

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Sebagai komponen media massa audio-visual, film berupaya mengomunikasikan pesan moral atau sosial kepada penontonnya. Film dapat dibuat sedemikian rupa sehingga hampir mencerminkan emosi penonton karena bagaimana realitas masyarakat terus berkembang. Hasilnya setelah menonton seluruh film penonton dapat merasakan keintiman dengan situasi yang ada. Bukan hanya adegan dalam film tetapi juga makna, maksud, dan pesannya secara keseluruhan menurut (Asri, 2020).

Film sebagai media massa yang menyebarkan informasi, memiliki potensi untuk mendidik masyarakat Menurut (Andi, 2017), hal ini menunjukkan bagaimana menonton film dapat meningkatkan kapasitas seseorang untuk memahami informasi, ide, atau rekomendasi. Sebuah film menceritakan kisahnya dengan berganti-ganti antara adegan, emosi, dan peristiwa melalui rangkaian gambar bergerak. Elemen utama dalam pembuatan film adalah kapasitas visual untuk menceritakan kisah kepada penonton.

Dalam Riswandi (2009), Defleur dan McQuail mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan terus-menerus mengembangkan makna yang diharapkan memiliki berbagai efek pada khalayak yang luas dan beragam. Menurut sejumlah definisi yang disebutkan di atas, komunikasi massa adalah komunikasi informasi yang dilakukan oleh media melalui media massa.

Film menurut Wibowo, merupakan media untuk menyampaikan berbagai macam pesan kepada khalayak umum melalui cerita. Sebagai alat bagi seniman dan sineas untuk mengomunikasikan ide dan konsep cerita, film juga merupakan media ekspresi artistik. Pada hakikatnya film memiliki kemampuan untuk membentuk orang-orang yang memediasi konflik sosial. Sinema pada dasarnya merupakan komponen komunikasi massa, dan hubungannya dengan masyarakat saling terkait erat. Film merupakan media untuk menyampaikan gagasan melalui musik dan visual dengan alur cerita. Karena film dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menyebarkan pesan kepada khalayak melalui cerita yang dibuat oleh penulis skenario untuk mereka. Selain itu film berfungsi sebagai media massa dengan menyebarkan pesan yang bersifat instruktif, menghibur, dan informatif. Film, sebagai media, memiliki pengaruh yang mendalam terhadap sikap masyarakat yang memandang materi yang disajikannya. Film dapat dimanfaatkan sebagai alat sosialisasi yang persuasif selain sebagai media komunikasi.

### **2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Istilah latin *communicatio* yang berasal dari kata *communis* yang memiliki arti yang sama adalah asal kata "komunikasi" untuk menginformasikan atau mengubah sikap, pandangan, dan perilaku komunikasi adalah proses di mana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain baik secara langsung (melalui interaksi tatap muka) maupun tidak langsung (melalui komunikasi media). Definisi ini membawa kita pada kesimpulan bahwa tujuan paradigmatik komunikasi adalah mempengaruhi komunikasi dengan cara tertentu menurut (Nurhadi, 2018). Kata-kata yang diucapkan bukanlah satu-satunya sarana komunikasi melainkan bahasa tubuh, senyuman, anggukan tulus, sikap dan perasaan yang serupa serta ungkapan minat semuanya dapat digunakan untuk menyampaikan makna (Pohan, 2021). Untuk mencapai saling

pengertian atau kesepakatan, serta mengubah sikap, perilaku dan pendapat, komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian dan penerimaan informasi, pesan, ide, atau pemahaman dengan menggunakan simbol-simbol yang memiliki arti atau makna dari satu orang atau sekelompok orang kepada orang atau sekelompok orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media (Mahadi, 2021).

Selain itu, dari pandangan Joseph de Vito, K. Sereno, dan Erika Vora unsur-unsur dalam melakukan proses komunikasi meliputi:

**a) Sumber (Source)**

Sumber adalah sebagai pembuat atau pengirim informasi yang dibuat oleh komunikator secara individu atau kelompok seperti lembaga atau organisasi, dan disampaikan kepada komunikan sebagai penerima pesan.

**b) Pesan (Message)**

Pesan dimaksud sebagai proses komunikasi dimana komunikator menyampaikan suatu informasi kepada komunikan secara tatap muka atau melalui media komunikasi.

**c) Media (Channel)**

Media adalah alat komunikator untuk memindahkan pesan dari sumber kepada komunikan melalui media cetak dan elektronik.

**d) Penerima**

Penerima adalah komunikan yang menerima suatu pesan dari sumber tertentu yang disusun oleh komunikator.

**e) Efek**

Efek adalah perbedaan antara apa yang dirasakan, dipikirkan, dan dilakukan oleh komunikan saat menerima pesan komunikator. Komunikator

menyampaikan pesan juga berpengaruh pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku saat menyampaikan pesan.

**f) Umpan balik**

Umpan balik adalah suatu tanggapan dari komunikan setelah mereka menerima pesan dari komunikator. Tanggapan komunikan dalam menyampaikan kembali kepada komunikaotr bisa berupa tanggapan secara positif atau negatif jika pesan komunikator tersebut sesuai atau tidak.

**g) Lingkungan**

Lingkungan adalah suatu situasi saat komunikator dan komunikan menjalankan proses komunikasi. Lingkungan mempunyai faktor saat komunikator dan komunikan menyampaikan pesan, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

**2.1.2 Komunikasi Massa**

Para ahli komunikasi mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses penyebaran konsep, pengetahuan, dan sikap kepada khalayak luas. Karena pendekatan komunikasi ini biasanya melibatkan alat-alat mesin yang termasuk dalam kategori media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet, maka komunikasi massa dikenal sebagai komunikasi massa. Biasanya, komunikasi massa digunakan untuk tujuan promosi, seperti mendukung barang atau nilai, menyebarkan berita, informasi, dan sebagainya (Suprpto, 2009: 18). Mempelajari komunikasi massa tidak hanya melibatkan pengetahuan tentang bagaimana informasi disebarkan melalui media, tetapi juga pengetahuan tentang beberapa komponen kekuasaan. Mampu membujuk yang berkuasa untuk menyelaraskan diri dengan tujuan sendiri merupakan prasyarat untuk memiliki kekuasaan menurut (Laksono, 2019).

Mengingat penelitian penulis berfokus pada ilmu komunikasi, pendapat para pakar ilmu komunikasi beserta keterbatasan yang disebutkan oleh penulis merupakan uraian yang penulis gunakan sebagai sumber utama. Meskipun komunikasi massa memberikan keuntungan dalam hal jangkauan yang lebih luas. Suprpto (2009: 19) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor kunci yang perlu diperhatikan dalam praktik terkait upaya komunikasi massa:

1. Tugas mengomunikasikan konsep atau informasi kepada audiensnya sebagian besar berada di pundak komunikator massa. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa komunikator massa tidak mengenal secara dekat audiens yang mereka jangkau, baik dalam hal agama, budaya, ras, status ekonomi, atau aspek lainnya.
2. Mendapatkan masukan dari pendengar dalam komunikasi massa lebih menantang daripada dalam komunikasi antar pribadi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pembaca, pemirsa, dan pendengar konten yang diproduksi untuk komunikasi massa pada umumnya tidak mengenal pelaku komunikasi massa.
3. Komunikasi massa mengandung risiko lebih tinggi untuk salah menafsirkan isi pesan komunikator daripada komunikasi interpersonal. Misalnya karena mereka tidak menyukai cara pesan yang disampaikan oleh presenter, pendengar atau pemirsa mungkin enggan untuk melanjutkan program radio atau televisi yang baru saja mereka tonton sebagian.

Pemeriksaan dampak yang dihasilkan oleh media massa merupakan aspek lain dari komunikasi massa. Dampak ini dapat berupa dampak perilaku (perubahan dalam tindakan dan perilaku), dampak afektif (perubahan dalam perasaan dan sikap), atau dampak kognitif (perubahan dalam pengetahuan dan pemahaman). Misalnya persepsi

publik terhadap masalah sosial, pembentukan keyakinan dan sikap politik, serta pola dan gaya hidup konsumen semuanya dapat dipengaruhi oleh media menurut (Winda, 2022).

Komunikasi massa merupakan bidang studi yang rumit dan dinamis. Pemahaman terhadap fungsi, dinamika, dan dampak media massa terhadap masyarakat serta peluang dan masalah yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi dalam komunikasi dimungkinkan melalui penggunaan metode ilmiah dan analitis dalam komunikasi massa.

### **2.1.3 Macam-Macam Media Komunikasi Massa**

Media sosial pada hakikatnya adalah kategori media yang digunakan untuk berkomunikasi. Secara umum media sosial merupakan media bagi para penggunanya untuk bersosialisasi yaitu, terhubung satu sama lain secara individu, dalam kelompok, dan sebagainya (Fitriansyah, 2018).

Tingkat penetrasi media sosial di kalangan masyarakat Indonesia sudah mendekati angka puluhan juta. Artinya konten apa saja mulai dari hal-hal kecil yang tidak pernah terpikirkan akan menjadi viral seperti fenomena "kids jaman now", kejadian-kejadian unik, cyberbullying, bahkan aksi meniru gaya orang dewasa yang kini banyak diikuti oleh para remaja bisa dengan mudah menjadi viral (Tinambunan, 2022). Kini khalayak dapat berinteraksi dengan media massa dan bahkan berkontribusi terhadap kontennya berkat konvergensi media. Kini, khalayaklah yang menentukan bagaimana, kapan, dan di mana mereka memperoleh berbagai jenis konten (Haqqu, 2020).

Berikut ini adalah macam-macam kategori komunikasi massa:

#### **1. Surat Kabar**

Surat kabar atau sering disebut dengan koran/pers adalah media massa cetakan yang memuat pada laporan atau peristiwa yang sedang terjadi, pesan tersebut bersifat umum, informasi tersebut faktual, dan dapat disebar secara meluas untuk khalayak.

Peran surat kabar dibuat untuk khalayak adalah dapat memperluas cakrawala, orang-orang dapat mengetahui kejadian yang dialami di lingkungan sekitarnya. Surat kabar memusatkan perhatian khalayak dan meningkatkan aspirasi, dimana pesan-pesan yang tertulis dalam koran dapat membangun pemikiran khalayak saat membaca pesan tersebut.

## 2. Majalah

Majalah hampir mirip seperti surat kabar tetapi perbedaannya adalah isi pesan dalam media massa cetakan ini cukup singkat disertakan dengan gambar, grafik, ilustrasi, atau fitur lainnya.

Dalam penyebaran majalah untuk khalayak, mereka dibagi menjadi dua kategori yaitu Majalah umum mencakup isu-isu penting yang relevan bagi masyarakat seperti politik, ekonomi, pendidikan, budaya, dan ilmu pengetahuan yang memenuhi kebutuhan pembaca. Majalah khusus didorong pada informasi yang diperlukan guna, memenuhi keutuhan informasi dengan peran spesifik bagi khalayak yang tertarik untuk membaca seperti majalah tentang perang dunia, permobilan, *fashion*, dan kategori lainnya.

## 3. Internet

Internet adalah media massa elektronik yang berisikan semua informasi seperti surat kabar/majalah tetapi tersebar secara luas dan cepeat dimana khalayak bisa langsung membaca informasi tersebut dengan *gadget* mereka

masing-masing. Mudahnya informasi tersebar secara cepat adalah hanya diutuhkan jaringan komputer untuk lembaga komunikator yang menyebar pesan tersebut dan dapat diterima oleh khalayak dengan cara yang sama untuk membaca informasi tersebut.

#### 4. **Televisi**

Televisi adalah media massa elektronik berupa audio dan visual. Manfaat adanya televisi bagi khalayak adalah televisi menyiarkan suatu program dengan berbagai kategori dan dapat disebarkan secara samaran dengan saluran yang mereka tentukan

#### 5. **Film**

Menurut Susanto (1982:60), Film merupakan suatu kombinasi antar usaha penyampaian pesan melalui gambar yang bergerak, pemanfaatan teknologi kamera dan suara. Unsur-unsur tersebut dilatar belakangi oleh sutradara kepada khalayak film. Pada dasarnya, film merupakan sebuah karya dalam bentuk audio dan visual. Film termasuk media komunikasi massa, seseorang yang menciptakan sebuah pesan dalam bentuk suara dan gambar bergerak dan dapat disampaikan kepada khalayak secara umum.

#### **2.1.4 Komunikasi Interpersonal Remaja**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya untuk langsung mengamati respons lisan dan nonverbal orang lain (Mulyana, 2008). Karena komunikasi antarpribadi tidak diatur secara hukum, komunikasi ini dapat terjadi antara dua orang atau lebih. Akibatnya setiap orang bebas berdiskusi dengan orang lain tentang berbagai topik, termasuk pengalaman, latar belakang, pikiran terdalam, ide, harapan, dan perasaan mereka. (Mataputun, 2020).

Meningkatnya keintiman dalam hubungan interpersonal akan terwujud dari kemampuan untuk berbagi informasi, keahlian, dan pengalaman dengan orang lain, dimulai dari lingkungan keluarga terdekat dan berlanjut hingga sekolah dan seterusnya hingga ke masyarakat yang lebih luas (Amalia, 2017). Remaja membutuhkan komunikasi interpersonal karena sebagai bagian dari proses komunikasi mereka harus menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Semakin mahir remaja berkomunikasi satu sama lain di sekolah semakin mahir pula siswa menyesuaikan diri dengan berbagai kegiatan. (Praptiningsih, 2021).

Komunikasi interpersonal yang negatif juga memengaruhi generasi muda, yang mengalami miskomunikasi serta penolakan dari orang lain di lingkungan sosial mereka. Remaja di Indonesia dapat menderita masalah kesehatan mental akibat hubungan yang tidak sehat yang disebabkan oleh komunikasi yang buruk dan penolakan yang sering terjadi (Febrianti, 2023). Awal mula munculnya perilaku menyimpang remaja seperti berbohong, tidak masuk sekolah, merokok, keluar rumah tanpa izin, dan tidak menghormati orang tua. Namun saat ini perilaku menyimpang tersebut telah berkembang menjadi tindakan ilegal seperti perkelahian, penggunaan narkoba, konsumsi alkohol, pemerkosaan, dan bahkan pembunuhan (Dewi, 2017).

Koneksi yang buruk akan terjadi jika komunikasi saat ini tidak dikomunikasikan secara efektif yang juga akan menghasilkan komunikasi berkualitas rendah yang tidak menerima masukan atau umpan balik seperti yang diinginkan. Jelas bahwa ada hambatan komunikasi ketika hal serupa terjadi. Frustrasi interpersonal juga dapat terjadi karena komunikasi yang buruk (Purwanti, 2022).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal sangat penting bagi remaja masa kini karena komunikasi interpersonal dapat mempererat hubungan antarmanusia dan memungkinkan terjadinya pertukaran

pengalaman dan pengetahuan dengan remaja yang sedang mencari jati diri. Hal ini membantu mencegah terjadinya perilaku menyimpang yang tidak diinginkan pada remaja.

## **2.2 Film Sebagai Industri**

Industri kreatif pada umumnya merupakan proses penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan dari individu atau kelompok lalu dapat menghasilkan suatu karya atau produk. Film merupakan salah satu jenis industry kreatif yang berpotensi besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

### **2.2.1 Jenis-jenis film**

#### **a. Film Cerita**

Film cerita adalah jenis film yang dibangun di atas sebuah narasi. Durasi penayangannya bervariasi; film cerita yang berdurasi di bawah 60 menit, yang biasanya diproduksi oleh mahasiswa perfilman, disebut Film Cerita Pendek. Sementara itu, film cerita yang berdurasi lebih dari 60 menit dikenal sebagai film cerita panjang. Film dengan durasi lebih lama ini, baik yang didasarkan pada realitas maupun imajinasi, membantu penonton untuk menyaksikan berbagai peristiwa, seperti dalam film aksi, petualangan, sci-fi, dan lain-lain.

#### **b. Film Dokumenter**

Menurut Onong (dalam buku Romli) film dokumenter berfokus pada fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Film dokumenter menggambarkan kejadian nyata, menuturkan kehidupan seseorang secara autentik, mengisahkan suatu periode dalam sejarah, atau menyajikan rekaman cerita. Dokumenter

menyajikan rangkuman peristiwa secara fotografis dengan berlandaskan ada kejadian yang nyata dan akurat (Romli, 2016).

### 2.2.2 Macam-macam Genre Film

Aliran film dibagi menjadi 8 kategori, yaitu:

#### a. Aksi

Genre Aksi merupakan kategori aliran film yang berhubungan aksi, meliputi adegan-adegan yang berhubungan dengan keseruan, keberanian, resiko, dan lain sebagainya. Film aksi lebih banyak terkenal untuk film superhero, kepolisian, *super-spy*, dan lain sebagainya.

#### b. Drama

Genre Drama dalam film menyeroti ke adegan yang berhubungan kemenarikan pada tokoh. Kategori ini memfokuskan pada sosok karakter mengenai hubungan antar manusia yang direfleksikan dalam kehidupan di masing-masing karakter. Ciri genre film drama lebih fokus pada emosional dan konflik antara peran tokoh dalam film.

#### c. Komedi

Genre Komedi mempunyai banyak kategori dalam hiburan untuk khalayak, karena aliran komedi menyajikan humor-humor segar untuk menghibur khalayak tertentu. Aliran film komedi mudah dikenal bagi masyarakat lewat kategori tertentu seperti *dark comedy*, *slapsticks*, *romantic comedy*, dan *action comedy*.

#### **d. Horror**

Genre horror bagi khalayak mempengaruhi pada rasa keberanian mereka dalam menonton sebuah film yang berisikan berupa hantu-hantu mitos, supernatural, *thriller*, dan lainnya. Film horror juga punya beberapa kategori yang berbeda, agar khalayak dapat memilih film mereka ingin nonton berdasarkan kemauan, rasa penasaran, atau keberanian mereka, seperti horror komedi, horror psikologi, dan horror supernatural.

#### **e. Petualangan**

Genre ini menyajikan kisah perjalanan atau penjelajahan ke suatu tempat dengan membawa misteri tertentu. Genre Petualangan mempunyai fokus yang sama seperti genre aksi tetapi perbedaannya adalah film ini fokus pada mencari suatu benda, seseorang, atau jawaban atas sebuah peristiwa dalam film tersebut.

#### **f. Animasi**

Animasi adalah jenis film yang dibuat menggunakan teknik gambar dan animasi komputer dalam format dua dimensi, tiga dimensi, stop motion, dan berbagai metode lainnya.

#### **g. Fantasi**

Genre ini berupa film yang disajikan pada imajinasi untuk khalayak yang menyuguhkan pada mitologi, supernatural, dunia sihir, hingga dunia dongeng.

#### **h. Fiksi Ilmiah**

Genre ini menampilkan imajinasi berupa rekayasa ilmu pengetahuan diterapkan dalam kehidupan manusia. Genre ini sering menampilkan macam-macam varian seperti super, robot, monster, alien, kemampuan pada tokoh.

### **2.2.3 Film Sebagai Industri Hiburan**

Berbicara tentang Film sebagai alat untuk hiburan , Umar Kayam mengatakan bahwa film diciptakan saat industri memantapkan dirinya sebagai dinamika budaya yang membentuk kehidupan modern. Film ini dibuat pada saat bisnis menetapkan perannya sebagai koordinator utama dalam memenuhi kebutuhan material masyarakat. Film memainkan peran penting sebagai industri hiburan yang menikmati popularitas besar di kalangan masyarakat luas. Menurut Dennis McQuail, media adalah industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, dan merevitalisasi industri terkait lainnya. Media massa juga merupakan industri tersendiri dengan aturan atau regulasi dan regulasi yang mengikat institusi dengan masyarakat atau lembaga sosial lainnya yang ada di masyarakat. ( Nurudin, 2007:34) Amerika (Hollywood), India (Bollywood), dan Hong Kong memandang film sebagai komoditas industri yang sangat menarik dan menguntungkan pada saat itu. Di bagian dunia lain, film digunakan sebagai alat komunikasi dan sebagai produk budaya. Hal ini dapat dilihat di Prancis (sebelum 1995), Belanda, Jerman, dan Inggris Raya. Akibatnya, film dipandang sebagai sumber daya budaya yang harus dikembangkan, penelitian film dikembangkan dan eksperimen juga dibiayai oleh negara. Kelompok terakhir menempatkan film sebagai sarana politik media propaganda di 14 negara. Oleh karena itu, film-film di Indonesia berada di bawah kendali departemen penerangan dengan konsep lembaga sensor film.

#### **2.2.4 Penonton Film Sebagai Khalayak**

Sebagai komponen media massa audio-visual, film berupaya mengomunikasikan pesan moral atau sosial kepada penontonnya. Film dapat dibuat sedemikian rupa sehingga hampir mencerminkan emosi penonton karena bagaimana realitas masyarakat terus berkembang. Hasilnya setelah menonton seluruh film penonton dapat merasakan keintiman dengan situasi yang ada. Bukan hanya adegan

dalam film tetapi juga makna, maksud, dan pesannya secara keseluruhan menurut (Asri, 2020).

Film sebagai media massa yang menyebarkan informasi, memiliki potensi untuk mendidik masyarakat Menurut (Andi, 2017), hal ini menunjukkan bagaimana menonton film dapat meningkatkan kapasitas seseorang untuk memahami informasi, ide, atau rekomendasi. Sebuah film menceritakan kisahnya dengan berganti-ganti antara adegan, emosi, dan peristiwa melalui rangkaian gambar bergerak. Elemen utama dalam pembuatan film adalah kapasitas visual untuk menceritakan kisah kepada penonton.

Dalam Riswandi (2009), Defleur dan McQuail mendefinisikan komunikasi massa sebagai proses di mana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan terus-menerus mengembangkan makna yang diharapkan memiliki berbagai efek pada khalayak yang luas dan beragam. Menurut sejumlah definisi yang disebutkan di atas, komunikasi massa adalah komunikasi informasi yang dilakukan oleh media melalui media massa.

Film menurut Wibowo, merupakan media untuk menyampaikan berbagai macam pesan kepada khalayak umum melalui cerita. Sebagai alat bagi seniman dan sineas untuk mengomunikasikan ide dan konsep cerita, film juga merupakan media ekspresi artistik. Pada hakikatnya film memiliki kemampuan untuk membentuk orang-orang yang memediasi konflik sosial. Sinema pada dasarnya merupakan komponen komunikasi massa, dan hubungannya dengan masyarakat saling terkait erat. Film merupakan media untuk menyampaikan gagasan melalui musik dan visual dengan alur cerita. Karena film dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk menyebarkan pesan kepada khalayak melalui cerita yang dibuat oleh penulis skenario untuk mereka. Selain itu film berfungsi sebagai media massa dengan menyebarkan pesan yang bersifat instruktif,

menghibur, dan informatif. Film, sebagai media, memiliki pengaruh yang mendalam terhadap sikap masyarakat yang memandang materi yang disajikannya. Film dapat dimanfaatkan sebagai alat sosialisasi yang persuasif selain sebagai media komunikasi.

Memahami definisi audiens menjadi lebih sulit. Kelompok sasaran mencakup pemahaman manusia tentang berbagai faktor, termasuk sosial, politik, psikologis, dan sebagainya, dan bukan sekadar objek atau penerima konten, karena setiap orang itu unik, bahkan mereka yang termasuk dalam kelompok yang sama. Menurut definisi tradisional lebih mudah untuk melihat audiens secara terpisah daripada melihat kerumunan. Publik terus berubah tidak selalu aktif, tetapi juga tidak statis, dan terkadang pasif. Keterlibatan publik meningkat seiring dengan kemajuan era digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bagaimana interpretasi audiens terhadap materi terkadang bisa agak ekspresif dan muncul selama proses restrukturisasi kognitif (Nasrullah, 2019, hlm. 5).

Menurut pendapat McQuail, kata "penerima" lebih mirip dengan gagasan tentang audiens. Audiens didefinisikan sebagai kumpulan pengamat atau pendengar yang umumnya pasif, menyerap informasi, dan waspada. Lebih jauh, menurut definisi Cangara, audiens adalah kelompok yang menjadi sasaran pesan sumber, dan kelompok ini dapat mencakup satu atau lebih orang, kelompok, partai, atau bahkan seluruh bangsa (Nasrullah, 2019, hlm. 6-7).

Peran masyarakat tidak lagi terbatas pada konsumen informasi berkat munculnya media baru peran tersebut juga dapat melibatkan penciptaan informasi. Mereka mampu bereaksi terhadap materi dengan cepat, memberikan jawaban langsung, dan memberikan komentar di situs media. Misalnya penonton film berfungsi sebagai penyalur pesan dari media dan peserta langsung sebagaimana dibuktikan oleh komentar mereka tentang film tersebut di platform yang relevan. Pengguna media sosial dapat

dengan cepat merespons melalui platform tersebut, berbeda dengan penonton di media konvensional yang harus melalui proses yang sulit untuk melakukannya.

### **2.3 Sifat Pesan Komunikasi Dalam Film**

Film termasuk komunikasi massa yang berisikan berupa pesan dalam bentuk audio dan visual. Dalam film, terdapat tokoh-tokoh dan bagaimana cara mereka berkomunikasi dalam berbagai adegan perfilm. Pesan komunikasi dalam film adalah proses penyampaian informasi melalui kata-kata, ucapan, dan tulisan.

Sifat pesan komunikasi dalam film mempunyai dua sifat tertentu yaitu:

#### **2.3.1 Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah jenis komunikasi yang dilakukan pengirim pesan kepada penerima pesan dengan menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan ide, pemikiran, atau keputusan dari pengirim pesan, karena lebih mudah disampaikan dalam bentuk verbal. Hal ini memudahkan penerima untuk memahami pesan-pesan yang disampaikan oleh pengirim. (Nurudin, 2016).

Menurut (Cangara, 2007) Komunikasi Verbal mempunyai unsur penting, yaitu:

##### **A. Kata**

Kata merupakan simbol yang mewakili berbagai hal seperti orang, benda, peristiwa, atau kondisi. Makna kata tidak langsung terhubung dengan objeknya, melainkan terletak dalam pikiran orang (Julia, 2009).

Pemilihan kata dilakukan dengan menggunakan abstraksi yang maknanya telah disepakati, sehingga komunikasi verbal memiliki sifat intensional dan maknanya dibagikan kepada mereka yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

## B. Bahasa

Bahasa adalah suatu sistem lambing yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambing bahasa yang dipergunakan adalah bahasa lisan, tertulis pada kertas, ataupun elektronik (Agus. M, 2003).

Komunikasi verbal memiliki karakteristik:

1. Jelas dan Singkat

Komunikasi harus sederhana, jelas, singkat, dan langsung. Semakin sedikit kata yang digunakan, kemungkinan terjadinya kebingungan dalam menyampaikan pesan. Berbicara dengan lambat dan jelas akan memudahkan pemahaman penerima.

2. Perbendaharaan kata

Penggunaan kata-kata yang mudah dipahami oleh penerima untuk keberhasilan komunikasi. Pesan tidak akan efektif jika pengirim tidak dapat menyampaikan pesan berupa kata dan ucapan dengan baik.

3. Makna Konotatif dan Denotatif

Makna konotatif mencakup pada pemikiran, perasaan, atau ide yang terkandung dalam suatu kata, sedangkan makna denotatif memberikan definisi langsung dari kata tersebut.

4. Intonasi

Seorang komunikator dapat mempengaruhi arti pesan melalui nada suaranya. Emosi sangat berpengaruh pada nada suara dalam menyampaikan pesan.

5. Kecepatan Berbicara

Keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh kecepatan dan ritme berbicara. Perubahan cepat pada topik pembicaraan bisa menimbulkan kesan ada yang disembunyikan.

## 6. Humor

Humor dapat meningkatkan dukungan emosional dalam komunikasi. Tertawa membantu meredakan ketegangan pendengar, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi (Kurniati, 2016).

### 2.3.2 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi Nonverbal adalah bentuk komunikasi yang mengandalkan pengamatan terhadap ekspresi emosi pada wajah seseorang, seperti kebahagiaan, kebingungan, kemarahan, kesedihan, dan lain sebagainya. Komunikasi nonverbal berlangsung tanpa kata-kata dan sering dianggap lebih jujur karena muncul secara spontan. Dalam proses komunikasi, komunikasi nonverbal terjadi hampir secara otomatis, sehingga selalu hadir dan tak terpisahkan dari interaksi sehari-hari (Kusumawati, 2016).

### 2.4 Kenakalan Remaja

Usia dan dampak situasi sosial merupakan pertimbangan penting dalam konsep remaja. Istilah "remaja" mengacu pada tahap perkembangan yang terjadi antara masa kanak-kanak dan kedewasaan dan ditandai oleh perubahan dalam fungsi sosial emosional, kognitif, dan tubuh. Tiga kategori mendefinisikan batas rentang usia remaja, remaja menengah atau pertengahan (usia 15-18), remaja akhir (usia 18-21), dan remaja awal (usia 12–15) (Santrock, 2003:26). Masa remaja dikenal sebagai masa "badai dan stres" ketika perubahan hormonal dan fisik menyebabkan ketegangan emosional meningkat (Suryandari, 2020). Kenakalan remaja mengacu pada kejahatan atau

kenakalan yang dilakukan oleh anak di bawah umur dan merupakan tanda patologi, atau penyakit sosial pada remaja yang disebabkan oleh satu jenis layanan sosial yang mengarah pada perkembangan perilaku menyimpang (Karlina, 2020). Kenakalan remaja saat ini berada pada tingkat yang mengkhawatirkan. Banyak anak-anak terlibat dalam penyalahgunaan narkoba dan alkohol, prostitusi, seks bebas, aborsi, dan bentuk-bentuk kenakalan remaja lainnya tanpa menyadarinya (Prasasti, 2017).

#### **a. Bentuk dan Jenis Kenakalan Remaja**

Masa remaja merupakan masa yang indah yang dipenuhi dengan kenangan yang sulit dilupakan terutama saat dikelilingi oleh teman sebaya masa ini juga merupakan masa eksplorasi identitas. Selama masa remaja orang-orang ingin tahu tentang hal-hal baru dan sulit. Remaja sangat dipengaruhi oleh teman-temannya selain menjadi sumber kebanggaan bagi mereka karena memiliki banyak teman, mereka juga merasa lebih aman untuk bertindak dengan cara tertentu saat bersama teman-temannya (Soerjono, 1995). Lebih jauh dengan maraknya sinetron dan film yang berfokus pada remaja, banyak situasi yang menggambarkan kenakalan remaja yang tergambar dalam karya-karya tersebut.

Tindakan yang melanggar hukum atau menyimpang dari norma sosial dianggap sebagai kenakalan remaja. Jensen membedakan empat kategori kenakalan remaja:

1. Perbuatan jahat yang mengakibatkan cedera pada tubuh, seperti pemerkosaan, pemukulan, dan pembunuhan.
2. Perbuatan jahat seperti vandalisme, pencurian, dan pemerasan yang menimbulkan kerugian nyata.

3. Pelacuran, penyalahgunaan narkoba, dan kehamilan pranikah merupakan contoh kenakalan sosial.
4. Tingkah laku yang tidak sesuai dengan kedudukannya, seperti membolos atau kabur dari rumah (Jensen dalam Sarwono, 2001:200).

#### **b. Faktor Kenakalan Remaja**

Meskipun seorang remaja sudah terlalu tua untuk dianggap anak-anak mereka masih terlalu muda untuk dianggap dewasa. Meskipun mereka melakukan banyak kesalahan mereka sering kali menggunakan taktik coba-coba untuk menemukan gaya hidup yang paling cocok untuknya (Rulmuzu, 2021). Setiap remaja hidup dalam lingkungan yang unik dengan lingkungan sosial, dinamika keluarga, kesempatan pendidikan, dan keadaan ekonomi yang unik. Salah satu faktor yang menyebabkan kenakalan remaja adalah lingkungan sosial yang tidak tepat, terutama di zaman sekarang ini di mana modernitas mendorong remaja untuk mencoba hal-hal yang tidak seharusnya dilakukan dengan benar (Andriyani, 2020). Berdasarkan lokasi atau sumber kenakalan remaja, penyebab kenakalan remaja dibagi menjadi empat kategori menurut (Afrita, 2023) yaitu:

1. Unsur-unsur yang terdapat dalam diri anak itu sendiri, seperti faktor risiko, kurangnya dasar keimanan pada remaja, kurangnya kemampuan beradaptasi, dan lemahnya pertahanan diri.
2. Kehidupan keluarga yang tidak harmonis, keadaan ekonomi orang tua yang buruk (terutama di daerah pedesaan), dan remaja yang kurang menerima kasih sayang dan perhatian dari orang tua merupakan contoh faktor yang memengaruhi lingkungan rumah.
3. Faktor yang bersumber dari masyarakat, seperti tidak diterapkannya pelajaran agama secara teratur, pendidikan masyarakat yang kurang

memadai, pengawasan terhadap remaja yang kurang memadai, dan dampak dari standar yang dipaksakan dari luar.

4. variabel yang berasal dari lingkungan sekolah, seperti kekurangan guru, norma pendidikan dan kekompakan guru, fasilitas pendidikan, dan faktor guru.

Pendapat para ahli menunjukkan bahwa kenakalan remaja akan menjadi masalah serius karena antara lain, pergaulan yang tidak tepat turut menyebabkan kenakalan remaja. Di zaman sekarang remaja cenderung mencoba hal-hal yang tidak seharusnya dilakukan dengan benar karena modernisasi.

## **2.5 Macam-macam Asumsi Tentang Audiens**

Meskipun media dapat memberikan dampak yang baik, media tidak dapat sepenuhnya menutup kemungkinan untuk memberikan dampak yang merugikan pada cara berpikir dan memproses informasi oleh khalayaknya. Secara harfiah kemajuan teknologi akan selalu berdampak pada perkembangan proses berpikir manusia. Secara umum, pesan-pesan budaya atau sosial politik ditampilkan secara tidak tepat dan tidak akurat, yang memengaruhi persepsi khalayak terhadap kelompok suku, ras, agama, atau orang-orang yang termasuk di dalamnya menurut (Sabila, 2020).

Motivasi audiens dalam memilih media dilihat dari sudut pandang teori *Uses and Gratification*. Hal ini dikarenakan adanya media yang berbeda-beda sebagai saluran penyampaian pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing orang (Anindhiya, 2024). Teori *Uses and Gratification* didasarkan pada lima asumsi, menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (1947) (Karunia, 2021), yaitu:

1. Media digunakan dengan tujuan dan melibatkan audiens, khususnya:
  - a. Diversi (diversion), dimaksudkan sebagai pengalih perhatian dari permusuhan biasa.

- b. Hubungan pribadi (personal relationship), tujuan penggunaan media adalah untuk membina persahabatan dan hubungan.
  - c. Identitas pribadi (personal identity), untuk memperkenalkan secara individual guna memperkuat cita-cita pribadi.
  - d. Pengawasan (surveillance), setiap orang dapat mencapai sesuatu dengan bantuan media.
2. Inisiatif menghubungkan kebutuhan penonton akan kepuasan dengan pilihan media tertentu setiap penonton adalah peserta aktif dalam media dan membuat keputusan tentang apa yang akan ditonton. Misalnya seseorang yang ingin tertawa akan memilih acara yang cerdas dan lucu. Di sisi lain seseorang yang membutuhkan informasi akan memilih acara yang serius.
  3. Sebagai hubungan antara media dan khalayak yang dibentuk oleh masyarakat, persaingan media dengan media lain dimaksudkan untuk memenuhi permintaan. Media cetak, siaran, daring, dan fisik serta teman dan keluarga semuanya bersaing untuk memenuhi permintaan khalayak masing-masing. Kesadaran diri dalam penggunaan media, dimaksudkan bahwa para audiens tentunya memiliki kesadaran motivasi dan peminatan dalam menggunakan media.
  4. Saat audiens mengevaluasi konten media, bahkan jika informasinya tidak terlalu penting siaran tersebut dianggap fungsional jika dapat memuaskan kebutuhan mereka.

## **2.6 Studi Resepsi (Reception Theory)**

Pendekatan baru dalam teori komunikasi untuk menjelaskan sebuah wacana dan elemen sosial adalah analisis resepsi. Menurut Adi (2012), studi khalayak

menggunakan analisis resepsi sebagai komponen unik yang bertujuan untuk menyelidiki secara lebih rinci proses nyata dari sebuah wacana media melalui praktik dan budaya khalayaknya. Dari sini jelas bahwa khalayak dalam situasi ini berpartisipasi aktif dalam kritik media, bertindak sebagai penerima sekaligus pengkritik komunikasi.

Stuart Hall menyatakan bahwa penerimaan atau resepsi audiens merupakan modifikasi yang telah diprediksi dari komponen encoding-decoding yang telah dikembangkan dan diakui sejak tahun 1973. Menurut teori ini, makna yang disandikan (*encode*) dan diterjemahkan (*decode*) oleh pengirim pesan (*sender*) akan dikaji dalam penelitian ini.

Studi tentang konstruksi makna oleh khalayak selama menonton film atau acara televisi dikenal sebagai analisis khalayak atau pemahaman khalayak reaksi, penerimaan, sikap dan makna pembaca yang diciptakan atau dibentuk terhadap karya sastra dan artikel majalah diamati dan dianalisis melalui analisis, misalnya dalam kaitannya dengan isi artikel (Darwanto, 2019). (Stuart Hall dan Morissan, 2015: 550-551) dalam (Darwanto, 2019) membagi makna antara pengirim dan penerima pesan serta bagaimana pesan ditafsirkan antara keduanya ke dalam tiga kategori. Hal ini menyoroti fakta bahwa khalayak mengartikan pesan media dari salah satu dari tiga posisi yang mungkin: dominasi hegemonik, negosiasi atau oposisi.

a. Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant Hegemonic Position*)

Pemirsa mendengar pesan ketika pesan tersebut disampaikan oleh media. Publik juga menikmati apa yang disajikan oleh media. Dalam hal ini media menggunakan kode budaya yang berlaku di masyarakat untuk menyampaikan pesannya. Dengan kata lain, pemirsa dan media sama-sama memanfaatkan budaya yang berlaku. Media perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikannya mencerminkan budaya yang berlaku di masyarakat.

b. Posisi Negosiasi (*Negotiated Position*)

Menerima ideologi yang berlaku secara teori tetapi menolak penerapan praktisnya. Sudut pandang baru menerima ideologi yang berlaku, tetapi akan menerapkannya dalam berbagai cara yang menghormati norma budaya daerah.

c. Posisi Oposisi (*Oppositional Position*)

Teknik terakhir yang digunakan oleh khalayak untuk menafsirkan pesan media adalah "oposisi," yang terjadi ketika khalayak yang tidak setuju mengubah atau mengganti kode media dengan pesan baru atau berbeda. Makna pesan media ditolak oleh khalayak, yang kemudian menerapkannya pada interpretasi mereka sendiri tentang topik yang dibahas.

Teori analisis resepsi ini akan dimanfaatkan oleh para peneliti untuk memahami bagaimana pemirsa mempersepsi siaran tersebut terhadap kenakalan remaja yang digambarkan dalam film "Vina Sebelum 7 Hari".

## **2.7 Analisis Teori Melvin deFleur (Dependences Media Theory)**

Analisis Teori Melvin deFleur (Dependences Media Theory) pada penelitian ini, teori dari Melvin deFleur digunakan untuk membedakan kriteria subjek dalam melakukan resepsi pada pemaknaan komunikasi interpersonal dalam film Vina Sebelum 7 Hari Latar belakang subjek dapat dianalisis dengan menggunakan teori Melvin deFleur, dimana dalam teorinya terdapat tiga tipe individu atau subjek dalam suatu penelitian.

Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach (1988) (dikutip dalam Nurudin, 2007, hlm. 106) mengemukakan teori yang mengkaji hubungan antara khalayak dan bagaimana mereka bereaksi terhadap pesan media. Mereka membagi penelitian ini ke dalam empat sudut pandang teoritis.

Berikut ini adalah empat sudut pandang teoritis tersebut:

1. Teori Perbedaan Individu (*The Theory of Individual Differences*)

Pesan media massa direkam berdasarkan sifat dan kebutuhan individu penerimanya. Setiap individu berbeda dalam cara komunikasi memengaruhi mereka, bahkan ketika mereka menerima pesan yang sama. Cara komunikasi dari media diterima memiliki komponen psikologis. Setiap orang memiliki perhatian, minat dan keinginan yang unik yang dibentuk oleh aspek psikologis orang tersebut dan memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan dari media.

2. Teori Penggolongan Sosial (*Social Classification Theory*)

Individu yang termasuk dalam kategori sosial tertentu atau yang sama cenderung memiliki perilaku atau sikap yang kurang lebih sama terhadap rangsangan tertentu. Individu yang tergabung dalam kelompok sosial tertentu umumnya merespons dengan cara yang sama terhadap pesan yang disampaikan oleh media massa. Klasifikasi sosial ini didasarkan pada usia, jenis kelamin, suku bangsa, profesi, pendidikan, hobi, status sosial dan agama.

3. Teori Hubungan Sosial (*Social Relations Theory*)

Inti dasarnya orang belajar tentang media melalui hubungan interpersonal bukan langsung dari sumbernya. Hubungan sosial dalam masyarakat adalah media tempat informasi disebarkan. Teori Komunikasi Aliran Dua Langkah terkait dengan gagasan ini. Salah satu hipotesis dalam studi tentang efek media adalah teori hubungan sosial yang berfokus pada bagaimana media massa mempengaruhi interaksi sosial interpersonal. Menurut hipotesis ini, media massa berdampak pada cara

individu berinteraksi, menciptakan jaringan sosial, dan menjalin ikatan pribadi.

#### 4. Teori Norma Budaya (*Cultural Norm Theory*)

Karena cara media menyajikan informasi, dapat terlihat seolah-olah orang-orang mengikuti norma dan nilai budaya. Dalam kerangka teori dampak media massa teori norma budaya mengeksplorasi cara-cara media massa dapat mempengaruhi dan membentuk norma sosial dan budaya dalam suatu komunitas. Menurut hipotesis ini, media memiliki peran sosialisasi dalam membentuk persepsi, moral dan perilaku orang-orang dalam komunitas.

Robert K. Merton dan Paul Lazarsfeld mengidentifikasi empat penyebab utama kecemasan terkait dengan media arus utama. Kehadiran media yang tersebar luas dan kemampuan untuk dimanipulasi demi tujuan tertentu membatasi kepentingan finansial pemilik modal untuk mempertahankan kendali atas media, yang dapat digunakan untuk meredam kritik sosial, menjamin kepatuhan publik terhadap status quo, dan merusak pemikiran kritis publik.

Berdasarkan teori dampak media yang dikemukakan oleh De Fleur dan Ball-Rokeach, dapat disimpulkan bahwa latar belakang seseorang sangat memengaruhi cara mereka menafsirkan sebuah karya media. Oleh karena itu, untuk menemukan berbagai penafsiran terhadap penggambaran perilaku remaja yang tidak pantas dalam film "Vina Sebelum 7 Hari", pemilihan subjek untuk penelitian ini tentu saja harus mempertimbangkan keberagaman sosial ekonomi.

## 2.8 Definisi Konseptual

Definisi konseptual itu sendiri mewakili makna dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk menerapkan konsep tersebut di lapangan. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

### 1. Film

Akibat yang di timbulkan setelah menonton tayangan film Vina Sebelum 7 Hari baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negative, yang mempengaruhi khalayak dalam menyikapi culture patriarki di masyarakat. Pada fungsinya Film sebagai media komunikasi massa memiliki kemampuan untuk menginformasikan (to inform), memberikan hiburan (to entertaint), mempengaruhi (to persuade) dan transmission of culture (transmisi budaya) hal ini juga merujuk pada salah satu unsur komunikasi yaitu dimana khalayak menerima pemaknaan terhadap suatu tayangan. Gambaran yang di lihat dan di perhatikan oleh penonton/khalayak, dalam hal ini adalah isu patriarki yang terjadi di masyarakat. Khalayak akan mudah terpengaruh menjadi apa yang mereka lihat, di karenakan media komunikasi seperti film ini mudah di serap karena memiliki lebih dari satu indra untuk penerimannya yaitu melihat (visual) dan mendengar (audio). Dan film sebagai media komunikasi memiliki fungsi mepersuasi audience/khalayak.

### 2. Kanakalan Remaja

Pada pemaknaan nya sendiri masa remaja adalah masa yang paling “rentan” karena masa remaja adalah masa untuk menemukan jati diri dan identitas diri, masa ini penuh dengan masalah dan dinamika sementara banyak remaja berjuang untuk mendefinisikan siapa diri mereka, beberapa berhasil mencapai dan terus menjadi pemenang dalam usaha mereka di masa

depan. Perilaku buruk yang merusak ketenangan masyarakat antara lain sering keluar rumah larut malam, minum-minuman keras, bertengkar, berjudi, mengonsumsi narkoba, dan lain sebagainya. Masalah atau perselisihan yang bersumber dari konteks kemasyarakatan atau kekeluargaan seperti trauma akibat pengalaman traumatik (misalnya mengalami pelecehan fisik, verbal, atau seksual), kemiskinan, dendam, atau sakit hati yang bisa berujung pada perasaan tertekan dan rasa bersalah.

### 3. Studi Resepsi

Resepsi biasa dimaknai sebagai penerimaan pembaca. Resepsi berasal dari Bahasa latin *recipere* yang memiliki arti menerima. Pada studi resepsi khalayak di posisikan sebagai individu yang ada dalam kebiasaan massa, studi/analisis resepsi berusaha untuk menganalisis dengan cara 22 mengungkapkan pesan tersembunyi yang ada di dalam khalayak/audience terhadap sebuah media.

### 2.9 Penelitian Terdahulu

Setidaknya dua penelitian terdahulu dikutip atau dipertimbangkan oleh peneliti dalam kapasitasnya sebagai peninjau karya ini. Untuk membahas topik penerapan teori analisis penerimaan pada pembahasan film dengan tepat, peneliti mengkaji minimal dua penelitian terdahulu. Gambaran umum penelitian terdahulu disediakan di bawah ini:

	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2
Nama Peneliti	Mega Pertiwi	Devinda Atma
Jenis Karya	Jurnal	Thesis
Tahun Penelitian	2020	2023

Judul Penelitian	Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru”	Analisis Resepsi Pemberontakan Remaja di Kalangan Anak Muda dalam Web Series “Dear Stranger”
Teori yang Digunakan	Analisis Resepsi oleh Stuart Hall	Analisis Resepsi oleh Stuart Hall
Metode Penelitian	Deskriptif	Deskriptif
Hasil Penelitian	Perspektif dominan-hegemonik mengatur bagaimana penonton memaknai adegan konflik pertama dan kedua dalam film Dua Garis Biru, yang menunjukkan bahwa penonton menerima pesan apa adanya dan pesan tersebut disajikan secara ideal. Sebaliknya penonton dalam adegan konflik ketiga menolak pesan yang berlaku dan memaknai tindakan tersebut dengan menggunakan referensi yang berbeda karena didominasi oleh sikap oposisi.	Pemberontakan remaja dalam web series Dear Stranger diterima. Ketiga informan bertekad untuk menyetujui sikap yang dinegosiasikan. Meskipun penonton menerima ideologi media, mereka juga menganggap bahwa itu adalah komponen penting dari pekerjaan. Hasil negosiasi adalah bahwa para informan menafsirkan perilaku Bintang dalam web series Dear Stranger sebagai hal yang positif.
Perbedaan	Tujuan dan fokus penelitian dalam penelitian ini berbeda, yaitu untuk mengetahui bagaimana penonton memaknai pola komunikasi keluarga yang terdapat dalam film "Dua Garis Biru".	Tujuan dan fokus penelitian dalam penelitian ini berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana audiens menginterpretasikan web series "Dear Stranger," yang menampilkan perilaku komunikasi pemberontak remaja.
Persamaan	Kesamaan penelitian ini terletak pada penggunaan klasifikasi makna Stuart Hall yang dipadukan dengan pendekatan analisis penerimaan.	Studi ini sebanding karena memanfaatkan sistem klasifikasi makna Stuart Hall untuk pendekatan analisis penerimaan.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**