ANALISIS RESEPSI NASIONALISME DALAM VIDEO YOUTUBE ALFFY REV “WONDERLAND INDONESIA”

Oleh : Zulatmiati

Pembimbing : Dr. Belli Nasution, S.IP. MA

Jurusan Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The Wonderland Indonesia video is an offering to celebrate the 76th anniversary of the independence of the Indonesian state and is currently being discussed. Video Wonderland Indonesia contains a combination of 10 folk and national songs with contemporary musical arrangements that are displayed with stunning visuals. However, in line with the nationalism raised in this video, audiences who watch the Wonderland Indonesia video will bring up meanings according to their cultural and social background. This study aims to determine the dominant reading position, negotiated reading and oppositional reading of the audience towards nationalism in Wonderland Indonesia video.

This research is a type of descriptive qualitative research that focuses on Stuart Hall reception analysis which focuses on encoding and decoding using purposive techniques to determine informants. The data obtained through the process of observation, in-depth interviews and documentation with six informants. The data analysis technique used is reception analysis which consists of data collection, interpretation and reception. While the technique of checking the validity of the data using triangulation.

The results of the first study, four informants gave a dominant reception of nationalism in the Wonderland Indonesia video. The second is that two informants have the meaning of accepting but giving exceptions (negotiated). Third, none of the informants accepted the opposition's views. The difference in the way informants perceive nationalism in Wonderland Indonesia videos is caused by several factors, namely age, education, and experience.

Keywords: *Reception Analysis, Nationalism*

PENDAHULUAN

Media baru dengan adanya internet membawa berbagai perubahan yang diharapkan berdampak positif bagi peradaban. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya apa yang ditawarkan oleh media baru dibandingkan dengan media lama adalah kapasitas untuk memperluas volume informasi yang memungkinkan untuk individu melalui kontrol yang lebih besar dan suatu kapasitas untuk menyeleksi informasi tertentu yang mereka harapkan dapat diterima (Kurnia, 2005).

Platform YouTube adalah salah satu dari berbagai platform yang diberdayakan oleh internet. YouTube merupakan sebuah situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas visual dan suara kepada pengguna (Samosir et al., 2018). Masyarakat menggunakan YouTube dalam berbagai kebutuhan seperti melihat berita terkini, mencari informasi, dan juga hiburan seperti film, mendengarkan lagu, dan lain sebagainya. Platform video yang berdiri pada 14 Februari 2005 ini mengubah cara masyarakat dalam mendapatkan berita atau hiburan yang tadinya dilihat melalui televisi, kini dapat dengan mudah diakses melalui telepon genggam.

Salah satu yang memanfaatkan media baru ini dalam mengembangkan kreativitas dan mengeksekusi sebuah konten yang mencuri perhatian masyarakat yaitu Alffy Rev. Dalam kanal YouTube Alffy Rev terdapat satu video yang menarik perhatian masyarakat yakni video Wonderland Indonesia. Wonderland Indonesia adalah sebuah karya yang memukau. Menampilkan animasi visual yang berkelas dengan bantuan teknologi CGI (*Computer generated image*). Sebuah teknologi 3D Grafis yang bisa memberikan efek khusus kedalam video

yang dibuat. Di awal video, penonton sudah disajikan kesan dramatis dengan ditampilkannya rumah-rumah adat yang terlihat menggantung seperti di Avatar. Penonton dapat melihat beberapa rumah adat seperti Bali, Minangkabau, dan Jawa. Visualisasi rumah adat ini diiringi dengan reffrain Bagimu Negeri. Sejurus kemudian terlihat penggambaran keindahan alam Indonesia melalui landscape pegunungan, lembah, dan lautan.

Suguhan budaya daerah yang merupakan cerminan kekayaan budaya nasional memang terlihat begitu menonjol. Kombinasi tarian daerah seperti Tari Janger dan Tari Piring lengkap dengan pakaian adat dari berbagai daerah benar-benar sukses menampilkan keindahan serta kekayaan budaya Indonesia. Video ini kemudian ditutup dengan kutipan pembacaan Proklamasi yang menampilkan suara asli Presiden Soekarno. Musik melambat, dengan sayup-sayup lirik mengiringi paduan suara yang menyanyikan lagu Bagimu Negeri. Lalu disusul seorang pria bak pahlawan menancapkan bendera merah putih yang kemudian membangkitkan Antaboga yang merupakan manifestasi naga dan garuda. Antaboga sendiri merupakan makhluk mitologi yang lekat dengan budaya Jawa dan Bali.

Keberhasilan Wonderland Indonesia milik Alffy Rev ini menimbulkan banyak reaksi dari khalayak terlihat dari banyaknya video reaction untuk Wonderland Indonesia di YouTube. Banyak yang berkomentar bahwa nasionalisme yang ditampilkan dalam video ini sangat tinggi dan patut untuk diapresiasi. Komentar penonton menyuarakan tentang kekaguman terhadap Alffy beserta tim yang sudah sukses menyelesaikan karya ini dengan luar biasa, sebagian lainnya

menyampaikan rasa bangganya menjadi warga Indonesia yang indah dengan keberagaman suku, etnis dan budaya, bahkan banyak juga dari mereka yang beranggapan video tersebut secara tidak langsung membangkitkan nasionalisme dalam dirinya. Itulah mengapa video ini perlu menjadi fokus dalam mengetahui bagaimana pendapat para khalayak dari berbagai kalangan yang berbeda terhadap video Wonderland Indonesia yang mengangkat keberagaman dan nasionalisme yang ditampilkan anak bangsa melalui sebuah karya.

Nasionalisme merupakan suatu paham, yang beranggapan kesetiaan tertinggi individu di serahkan kepada negara bangsawan, dan memiliki ikatan yang erat dengan tanah tumpah darahnya. Nasionalisme juga merupakan kejiwaan tentang kesetiaan seseorang diabdikan langsung kepada negara bangsa atas nama sebuah bangsa (Herdiawanto, 2010).

Berdasarkan penjabaran diatas peneliti ingin mengetahui pendapat masyarakat khususnya generasi muda mengenai nasionalisme yang ditunjukkan melalui sebuah konten video pada media YouTube. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi yaitu analisis yang mendasarkan pada kesadaran atau cara subyek dalam menerima dan memahami obyek. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana analisis resepsi nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Resepsi

Resepsi merupakan aktifitas yang terjadi ketika seorang individu melihat atau membaca suatu konten dari media tertentu kemudian memicu pemaknaan yang ia simpulkan berdasarkan latar belakang budaya

maupun sosial yang ia miliki (Ida, 2014). Teori resepsi menekankan pada pandangan khlayak yakni bagaimana mereka dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda terhadap pesan yang ditawarkan oleh media (Ida, 2014). Teori resepsi dalam lingkup komunikasi dimulai saat Stuart Hall pada tahun 1974 saat menjelaskan tentang *Encoding and Decoding in the television Discourse*, teori resepsi mengacu pada proses decoding yang dilakukan oleh khalayak yang mana ketika khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan isi media, khalayak melakukan kegiatan penerimaan melalui pemaknaan terhadap isi pesan yang disampaikan oleh media (Littlejohn, S. W., & Foss, 2009).

Hall menegaskan bahwa kenyataan khalayak berada dalam struktur pemaknaan terhadap kode-kode sebagaimana sebuah siaran dari televisi dikodekan dan kode itu diterjemahkan menjadi visual serta audio melalui perangkat televisi. Begitu juga dengan proses pemaknaan oleh khalayak aktif bahwa sebuah konten diperoleh dari media secara terus menerus dimaknai oleh khalayak tergantung dari konteks sosial yang ada disekitar mereka (Nasrullah, 2016). Stuart Hall berpendapat bahwa konsumsi media membutuhkan generasi pemahaman. Tanpa pemahaman, tidak ada konsumsi. Pemahaman, sebaliknya tidak dapat digenariskan secara pasif. Karena tidak ada cara pasif untuk menerima suatu pesan, kita harus menciptakan sendiri.

Encoding-Decoding

Konsep encoding/decoding Stuart Hall ini mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks-teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi). Encoding adalah proses menerjemahkan yang dilakukan oleh produsen terhadap suatu hal,

sementara decoding adalah proses menerjemahkan yang dilakukan khalayak terhadap pesan yang diperoleh dari produsen atau pesan yang dikirim dan diterima tidak lagi serupa. Audiens yang berbeda dapat men-decode pesan secara berbeda pula. Konsep encoding-decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall, setiap pesan atau makna merupakan rangkaian peristiwa sosial yang mentah dan terdapat ideologi-ideologi di dalamnya. Hall menjelaskan sirkulasi makna dalam wacana televisual dengan tiga momen berbeda. Masing-masing memiliki kondisi eksistensi yang spesifik.

Encoding dan *decoding* berkaitan karena kedua hal ini memiliki fokus pada teks yang sama. Kelas sosial, usia, ras dan gender memiliki peran penting dalam menyediakan perangkat budaya dalam melakukan *decoding*. Meskipun *decoding* dapat dilakukan oleh khalayak yang bebas, *decoding* dapat terjadi jika suatu peristiwa yang ditampilkan bermakna bagi khalayak. Sehingga khalayak menginterpretasikan dan paham terhadap wacana. Namun jika tidak ada makna yang diambil maka bisa jadi tidak ada konsumsi khalayak terhadap wacana sehingga tidak ada efek yang ditimbulkan. Khalayak dalam menerjemahkan makna didasari dari berbagai latar belakang pendidikan maupun pekerjaan khalayak. Sehingga khalayak menerjemahkan makna yang terjadi melalui sirkulasi wacana produksi menjadi reproduksi lagi (Storey, 2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif atau disebut dengan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-

dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2014). Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Jenis penelitian kualitatif juga dapat didefinisikan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian dilaksanakan di Pekanbaru. Penelitian ini dilaksanakan pada periode waktu Januari-April 2022.

Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2011). Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa materi atau substansi yang diteliti permasalahannya menggunakan teori yang dipilih. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian yakni video yang berjudul "Wonderland Indonesia" pada channel YouTube Alffy Rev.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan, melihat langsung kepada objek penelitian karena dengan pancaindera kita sendiri

dapat mengamati objek-objek yang di sekitar kita (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi untuk mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah jenis observasi non partisipan. Penulis melakukan pengamatan non partisipan yakni melakukan observasi tanpa melibatkan diri atau tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial yang diamati, dengan cara penulis terlebih dahulu melakukan observasi yaitu dengan cara menonton dan menganalisa video yang diunggah oleh kanal YouTube Alfyy Rev dengan judul "Wonderland Indonesia" dan juga peneliti mengumpulkan dan membaca berita terkait video tersebut yang diangkat oleh beberapa media berita online.

2. Wawancara

Wawancara sebagai upaya mendekati informasi dengan cara bertanya langsung kepada informan. Tanpa wawancara, penulis akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan jalan bertanya langsung (Sujarweni, 2014). Wawancara dilakukan untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab terhadap salah satu narasumber.

Pada penelitian ini, wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara mendalam, peneliti mewawancarai narasumber secara langsung bertatap muka dengan informan, yaitu penonton video "Wonderland Indonesia" di channel YouTube Alfyy Rev yang telah ditetapkan berdasarkan kategori tertentu. Pertanyaan wawancara yang ditanyakan adalah hal yang berkaitan

dengan tanggapan penonton terhadap nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia tersebut baik secara keseluruhan maupun pada setiap adegan yang menggambarkan nasionalisme dalam video tersebut. Peneliti melakukan wawancara mendalam yaitu dengan 6 orang informan dari latar belakang yang berbeda.

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai buku, dokumen dan tulisan yang relevan untuk menyusun konsep penelitian serta mengungkap objek penelitian. Studi dokumentasi yang dilakukan dengan melakukan telaah dan pengutipan berbagai teori yang relevan untuk menyusun konsep penelitian (Agustinova, 2015).

Dokumen yang telah diperoleh kemudian di analisis (diurai) dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk suatu hasil kajian yang sistematis, padu, dan utuh. Jadi studi dokumentasi tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen yang dilaporkan dalam penelitian juga merupakan hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut. Data-data tersebut menjadi bukti yang diperlukan yang berbentuk video Wonderland Indonesia, draft wawancara, hasil foto kegiatan wawancara dan dokumen pendukung lainnya.

Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari

dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa saja yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis resepsi. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca. Asumsi dasar dari analisis ini adalah konsep khalayak yang aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada dalam tayangan atau bacaan. Analisis dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut, dan konsekuensi sosial apakah yang muncul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap informan memiliki penerimaan yang berbeda-beda terhadap nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia yang membuat informan terbagi pada pola pemikiran yaitu dominant reading, negotiated reading, dan oppositional reading. Cara informan meresepsi hal-hal dalam latar belakang seperti usia, pendidikan dan pengalaman mempengaruhi informan saat memaknai sebuah pesan. Minat informan dalam aspek tentunya juga dapat mempengaruhi penerimaan informan tersebut terhadap nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia.

Dalam penelitian ini informan meresepsi nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia dan ditemukan bahwa dari enam orang informan terdapat empat informan menunjukkan

resepsi dominant secara keseluruhan pesan dan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia dan dua dari informan meresepsi pesan di beberapa adegan secara negotiated.

Resepsi Informan terhadap nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia memiliki persamaan satu sama lain. Mereka memiliki pemaknaan yang serupa terhadap Wonderland Indonesia. Kesamaan resepsi memiliki arti bahwa tujuan dari pembuat video tersampaikan secara baik kepada penonton video tersebut. Beberapa persamaan pemaknaan yang mereka miliki adalah:

1. Video Wonderland Indonesia memiliki pesan tentang keberagaman, kekayaan alam dan budaya Indonesia. Keenam informan setuju bahwa video Wonderland Indonesia memiliki pesan mengenai keberagaman, kekayaan alam dan budaya Indonesia yang sesuai dengan realita yang mana pesan tersebut di kemas sedemikian rupa untuk dinikmati penonton.
2. Semua informan sama-sama setuju mengenai pesan yang coba disampaikan film Imperfect dan dapat memberikan dampak positif penonton. Pesan pesan tersebut meliputi keberagaman mulai dari suku, seni dan budaya serta memperingati perayaan 17 Agustus dengan tontonan yang berbeda dari biasanya sekaligus membangkitkan semangat nasionalisme penonton.
3. Keenam informan juga beranggapan bahwa penggunaan efek CGI dan 3D Animasi membuat suguhan video tersebut lebih fresh dan punya ciri khas tersendiri. Hal ini juga dianggap

oleh informan sebagai bukti pemuda Indonesia bisa setara dengan orang-orang hebat di luar negeri.

4. Wonderland Indonesia merupakan wujud persembahan untuk perayaan kemerdekaan Indonesia ke-76. Keenam informan setuju bahwa video tersebut adalah bukti nasionalisme pemuda Indonesia khususnya Alffy dan tim untuk menyampaikan kecintaan dan kebanggaannya sebagai bangsa Indonesia.
5. Video Wonderland Indonesia menduduki posisi trending#1 kurang dari 24 jam setelah penayangan di Youtube. Keenam informan setuju dengan pencapaian yang diterima Alffy dan tim melalui video Wonderland. Dengan segala hal yang dikorbankan untuk menghasilkan karya persembahan maka tentu sudah selayaknya mendapatkan apresiasi dan perhatian yang besar dari masyarakat.

Dalam proses *decoding* faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan juga pengalaman dapat mempengaruhi khalayak saat memaknai pesan (Littlejohn, 2009). Berdasarkan hasil penelitian melalui proses wawancara, maka dapat dilihat cara informan memaknai nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia tersebut. Setiap informan memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Sesuai dengan teori resepsi setiap khalayak memiliki resepsi yang berbeda pada sebuah tayangan media yang sama yang dalam hal ini adalah video Wonderland Indonesia. Dimana perbedaan tersebut disebabkan oleh

banyak hal. Perbedaan penerimaan terhadap nasionalisme yang ada dalam video Wonderland Indonesia disebabkan oleh faktor-faktor berikut:

1. Usia

Pada penelitian ini terdapat empat orang informan yang memiliki usia yang berbeda. Informan 1 berusia 23 tahun, informan 2 berusia 22 tahun, informan 3 berusia 22 tahun, informan 4 berusia 24 tahun, informan 5 berusia 32 tahun, dan informan 6 berusia 24 tahun. Perbedaan umur menjadi salah satu faktor yang membedakan resepsi penonton dalam kajian analisis resepsi. Perbedaan umur seringkali dapat mempengaruhi pengalaman dan cara berfikir seseorang terhadap sesuatu, terutama dalam menerima pesan dalam sebuah tayangan media.

Setiap informan memiliki perbedaan umur yang tidak terlalu jauh membuat mereka dapat memaknai dan melakukan resepsi secara lebih luas masing-masing mereka memiliki pemaknaan yang sedikit berbeda dan lebih berpengalaman untuk menerima pesan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia.

Cara mereka menyampaikan penerimaan juga memiliki perbedaan. Faktor usia dapat mempengaruhi cara berfikir khalayak media, akan tetapi usia tidak selamanya menjadi patokan dalam resepsi, meskipun memiliki pengaruh. Perbedaan usia harus disesuaikan dengan pengalaman yang dimiliki dan beberapa faktor lainnya. Sehingga membentuk pemikiran-pemikiran yang kritis.

2. Pendidikan

Perbedaan jenjang pendidikan pada setiap informan memiliki pengaruh

pada cara mereka menerima pesan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Dari enam orang informan memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda. Informan 1 merupakan mahasiswa jurusan Fisip Universitas Riau, Informan 2 merupakan mahasiswi jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Riau, Informan 3 merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Riau, Informan 4 merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Rau, Informan 5 merupakan alumni S1 Ilmu Komunikasi Universitas Riau sedangkan Informan 6 merupakan alumni Magister Universitas Gadjah Mada. Pendidikan tingkat semester yang mereka tempuh membuat mereka berbeda dalam mamaknai sebuah pesan. Terbukti dalam penelitian ini informan 5 dan 6 memberikan penjelasan tentang nasionalisme dan pesan dalam video Wonderland Indonesia lebih secara intens dan mendalam serta lugas, informan 2,3 dan 4 cenderung memberikan pemaknaan yang singkat.

3. Pengalaman

Seperti yang telah disebutkan usia bukan merupakan faktor utama dalam analisis resepsi. Usia yang lebih tua belum tentu memiliki pemahaman yang lebih dibandingkan yang lebih muda. Berbeda dengan pengalaman yang juga merupakan salah satu faktor dari analisis resepsi. Dalam penelitian ini pengalaman merupakan faktor yang paling penting dalam analisis resepsi nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Pengalaman yang dimaksud terbagi atas tiga pengalaman yaitu pengalaman hidup secara umum seperti pengetahuan, pengalaman mereka terhadap video, pengalaman mereka terhadap nasionalisme.

Perbedaan pengalaman terdapat diantara infotman 1, 3 dan 5 dengan 2,4 dan 6. Dimana selain memiliki latar belakang aktif dan punya akun khusus yang bermanfaat di media sosial, informan 1,3 dan 5 merupakan orang-orang yang memiliki kepedulian terhadap hal-hal tertentu disekitarnya sedangkan informan 2,4 dan 6 hanya memiliki akun media sosial untuk penggunaan pribadi. Persamaan antara informan 4 dan 6 adalah memiliki latar belakang sebagai seorang yang terjun di dunia film ataupun video. Persamaan antara informan 1 dan 5 adalah sama sama fokus dan peduli terhadap budaya. Persamaan antara informan 2 dan 3 adalah sama sama memiliki pengaruh dan aktif di lingkungan kampus.

Meski informan 2, 3, dan 4 sama-sama mahasiswa Ilmu Komunikasi, bukan berarti informan 2,3 dan 4 memiliki pengalaman, pemahaman serta pemaknaan yang sama dalam meresepsi nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia sepenuhnya. Terlihat dari jawaban yang mereka berikan informan 4 lebih paham mengenai penggambaran di video karna mempunyai pengalaman di bidang fotografi dan video.

Faktor-faktor tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ulfa Efendi (2019) dengan judul "Analisis resepsi budaya populer Korea dalam vidio klip Ddu du ddu du terhadap komunitas K-popers Pekanbaru" yang mengungkapkan bahwa penilaian subjek berbeda-beda sesuai dengan pemahaman mereka terhadap teks media dan faktor latar belakang sosial lainnya seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan dan lainnya.

Perbedaan Analisis Resepsi informan dalam penelitian ini lebih cenderung pada perbedaan pengalaman

yang informan alami. Setiap informan yang memiliki latar belakang berbeda yang menghasilkan resepsi yang berbeda pula didasari oleh pengalaman yang terjadi, seperti informan satu, tiga dan lima memiliki pengalaman pengelolaan media sosial yang baik dan digunakan untuk berbagi informasi sedangkan informan dua, empat dan enam hanya menggunakan media sosial untuk kepentingan pribadi.

Dalam penelitian analisis resepsi, makna sebuah teks bersifat polisemi dengan kata lain khalayak mampu membuat makna apa saja dari teks media tersebut. Penelitian ini menunjukkan bagaimana sebuah fenomena disampaikan dalam sebuah video lalu kemudian diterima, dinegosiasi atau ditolak oleh khalayak.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian analisis resepsi nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia dapat diambil beberapa kesimpulan. Penelitian ini diwakili oleh enam orang informan di Pekanbaru. Keenam informan ini memiliki pola pemikiran berbeda. Penerimaan informan pada pesan nasionalisme meliputi posisi *dominant*, *negotiated* dan *oppositional reading*. Resepsi yang diberikan berdasarkan faktor-faktor tertentu.

1. *Dominant reading* sebagai posisi dimana khalayak menyukai dan menerima tanpa ada penolakan dan pengecualian pada pesan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Pada penelitian ini empat informan memberikan resepsi yang *dominant* mulai dari segi penyampaian pesan keberagaman dan keindahan Indonesia dengan visual 3D, efek CGI dan penggunaan musik EDM dalam video Wonderland

Indonesia. Informan menyukai dan menerima tampilan visual, bahkan melalui video Wonderland Indonesia informan punya pandangan baru bahwa lagu daerah bisa dikemas modern dan sesuai dengan perkembangan zaman.

2. *Negotiated reading* merupakan posisi khalayak yang menyukai atau menerima nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia tetapi tidak menyetujui atau menolak beberapa hal. Pada posisi ini dua dari enam informan menegosiasikan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Informan menyatakan bahwa menurutnya terdapat adegan yang kurang sesuai dan perlu diperhatikan kembali salah satunya adegan mendaki bukit yang disadari bahwa adegan ini ingin menyampaikan pesan perjuangan yang terus kita lakukan dalam mempertahankan kemerdekaan Indonesia tetapi dalam video diperlihatkan bahwa bukit tersebut tidak tinggi sehingga menurutnya adegan tersebut berlebihan.
3. Posisi *oppositional reading* merupakan posisi informan yang tidak setuju atau tidak menerima pesan nasionalisme dalam video Wonderland Indonesia. Pada penelitian ini terdapat enam orang informan, namun tidak satupun dari keenam informan yang termasuk dalam posisi *oppositional reading*. Posisi ini merupakan posisi yang sulit ditemukan dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan subjek penelitian adalah mereka yang aktif menggunakan media sosial dan juga memahami konsep

nasionalisme. Berbeda jika subjek penelitian yang dipilih secara umum dan tidak aktif dalam menggunakan media sosial, maka terdapat kemungkinan ada informan yang berada pada posisi oposisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Calpulis.
- Ahmadi, R. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Alwasilah, A. C. (2011). *Pokoknya Kualitatif : Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Bungin, B. (2009). *Penelitian Kualitatif (Cetakan 3)*. Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran edisi pertama*. Kencana Prenada Media Group.
- Ida, R. (2014). *Metode Penulisan Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenada Media Group.
- Junanto, S. (2013). *Civic Education*. Fataba Fress.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, Komunikasi pemasaran*. Kencana.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mc Quail (6th ed)*. Salemba Humanika.
- Moleong, L. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M. . (2010). *Teori Komunikasi Masa*. Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Simbiosia Rekatama Media.
- Storey, J. (2010). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Jalasutra.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustakabarupress.
- Nurzain, Zsazsa Suci. 2021. *Analisis*

Resepsi Terhadap Clickbait Headline Pada Vlog di Kanal YouTube Atta Halilintar. Universitas Telkom.

Rinaldi, Reza. 2020. *Analisis Resepsi E-Wallet dalam Vieo Iklan Dana Dompot Digital Indonesia pada Mahasiswa Pekanbaru*. Universitas Riau.

Wahyuni, Diana. 2020. *Analisis Resepsi Penonton Terhadap Pesan Video “ Saya Muallaf Bila” di Akun Channel YouTube Dedy Corbuzier*. Universitas Dahasen Bengkulu.

Hidayat, Roni Oktari. 2015. *Representasi Nasionalisme dalam Film Habibie dan Ainun (Analisis Semiotika John Fiske dalam film Habibie dan Ainun)*. Mercubuana.

Nisa, Uswatun. 2017. *Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com*. Universitas Gadjah Mada.

Adyapradana, Girindra. 2018. *Identitas dan Pembentukan Stereotipe dalam Online Game*. Universitas Indonesia.

Samosir, Timoria Pransiska. 2018. *Efektivitas YouTube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi di Fakultas Fisip Universitas Bengkulu)*. Universitas Bengkulu.

<https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> diakses pada 22 November 2021.

<https://urbandigital.id/fitur-aplikasi-YouTube-android> diakses pada 22 November 2021).

<https://tekno.kompas.com/read/2018/11/30/09455187/YouTube-punya- fitur-serupa-instagram-stories> diakses tanggal 25 November 2021.

<https://support.google.com/YouTube/thread/96366280?hl=id> diakses pada tanggal 25 November 2021.

<https://www.kompasiana.com/alfian89/61271d8931a287750656b8a3/wonderland-indonesia-karya-anak-bangsa-yang-bikin-bangga> diakses pada tanggal 24 Desember 2021

<https://seleb.tempo.co/read/1499809/hal-hal-menarik-di-balik-video-klip-wonderland-indonesia> diakses pada tanggal 24 Desember 2021