

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Resepsi Stuart Hall

Analisis resepsi (reception analysis) merupakan suatu cara untuk memahami bagaimana khalayak menerima dan memberikan makna terhadap teks media. Secara sederhana, analisis resepsi bertujuan mempelajari persepsi khalayak terhadap teks media (Dwita & Sommaliagustina, 2018). Pendekatan ini menekankan hubungan antara khalayak dan media, dengan tujuan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai cara khalayak menafsirkan serta memaknai karakter atau elemen dalam teks media (Santoso, 2020).

Dalam konteks analisis resepsi, khalayak tidak hanya dipandang sebagai konsumen pasif dari teks media. Sebaliknya, mereka dianggap sebagai bagian dari komunitas sosial yang aktif dalam proses interpretasi dan produksi makna (Briandana et al., 2023). Proses penerimaan dan pemahaman teks media oleh khalayak dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk konteks identitas, rasa memiliki (sense of belonging), serta kehidupan sehari-hari mereka (Mathieu, 2015).

Menurut Hadi (2008), identitas audiens merupakan salah satu faktor kontekstual yang berperan penting dalam menentukan cara mereka mengonsumsi dan memahami teks media. Dalam penelitian ini, identitas audiens sebagai penyiar radio yang mengalami kehilangan ayah kandung menjadi faktor yang signifikan. Kondisi tersebut memengaruhi bagaimana mereka menerima dan memaknai humor gelap terkait kematian ayah kandung yang disajikan dalam teks media.

Stuart Hall (dalam Hadi, 2008) menjelaskan bahwa analisis resepsi berfokus pada dua proses utama: encoding dan decoding. Proses encoding merujuk pada konteks sosial di mana pesan dalam teks media diproduksi, sedangkan decoding adalah proses di mana khalayak memberikan pemahaman dan interpretasi terhadap pesan tersebut. Stuart juga mengidentifikasi tiga posisi utama yang diambil oleh individu saat menerima dan merespons teks media berdasarkan latar belakang mereka yang beragam (Hall dalam Meylani, R. 2023) :

1. Dominant-hegemonic position (posisi dominan hegemoni): Dalam posisi ini, audiens menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan dalam teks media tanpa ada penolakan.
2. Negotiated position (posisi negosiasi): Audiens pada posisi ini cenderung mempertimbangkan pesan yang diterima, baik untuk diterima sebagian maupun ditolak sebagian, tergantung pada relevansi pesan dengan nilai-nilai atau pengalaman pribadi mereka.
3. Oppositional position (posisi oposisi): Dalam posisi ini, audiens menolak pesan dalam teks media secara keseluruhan karena merasa tidak setuju atau tidak menyukai isi pesan tersebut.

Teori resepsi audiens yang dikembangkan oleh Stuart Hall menekankan bahwa audiens tidak pasif dalam menerima pesan media. Audiens memiliki kemampuan untuk menafsirkan, menerima, atau menolak pesan media berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan nilai-nilai pribadi mereka. Dalam teori ini, Hall memperkenalkan konsep encoding/decoding, di mana pembuat konten (encoder) mengemas pesan dengan cara tertentu, tetapi audiens (decoder) dapat memiliki interpretasi yang berbeda. Dalam konteks humor gelap, audiens dapat memiliki reaksi yang beragam, mulai dari menerima humor tersebut sebagai bentuk hiburan hingga menolaknya karena dianggap tidak pantas.

Penelitian terkait teori ini menunjukkan bahwa interpretasi audiens sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Misalnya, audiens dari latar belakang budaya yang lebih permisif terhadap humor cenderung lebih menerima humor gelap dibandingkan audiens dari budaya yang konservatif. Selain itu, pengalaman pribadi audiens juga mempengaruhi cara mereka menafsirkan humor gelap. Audiens yang memiliki pengalaman langsung dengan isu disabilitas mungkin lebih sensitif terhadap humor yang dianggap mengeksploitasi atau merendahkan kelompok disabilitas.

2.2 Humor Gelap

Humor gelap adalah bentuk humor yang menggunakan topik-topik tabu atau sensitif sebagai bahan lelucon, seperti kematian, penyakit, atau disabilitas. Humor ini sering kali memancing tawa melalui cara yang ironis atau tidak terduga. Namun, humor gelap juga memicu kontroversi karena dapat dianggap tidak pantas atau menyinggung pihak tertentu. Dalam konteks isu disabilitas, humor gelap seringkali diperdebatkan karena berpotensi memperkuat stigma atau diskriminasi terhadap kelompok disabilitas. Menurut penelitian Muhammad Rizki Nur Atsani (2023), humor gelap yang digunakan dalam *stand-up comedy* dapat mempengaruhi cara pandang audiens terhadap isu disabilitas. Audiens yang memiliki pengalaman pribadi dengan isu tersebut cenderung lebih kritis dalam menerima humor gelap dibandingkan mereka yang tidak memiliki keterkaitan langsung.

Penggunaan humor gelap seringkali menjadi alat untuk membuka diskusi tentang isu-isu sensitif yang jarang dibicarakan. Dalam beberapa kasus, humor gelap justru dianggap membantu meredakan ketegangan atau memberikan sudut pandang baru terhadap topik tertentu. Namun, penting untuk memahami bahwa tidak semua audiens memiliki toleransi yang sama terhadap humor jenis ini. Faktor budaya, latar belakang sosial, dan nilai-nilai pribadi sangat mempengaruhi penerimaan audiens terhadap humor gelap. Oleh karena itu, pembuat konten perlu mempertimbangkan sensitivitas audiens sebelum menggunakan humor ini.

Selain itu, humor gelap juga memiliki dimensi etika yang perlu diperhatikan. Makna humor tidak hanya tergantung pada niat pembuatnya tetapi juga pada cara audiens menafsirkannya. Dalam konteks ini, humor gelap tentang disabilitas dapat dianggap kasar jika audiens merasa bahwa humor tersebut merendahkan atau mengeksploitasi kelompok disabilitas. Sebaliknya, jika humor tersebut digunakan untuk mengkritik stereotip atau mengangkat kesadaran tentang isu disabilitas, maka humor tersebut dapat diterima dengan lebih baik oleh audiens.

Humor gelap yang mengangkat tema disabilitas dalam media atau konten sering kali menjadi bahan perdebatan. Di satu sisi, humor ini dapat digunakan untuk membuka diskusi tentang isu-isu yang jarang dibicarakan, seperti tantangan yang dihadapi oleh penyandang disabilitas. Namun, di sisi lain, humor semacam ini

berisiko memperkuat stigma dan diskriminasi terhadap kelompok disabilitas jika tidak disampaikan dengan hati-hati. Menurut penelitian Muhammad Rizki Nur Atsani (2023), dark jokes tentang disabilitas dapat diterima jika disampaikan dalam konteks yang kritis dan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Sebaliknya, jika digunakan hanya untuk mengejek atau merendahkan, humor ini dapat memicu reaksi negatif dari audiens.

Media dan konten yang memuat humor gelap tentang disabilitas seringkali memanfaatkan ironi dan hiperbola untuk menarik perhatian audiens. Misalnya, dalam beberapa tayangan *stand-up* comedy atau program hiburan, komedian menyisipkan lelucon tentang disabilitas untuk memancing tawa. Salah satu contohnya adalah konten “Majelis Lucu Indonesia” yang pernah mengundang kritik karena penggunaan *dark jokes* tentang disabilitas. Dalam kasus ini, audiens memiliki reaksi yang beragam, mulai dari tawa hingga kecaman, tergantung pada sensitivitas mereka terhadap isu tersebut.

Selain itu, platform digital seperti YouTube dan TikTok juga menjadi tempat dimana humor gelap tentang disabilitas sering ditemukan. Misalnya, beberapa kreator konten menggunakan *dark jokes* untuk menarik perhatian dengan cara yang kontroversial. Namun, reaksi audiens terhadap konten ini menunjukkan bahwa humor gelap tentang disabilitas lebih mudah diterima jika disampaikan oleh individu yang memiliki pengalaman langsung dengan disabilitas. Hal ini menciptakan kesan bahwa humor tersebut berasal dari perspektif yang autentik, bukan dari sudut pandang yang mengeksploitasi.

Dalam industri film dan televisi, humor gelap tentang disabilitas juga muncul dalam beberapa karya. Misalnya, film-film komedi seperti *Tropic Thunder* atau serial animasi seperti *Family Guy* sering kali menggunakan karakter disabilitas sebagai elemen humor. Meski beberapa audiens menganggap humor ini menghibur, banyak juga yang mengkritik karena dianggap memperkuat stereotip negatif. Menurut Revana Meylani (2023), representasi disabilitas yang hanya digunakan sebagai elemen humor tanpa memberikan narasi yang memberdayakan dapat merugikan kelompok disabilitas.

2.3 Stand Up Comedy

Stand-up comedy adalah bentuk seni pertunjukan yang menampilkan komedian secara langsung di depan audiens dengan menyampaikan monolog yang bersifat humoristik. Komedi ini umumnya berisi kritik sosial, pengalaman pribadi, hingga isu-isu sensitif yang dikemas secara lucu. Menurut Double (2014), stand-up comedy merupakan seni berbicara yang disusun dengan ritme tertentu dan bertujuan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui tawa.

Salah satu daya tarik utama stand-up comedy adalah kemampuannya untuk menjadi media ekspresi diri sekaligus kritik sosial. Komedian sering memanfaatkan isu-isu aktual dan sensitif untuk dibahas secara terbuka dengan pendekatan humor, termasuk isu tentang keberagaman, gender, dan disabilitas. Hal ini menjadikan stand-up comedy tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana refleksi sosial yang dapat menggugah kesadaran publik (Mintz, 1985).

Dalam perkembangannya, stand-up comedy juga menjadi bagian dari media komunikasi massa karena dapat disebarluaskan melalui televisi dan platform digital seperti YouTube. Konvergensi media menjadikan pertunjukan komedi ini lebih mudah diakses oleh publik, sehingga memungkinkan terjadinya dialog publik secara luas. Penonton tidak hanya menikmati lelucon, tetapi juga terlibat dalam pembentukan makna dari materi yang dibawakan oleh komedian.

Namun demikian, stand-up comedy juga menyimpan potensi kontroversi, terutama ketika menyentuh isu-isu sensitif seperti disabilitas. Dalam konteks ini, humor yang muncul bisa mengandung stereotip atau bahkan diskriminasi jika tidak disampaikan secara etis. Oleh karena itu, pemahaman terhadap batas-batas etis dalam penggunaan humor menjadi penting untuk menghindari dampak negatif terhadap kelompok rentan.

2.4 Disabilitas

Disabilitas secara umum merujuk pada keterbatasan fungsi tubuh atau pikiran yang menghambat individu untuk melakukan aktivitas tertentu sebagaimana orang tanpa disabilitas. Menurut World Health Organization (WHO, 2011), disabilitas adalah istilah umum yang mencakup gangguan fungsi, keterbatasan

aktivitas, dan hambatan partisipasi yang dialami seseorang dalam interaksi dengan lingkungannya. Dengan kata lain, disabilitas tidak hanya dilihat dari kondisi medis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan lingkungan.

Macam-macam disabilitas secara garis besar dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, antara lain disabilitas fisik, disabilitas intelektual, disabilitas sensorik, dan disabilitas mental. Disabilitas fisik mencakup kondisi seperti lumpuh atau kehilangan anggota tubuh, sementara disabilitas intelektual berkaitan dengan kemampuan berpikir dan belajar. Disabilitas sensorik meliputi gangguan penglihatan dan pendengaran, sedangkan disabilitas mental berhubungan dengan kondisi psikologis seperti skizofrenia atau depresi berat (Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas).

Pemahaman terhadap jenis-jenis disabilitas penting untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung partisipasi aktif penyandang disabilitas dalam kehidupan sosial. Dalam konteks komunikasi dan media, representasi penyandang disabilitas yang inklusif sangat diperlukan untuk menghindari stigmatisasi dan diskriminasi. Seperti dijelaskan oleh Shakespeare (2006), disabilitas bukan hanya soal keterbatasan fisik atau mental, tetapi juga soal hambatan sosial yang diciptakan oleh masyarakat.

Dengan demikian, pendekatan terhadap isu disabilitas harus bersifat holistik, mencakup perspektif medis, sosial, dan kultural. Stand-up comedy yang membawa isu disabilitas, misalnya, perlu mempertimbangkan sensitivitas terhadap representasi agar tidak memperkuat stereotip yang merugikan kelompok disabilitas.

2.5 Representasi Disabilitas dalam Media

Representasi disabilitas dalam media sering kali menjadi cerminan dari bagaimana masyarakat memandang kelompok disabilitas. Dalam banyak kasus, media menggambarkan disabilitas dengan cara yang stereotipikal, seperti sebagai individu yang lemah, bergantung pada orang lain, atau menjadi objek belas kasihan. Representasi semacam ini tidak hanya memperkuat stigma negatif tetapi juga menghambat upaya untuk menciptakan inklusivitas. Menurut laporan Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG), media di Indonesia cenderung

memarginalkan kelompok disabilitas dan jarang memberikan ruang untuk narasi yang memberdayakan.

Dalam beberapa kasus, disabilitas juga digunakan sebagai elemen komedi atau horor dalam film dan acara televisi. Misalnya, karakter disabilitas sering kali digambarkan sebagai individu yang menyeramkan atau menjadi bahan lelucon. Hal ini memperkuat stereotip negatif dan menciptakan jarak emosional antara audiens dan kelompok disabilitas. Sebaliknya, representasi yang positif dan memberdayakan dapat membantu mengubah cara pandang masyarakat terhadap disabilitas. Contohnya adalah film atau acara yang menampilkan penyandang disabilitas sebagai individu yang mandiri, berprestasi, dan memiliki kontribusi positif bagi masyarakat.

2.6 Teori Uses And Grtification

Teori Uses and Gratifications (U&G) merupakan pendekatan dalam studi komunikasi yang menekankan pada peran aktif audiens dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch pada tahun 1973 sebagai respons terhadap pendekatan sebelumnya yang lebih menekankan pada efek media terhadap audiens. Dalam pendekatan U&G, khalayak dipandang sebagai individu aktif yang memiliki tujuan tertentu serta mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut Mc.Quail dalam Kustiawan et al. (2022), terdapat empat kategori motif pengkonsumsian media yaitu:

1. Motif Informasi Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.
2. Motif Identitas Pribadi Pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi sosial Pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan empati sosial.
4. Motif Hiburan Pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.

Terpenuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau ketidakpuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media . Dalam konteks ini, audiens dapat memilih untuk menonton stand-up comedy karena ingin merasa terhibur, mendapatkan pemahaman sosial, atau bahkan sebagai bentuk pelarian dari stres.

Pentingnya teori ini dalam penelitian komunikasi modern terletak pada kemampuannya menjelaskan motivasi dan kepuasan yang diperoleh dari konsumsi media tertentu. Dalam era digital saat ini, teori U&G menjadi sangat relevan untuk menganalisis bagaimana audiens berinteraksi dengan berbagai jenis konten media, termasuk konten humor atau isu disabilitas di platform media sosial atau YouTube.

Penggunaan teori ini juga memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan dan memaknai konten yang mereka konsumsi. Dalam konteks penelitian ini, audiens yang berlatar belakang disabilitas menonton stand-up comedy yang membahas isu disabilitas mungkin memiliki interpretasi yang berbeda-beda pengalaman pribadi mereka. Oleh karena itu, teori Uses and Gratifications menjadi alat analisis yang tepat untuk melihat relasi antara media, pesan, dan kebutuhan audiens.

2.7 Teori Konstruktivisme Sosial

Teori konstruksi sosial merupakan pendekatan yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam karya monumental mereka *The Social Construction of Reality* (1966) yang berargumen bahwa realitas sosial adalah produk dari interaksi manusia, di mana makna dilekatkan melalui proses negosiasi dan interpretasi bersama. Konsep-konsep kunci seperti realitas sosial,

makna yang dikonstruksi, negosiasi, dan skema kognitif menjadi landasan untuk memahami bagaimana individu membangun pemahaman mereka.

Menurut Berger dan Luckmann dalam Ramadhani et al. (2025), realitas sosial dibentuk melalui tiga proses utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

1. Eksternalisasi adalah proses di mana individu atau kelompok mengekspresikan gagasan, pengalaman, atau nilai-nilai ke dalam dunia sosial. Dalam penelitian ini, fokus objek penelitian yang merupakan materi stand up comedy yang dibawakan Anggi Wahyuda merupakan bentuk eksternalisasi dari pandangan, pengalaman, dan refleksi dirinya sebagai penyandang disabilitas. Anggi mengekspresikan pengalamannya dalam bentuk humor gelap.
2. Objektivasi terjadi ketika ekspresi tersebut diterima secara luas dan dianggap sebagai kenyataan sosial bersama. Dalam konteks penelitian ini, ketika masyarakat, termasuk penonton umum maupun komunitas difabel yang menyaksikan materi stand-up tersebut, konten yang awalnya bersifat subjektif berubah menjadi objek sosial yang dapat dinilai, ditafsirkan, dan bahkan dikritisi. Materi komedi tentang disabilitas menjadi simbol atau representasi disabilitas dalam ruang publik.
3. Internalisasi adalah proses ketika individu mengadopsi kenyataan sosial tersebut ke dalam kesadaran diri mereka sebagai bagian dari realitas hidup. Dalam penelitian ini, Respon komunitas DMI terhadap materi stand-up comedy dipengaruhi oleh internalisasi pengalaman mereka sebagai difabel di masyarakat. Persepsi lucu/tidak lucu, pantas/tidak pantas, atau bahkan menerima/menolak lelucon tersebut sangat tergantung pada bagaimana mereka menginternalisasi identitas disabilitas dan bagaimana masyarakat memperlakukan mereka selama ini.

Melalui teori konstruksi sosial, penelitian ini berupaya melihat bahwa pemaknaan terhadap humor tidaklah netral. Setiap tanggapan yang muncul dari audiens difabel merupakan hasil dari proses sosial yang kompleks, yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman kolektif, serta representasi sosial terhadap

disabilitas. Oleh karena itu, teori ini sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana anggota komunitas DMI menafsirkan dan merespon materi stand up comedy yang membahas isu disabilitas secara jenaka namun juga kritis.

2.8 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan resepsi audiens terhadap humor gelap, khususnya yang mengangkat isu difabel dalam konten Somasi Deddy Corbuzier, penting bagi peneliti untuk merujuk pada penelitian terdahulu sebagai dasar untuk memahami pendekatan yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran mengenai bagaimana audiens merespons humor yang mengandung unsur sensitif, serta faktor-faktor yang mempengaruhi cara audiens menginterpretasikan humor tersebut. Dengan mempelajari penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengetahui perbedaan dan kesamaan antara studi ini dan studi yang telah dilakukan sebelumnya, serta mengidentifikasi celah yang belum diteliti, khususnya dalam konteks humor gelap yang berkaitan dengan isu difabel. Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan baru terkait dengan resepsi audiens terhadap humor dalam media sosial, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori Yang digunakan	Hasil Penelitian
Santoso (2020)	Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online	Analisis Resepsi (Reception Analysis) oleh Stuart Hall	Penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga

			<p>aktif dalam memaknai karakter dalam teks media. Hasilnya, khalayak cenderung memposisikan diri dalam tiga posisi resepsi: dominan-hegemoni, negosiasi, dan oposisi. Faktor identitas, pengalaman pribadi, dan konteks sosial menjadi penentu utama dalam proses pemaknaan.</p>
<p>Perbedaan Penelitian : Penelitian ini membahas penerimaan khalayak terhadap karakter media secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada humor gelap terkait isu difabel dan bagaimana audiens tertentu, seperti komunitas disabilitas, memaknai humor tersebut berdasarkan pengalaman pribadi.</p>			
Meilenia (2023)	<p>Penerimaan Perempuan Dewasa Muda Atas Humor Gelap Kematian Ayah Kandung (Studi Resepsi Video YouTube “CUMA YATIM YANG</p>	<p>Analisis Resepsi (Reception Analysis) oleh Stuart Hall</p>	<p>Penelitian ini mengkaji bagaimana khalayak menerima dan memaknai pesan media dalam teks humor. Menggunakan teori</p>

<p>BOLEH KETAWA” Pada Penyiar Radio UMM FM Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).</p>	<p>analisis resepsi, penelitian ini menemukan bahwa khalayak memiliki tiga posisi utama dalam penerimaan pesan, yaitu posisi dominan-hegemoni (menerima pesan tanpa penolakan), posisi negosiasi (menerima sebagian dan menolak sebagian pesan), dan posisi oposisi (menolak pesan sepenuhnya). Dalam konteks humor, khalayak cenderung memaknai teks humor berdasarkan latar belakang sosial dan identitas mereka, sehingga menghasilkan variasi pemahaman terhadap pesan yang disampaikan.</p>
<p>Perbedaan Penelitian : Penelitian yang dilakukan oleh Meilenia berfokus pada penerimaan khalayak terhadap teks humor yang berkaitan dengan isu kematian</p>	

ayah kandung, sementara penelitian yang saya lakukan berfokus pada penerimaan khalayak terhadap humor gelap yang berkaitan dengan isu disabilitas. Penelitian saya juga menyoroiti bagaimana faktor identitas audiens mempengaruhi pemaknaan terhadap teks humor tersebut.

<p>Sholihah & Tsuroyya (2025)</p>	<p>Analisis Resepsi Kampanye #BeautyDiQuity Luxcrime pada Hari Perempuan : Kolaborasi Penyandang Disabilitas (Studi Pada Yayasan Rumah Kinasih)</p>	<p>Analisis Resepsi (Reception Analysis) oleh Stuart Hall</p>	<p>Penelitian ini mengkaji bagaimana audiens memaknai pesan kampanye inklusif #BeautyDiQuity yang diluncurkan oleh Luxcrime dalam rangka Hari Perempuan Internasional. Menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall, penelitian ini menemukan bahwa audiens menempati tiga posisi decoding: posisi dominan-hegemoni (menerima pesan secara penuh sebagai bentuk representasi yang positif terhadap perempuan difabel),</p>
---------------------------------------	---	---	--

posisi negosiasi (menghargai pesan utama kampanye namun mengkritisi kepentingan komersial yang melekat di dalamnya), dan posisi oposisi (tidak muncul secara dominan namun tetap menunjukkan resistensi terhadap simbolisasi tanpa aksi nyata). Identitas sebagai penyandang disabilitas serta konteks sosial kampanye sangat mempengaruhi proses pemaknaan pesan oleh khalayak

Perbedaan Penelitian : Penelitian yang dilakukan oleh Sholihah dan Tsuroyya menekankan pada respon audiens difabel terhadap pesan kampanye inklusif dari brand kecantikan dalam konteks representasi perempuan difabel. Sementara penelitian ini berfokus pada penerimaan audiens terhadap humor gelap bertema disabilitas dalam stand-up comedy, serta bagaimana pengalaman pribadi dan identitas difabel mempengaruhi penerimaan terhadap humor yang menyentuh

aspek sensitif dan kritis. Selain itu, objek yang dikaji dalam penelitian ini berasal dari konten hiburan (stand-up comedy), bukan kampanye komersial..

