalam bentuk naratif.
3. Penarikan kesimpulan: melihat hasil informasi yang diperoleh dari proses reduksi, mengaitkan dengan teori atau rumusan penelitian, dan menarik alur sebab akibat dari masing-masing data hingga akhirnya menghasilkan kesimpulan dari jawaban permasalahan yang telah ditetapkan.