ANALISIS RESEPSI AUDIENS PADA KONTEN "YANG SUSAH TIDUR, NONTON INI!" DALAM AKUN YOUTUBE RADITYA DIKA

Daffa Mikail Kausar[1], Novalia[2]

[1,2]*Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia*
E-mail : daffamikail2@gmail.com[1], novalia.nvi@bsi.ac.id

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan menganalisis resepsi audiens terhadap konten "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" pada kanal YouTube Raditya Dika. Masalah penelitian difokuskan pada bagaimana audiens memaknai pesan konten berdasarkan tiga posisi resepsi Stuart Hall, yaitu dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur terhadap tujuh informan yang mengetahui dan pernah menonton konten tersebut, serta didukung observasi non-partisipatif, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan audiens tidak bersifat tunggal. Tiga informan berada pada posisi dominan karena menerima pesan konten dan menganggap pembahasannya sesuai dengan pengalaman mengenai sulit tidur akibat banyak pikiran. Dua informan berada pada posisi negosiasi karena menerima relevansi pesan, tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi dan tidak menganggap penyebab sulit tidur dapat digeneralisasi. Dua informan lainnya berada pada posisi oposisi karena memahami pesan, tetapi menolak makna dominan yang dianggap terlalu menyederhanakan fenomena sulit tidur. Perbedaan resepsi dipengaruhi pengalaman pribadi, kemampuan berpikir kritis, latar belakang sosial, gaya komunikasi, dan relevansi konten dengan realitas audiens. Temuan ini menegaskan bahwa audiens berperan aktif dalam proses decoding pesan media.

Kata Kunci : *Resepsi Audiens; YouTube; Stuart Hall; Media Baru; Raditya Dika*

ABSTRACT

This article aims to analyze audience reception of the YouTube content "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" uploaded on Raditya Dika's channel. The study focuses on how audiences interpret the message through Stuart Hall's three reception positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. A descriptive qualitative approach was employed using reception analysis. Data were collected through semi-structured interviews with seven informants who knew and had watched the content, supported by non-participant observation, documentation, and literature study. The findings indicate that audience interpretation is not singular. Three informants occupied the dominant position because they accepted the message and considered the discussion consistent with their experiences of having difficulty sleeping due to excessive thoughts. Two informants occupied the negotiated position because they accepted the relevance of the message but adjusted its meaning to their personal experiences and did not consider the explanation universally applicable. Two other informants occupied the oppositional position because they understood the message but rejected its dominant meaning, considering the content too simplistic in explaining the complexity of sleep difficulties. Differences in reception were influenced by personal experience, critical thinking, social background, communication style, and the relevance of the content to audience realities. The findings confirm that audiences actively participate in decoding media messages.

Keywords : *Audience Reception; YouTube; Stuart Hall; New Media; Raditya Dika*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memperkuat peran media digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pola konsumsi dan interaksi masyarakat dengan pesan media. YouTube berkembang bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan pengguna mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi secara luas dan interaktif. Karakteristik media baru yang interaktif membuat audiens memiliki peluang lebih besar untuk memberikan respons dan membentuk pemaknaan terhadap pesan yang dikonsumsi. Dalam konteks tersebut, konten YouTube menjadi relevan untuk dikaji bukan hanya dari sisi isi pesan, tetapi juga dari cara pesan tersebut diterima oleh khalayak.

Konten "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" yang diunggah Raditya Dika menjadi menarik karena mengangkat pengalaman sulit tidur yang dikaitkan dengan overthinking, tekanan aktivitas sehari-hari, dan kebiasaan penggunaan media digital pada malam hari. Konten disampaikan melalui format monolog atau talking head dengan gaya bahasa santai, komunikatif, dan tidak formal. Berdasarkan skripsi sumber, video tersebut memperoleh perhatian dan interaksi audiens yang tinggi, sementara kolom komentarnya memperlihatkan respons yang beragam. Kondisi ini menunjukkan bahwa satu pesan media dapat menghasilkan penerimaan yang berbeda sesuai pengalaman dan latar belakang penontonnya.

Analisis resepsi menempatkan audiens sebagai pihak aktif dalam proses pemaknaan. Stuart Hall menjelaskan bahwa proses decoding memungkinkan audiens menerima, menegosiasikan, atau menolak makna dominan yang dikonstruksi oleh pembuat pesan. Dalam posisi dominant-hegemonic, audiens menerima pesan sesuai makna yang dikodekan. Pada negotiated position, audiens menerima sebagian makna tetapi melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman dan konteks sosial. Sementara itu, oppositional position muncul ketika audiens memahami pesan tetapi menafsirkan atau menolaknya dengan kerangka makna alternatif (Barker, 2016; McQuail, 2020).

Sejumlah penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa analisis resepsi Stuart Hall relevan digunakan untuk mengkaji konten digital. Penelitian Atmaditia mengenai informasi kesehatan mental pada akun YouTube Satu Persen, Putri dkk. mengenai serial edutainment Academy of Champions di YouTube, Anwar mengenai maskulinitas pada konten YouTube, Malikha dan Wirawanda mengenai romantisme vlog YouTube, serta Lestari dan Dhona mengenai komentar atas perempuan di YouTube sama-sama menunjukkan pentingnya pengalaman dan latar belakang audiens dalam membentuk pemaknaan. Penelitian ini memiliki kebaruan pada objek konten "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" dan fokus pada perbedaan posisi resepsi audiens terhadap pembahasan sulit tidur dan overthinking.

Permasalahan penelitian diarahkan pada bagaimana audiens memaknai konten tersebut dalam tiga posisi resepsi Stuart Hall, yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Tujuan penelitian adalah mengetahui dan menganalisis ketiga posisi resepsi tersebut serta memahami faktor yang memengaruhi perbedaan pemaknaan audiens. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi akademis pada kajian resepsi audiens di media baru sekaligus menjadi masukan praktis bagi kreator dalam mempertimbangkan keberagaman interpretasi audiens.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman, persepsi, dan interpretasi audiens terhadap pesan

media dalam konteks alaminya (Moleong, 2017). Analisis menggunakan perspektif resepsi Stuart Hall untuk mengidentifikasi posisi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional berdasarkan hasil decoding informan.

Objek penelitian adalah konten YouTube "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" pada akun @radityadika. Informan dipilih secara purposive berdasarkan kriteria pengguna aktif YouTube, mengetahui kanal Raditya Dika, pernah menonton konten yang diteliti, atau menjadi pengikut kanal tersebut. Skripsi sumber memuat tujuh informan, yaitu Rian Balita (28 tahun, content creator), Marsa Maulidina (22 tahun, mahasiswa), Reza Fadillah (24 tahun, karyawan swasta), Sindy Aulia (21 tahun, mahasiswa), Okky Dimas (23 tahun, freelancer), Nadiatul Walida (20 tahun, mahasiswa), dan Lutvi (24 tahun, karyawan).

Data primer diperoleh melalui wawancara semi terstruktur dan observasi terhadap isi konten, gaya komunikasi, penyampaian pesan, serta respons audiens. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dokumentasi, dan penelitian terdahulu. Dokumentasi meliputi tangkapan layar, transkrip wawancara, komentar audiens, dan dokumen terkait objek penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengorganisasi hasil wawancara dan observasi, mengelompokkan jawaban berdasarkan tema, mengidentifikasi kecenderungan posisi resepsi, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan kerangka encoding-decoding Stuart Hall (Sugiyono, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya tiga pola pemaknaan audiens terhadap konten yang diteliti. Dari tujuh informan, tiga berada pada posisi dominan, dua pada posisi negosiasi, dan dua pada posisi oposisi. Pembagian tersebut didasarkan pada kesesuaian pemaknaan informan terhadap pesan konten, pengalaman pribadi, serta cara mereka mengevaluasi penjelasan mengenai sulit tidur dan overthinking.

Resepsi Audiens dalam Posisi Dominan

Tiga informan menunjukkan posisi dominant-hegemonic karena menerima pesan konten secara utuh dan menganggap pembahasan sesuai dengan pengalaman mereka. Marsa Maulidina menyatakan bahwa konten terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari dan sesuai dengan pengalaman ketika banyak pikiran menyebabkan sulit tidur. Reza Fadillah juga menilai penjelasan sederhana dan gaya penyampaian santai membuat pesan mudah dipahami. Sindy Aulia menyatakan bahwa konten terasa relatable karena sesuai dengan pengalaman pribadi mengalami sulit tidur akibat terlalu banyak pikiran. Temuan tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara preferred reading yang dibangun kreator dengan pemaknaan informan.

Gaya komunikasi menjadi faktor penting dalam penerimaan dominan. Bahasa yang santai, komunikatif, dan tidak menggurui membuat audiens merasa seolah-olah sedang berbincang dengan kreator. Kesesuaian pengalaman pribadi juga memperkuat penerimaan karena informan memiliki kerangka pengalaman yang sejalan dengan fenomena yang dibahas. Temuan ini sejalan dengan Hidayah (2022) dan Maulidya (2023) yang menekankan peran pengalaman serta interpretasi aktif audiens dalam menerima pesan media. Relevansi sosial konten juga membuat pesan lebih mudah diterima karena fenomena sulit tidur dan overthinking dipandang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Resepsi Audiens dalam Posisi Negosiasi

Dua informan berada pada posisi negotiated, yaitu Okky Dimas dan Nadiatul Walida. Keduanya memahami dan menerima relevansi pesan, tetapi tidak menerima makna tersebut secara

mutlak. Okky Dimas menilai konten menarik dan mudah dipahami, namun menganggap kesulitan tidur tidak selalu disebabkan oleh overthinking karena terdapat faktor lain. Nadiatul Walida juga menyatakan setuju terhadap pesan, tetapi menegaskan bahwa kondisi setiap orang berbeda sehingga tidak semua individu mengalami kesulitan tidur karena alasan yang sama.

Temuan ini menunjukkan bahwa proses decoding bersifat fleksibel. Informan menerima kerangka makna dominan bahwa overthinking dapat berkaitan dengan kesulitan tidur, tetapi melakukan penyesuaian agar pesan sesuai dengan realitas pribadi. Pengalaman pribadi dan kemampuan berpikir kritis menjadi faktor penting. Gaya komunikasi santai membantu pemahaman, tetapi tidak otomatis menentukan penerimaan keseluruhan. Pola ini sesuai dengan konsep negotiated position Stuart Hall, yaitu penerimaan sebagian yang disertai modifikasi berdasarkan konteks sosial dan pengalaman audiens.

Resepsi Audiens dalam Posisi Oposisi

Dua informan, Rian Balita dan Lutvi, berada pada posisi oppositional. Keduanya memahami isi konten, tetapi menolak makna dominan karena menganggap penjelasan terlalu umum dan menyederhanakan kompleksitas sulit tidur. Rian Balita menyatakan bahwa kesulitan tidur yang dialaminya tidak hanya berkaitan dengan overthinking dan terdapat faktor lain yang tidak dibahas. Lutvi juga menilai bahwa penyebab sulit tidur tidak dapat digeneralisasi karena kondisi setiap individu berbeda.

Posisi oposisi menunjukkan bahwa penolakan bukan disebabkan oleh ketidakpahaman terhadap pesan, melainkan karena adanya perbedaan pengalaman dan kerangka berpikir. Kedua informan juga mengkritisi gaya penyampaian yang terlalu santai untuk topik yang dianggap kompleks. Dengan demikian, audiens membangun interpretasi alternatif berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan penilaian kritis. Temuan ini memperlihatkan karakteristik oppositional position dalam teori Stuart Hall, ketika audiens memahami preferred reading tetapi tidak menerimanya sebagai makna yang berlaku umum.

Faktor yang Memengaruhi Perbedaan Resepsi

Perbedaan resepsi dipengaruhi oleh lima faktor utama. Pertama, pengalaman pribadi: kesamaan pengalaman dengan isi konten cenderung mendorong penerimaan dominan, sedangkan pengalaman yang berbeda mendorong negosiasi atau penolakan. Kedua, kemampuan berpikir kritis: audiens yang mengevaluasi kelengkapan dan kedalaman pesan lebih mungkin melakukan negosiasi atau oposisi. Ketiga, latar belakang sosial dan lingkungan, termasuk pendidikan, pergaulan, serta kebiasaan konsumsi media, membentuk kerangka referensi audiens.

Keempat, gaya komunikasi. Penyampaian yang santai dan komunikatif memudahkan pemahaman, tetapi tidak selalu membuat audiens menerima makna secara utuh. Kelima, relevansi konten dengan realitas sosial. Konten yang terasa dekat dengan kehidupan audiens lebih mudah diterima, sedangkan konten yang dianggap terlalu menyederhanakan realitas dapat memunculkan negosiasi atau oposisi. Dengan demikian, hasil penelitian memperkuat pandangan bahwa makna media tidak bersifat tunggal dan proses decoding dipengaruhi kerangka referensi masing-masing audiens.

Ringkasan Posisi Resepsi Informan

Tabel 1. Ringkasan Posisi Resepsi Informan

Posisi	Informan	Karakteristik Pemaknaan
Dominan	Marsa Maulidina; Reza Fadillah; Sindy Aulia	Menerima pesan sesuai makna dominan; relevan dengan pengalaman.
Negosiasi	Okky Dimas; Nadiatul Walida	Menerima sebagian pesan dan menyesuaikan dengan pengalaman pribadi.
Oposisi	Rian Balita; Lutvi	Memahami pesan tetapi menolak generalisasi dan membangun interpretasi alternatif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa resepsi audiens terhadap konten "Yang Susah Tidur, Nonton Ini!" tidak bersifat tunggal, melainkan terbagi ke dalam tiga posisi Stuart Hall. Tiga informan berada pada posisi dominan karena menerima pesan konten dan menganggap pembahasannya sesuai dengan pengalaman mengenai sulit tidur akibat banyak pikiran; dua informan berada pada posisi negosiasi karena menerima relevansi pesan tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi dan tidak menganggapnya berlaku universal; sedangkan dua informan berada pada posisi oposisi karena memahami pesan tetapi menolak makna dominan yang dianggap terlalu menyederhanakan fenomena sulit tidur. Perbedaan tersebut terutama dipengaruhi pengalaman pribadi, kemampuan berpikir kritis, latar belakang sosial, gaya komunikasi, dan relevansi konten dengan realitas audiens. Dengan demikian, penelitian menegaskan bahwa audiens merupakan pihak aktif dalam proses decoding yang dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak pesan media sesuai kerangka referensi masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2017). Komunikasi massa suatu pengantar. Simbiosa Rekatama Media.

Barker, C. (2016). Cultural studies: Theory and practice. Sage Publications.

Batubara, J. (2017). Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling. Jurnal Fokus Konseling, 3(2).

Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. PT Remaja Rosdakarya.

Gushevinalti, Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi karakteristik komunikasi di era konvergensi media. Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, 6(1).

Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis, 3(2).

Hidayah, N. (2022). Analisis resepsi audiens terhadap konten media digital. Jurnal Komunikasi, 8(2).

Kustiawan, W., & others. (2022). Komunikasi massa. Journal Analytica Islamica, 11(1).

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2021). Theories of human communication. Waveland Press.

Majid, A. (2020). Studi resepsi khalayak terhadap pesan media massa. Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1).
Maulidya, R. (2023). Analisis resepsi audiens dalam memahami pesan media sosial. Jurnal Komunikasi Digital, 7(1).
McQuail, D. (2020). McQuail's mass communication theory. Sage Publications.
Moleong, L. J. (2017). Metode penelitian kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa, 2(1).
Pasaribu, M., Dewi, Y. R., & Oktaviani, W. (2024). Penggunaan konten YouTube sebagai media komunikasi pemasaran pada Brand Jakarta Uncensored. Jurnal Cyber PR, 4(1), 29–39.
Patma, O. F., & Prihatin, S. D. (2025). Analisis resepsi Stuart Hall tentang poster silang pinjam antar perpustakaan Sepatu Jolifa. Abdi Pustaka: Jurnal Perpustakaan dan Kearsipan, 5(1).
Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis resepsi followers milenial @indonesiafeminist dalam memaknai konten literasi feminisme. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1).
Putri, D. A., & Pratiwi, S. (2022). Pengaruh gaya komunikasi terhadap penerimaan pesan media. Jurnal Interaksi, 6(2), 88–101.
Romli, K. (2016). Komunikasi massa. PT Grasindo.
Savira, A., & Zuhri, S. (2022). Respon audiens terhadap konten media massa dalam perspektif resepsi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 10(1), 67–79.
Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta.