

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi adalah proses menyampaikan informasi dan pemahaman dari satu orang ke orang lain melalui cara verbal dan nonverbal. Komunikasi yang efektif membutuhkan perhatian pada isyarat nonverbal, seperti gerakan dan bahasa tubuh, yang memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan. Pentingnya komunikasi nonverbal disorot dalam kemampuannya untuk meningkatkan percakapan dan memastikan bahwa pesan yang dimaksud dipahami, menjadikannya komponen penting dari interaksi interpersonal (Patullaeva, 2024). Sedangkan, Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan kepada khalayak luas melalui media massa, baik media cetak, elektronik, maupun internet yang dikelola secara terorganisasi (Mustofa, 2022). Dalam perkembangannya, konvergensi media telah mengubah komunikasi massa menjadi ekosistem lintas platform, real-time, dan partisipatif, sehingga audiens kini tidak hanya menerima informasi, tetapi juga ikut menyebarkan dan memproduksi (Tenku, 2025).

Komunikasi massa memiliki beberapa ciri pokok, yaitu menjangkau khalayak dalam jumlah besar, berlangsung serempak, dan pada model klasik cenderung bersifat satu arah (Mustofa, 2022). Namun, media baru berbasis internet telah memperluas pola tersebut dengan menggabungkan teks, audio, dan video sekaligus membuka ruang partisipasi publik yang lebih setara (Apriliana, 2021). Perubahan ini juga membuat pola konsumsi informasi lebih

dipengaruhi oleh algoritma dan lebih rentan terhadap disinformasi serta polarisasi opini publik (Tenku, 2025).

Macam komunikasi massa dapat dilihat dari medianya, yakni media cetak, media elektronik seperti radio, televisi, dan film, serta media digital atau online (Farid, 2023). Dalam praktik kontemporer, media online telah menjadi bentuk penting komunikasi massa, sebagaimana terlihat pada eksistensi portal berita seperti rri.co.id, pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi publik dan politik, serta pergeseran strategi media untuk mengikuti kebiasaan Generasi Z dan milenial di platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, reel, dan podcast (Apriliana, 2021).

2.2 YouTube Sebagai Media Komunikasi Massa

Media digital khususnya YouTube, telah mengubah cara masyarakat mengakses dan menginterpretasikan informasi pendidikan karena YouTube telah berkembang menjadi platform global untuk pendidikan formal dan informal, sekaligus sumber belajar yang kaya, mudah diakses, dan luas jangkauannya (Shoufan, 2022). Konten edukatif di YouTube tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga berpotensi membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku pengguna, sementara media turut membingkai cara publik memahami isu pendidikan dan kebijakan yang kompleks (Shoufan, 2022). Dalam ranah kebijakan, media massa menyediakan ruang publik bagi audiens untuk mengonsumsi dan menafsirkan pesan-pesan pendidikan yang sering dibentuk oleh kebijakan pendidikan, bahkan dapat memperkuat atau melemahkan

dukungan terhadap kebijakan, praktik, dan ideologi pendidikan tertentu (Alawadh, 2023)

Dalam konteks ini, guru sebagai kelompok audiens yang memiliki pengalaman langsung di lapangan pendidikan cenderung tidak menerima pesan media secara pasif, melainkan aktif menafsirkannya berdasarkan konteks sosial dan realitas profesional yang mereka hadapi (Olenev, 2023). Bukti tentang penggunaan media sosial oleh guru menunjukkan bahwa keterlibatan mereka dipengaruhi oleh faktor kebijakan dan konteks lokal, serta tidak terbatas pada pembelajaran profesional, tetapi juga mencakup dukungan emosional dan aktivisme (Istikomah, 2025). Karena itu, untuk paragraf yang lebih akurat, sitasi tentang audiens aktif dan guru sebagai penafsir lebih tepat ditopang oleh sumber-sumber ini daripada oleh rujukan yang tidak terlacak jelas dalam korpus yang tersedia (Olenev, 2023).

Dalam penelitian ini, YouTube berfungsi sebagai media komunikasi massa untuk studi resepsi guru SMAN 1 Kademangan Blitar terhadap konten Ferry Irwandi tentang penyebab kegagalan adopsi sistem pendidikan Finlandia di Indonesia. Platform ini memungkinkan audiens seperti guru untuk menginterpretasikan pesan berdasarkan pengalaman profesional, sehingga membentuk pandangan kritis terhadap isu pendidikan (Saifulloh & Hariyanto, 2024). Dengan demikian, YouTube sebagai media komunikasi massa turut memengaruhi dinamika resepsi dan pembentukan opini di kalangan pendidik.

2.3 Pesan Komunikasi

Proses komunikasi tidak dapat dipisahkan dari keberadaan pesan, karena melalui pesan berbagai informasi, pemikiran, dan perasaan dapat disampaikan oleh komunikator kepada komunikan menggunakan beragam sarana komunikasi (Efendi et al., 2024). Dalam konteks ini, pesan tidak hanya terbatas pada kata-kata verbal, tetapi juga mencakup unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara, yang dapat mempengaruhi pemahaman dan interpretasi oleh penerima (Efendi et al., 2024). Efektivitas pesan komunikasi sangat bergantung pada kemampuan pengirim untuk mengkodekan pesan secara jelas dan tepat sasaran, serta kemampuan penerima untuk mendekodekannya tanpa distorsi, sehingga dapat membangun pemahaman bersama dan mencegah kesalahpahaman (Khairi et al., 2025). Di era digital seperti saat ini, pesan komunikasi melalui platform seperti YouTube memerlukan perhatian khusus terhadap konteks budaya dan sosial, karena pesan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti latar belakang pengirim dan penerima, yang berpotensi mempengaruhi resepsi audiens terhadap konten edukasi atau informasi (Rakhmaniar, 2023).

Pesan komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, termasuk pesan verbal, nonverbal, dan visual, yang masing-masing memiliki peran dalam menyampaikan makna (Efendi et al., 2024). Pesan verbal melibatkan penggunaan kata-kata lisan atau tulisan, sedangkan pesan nonverbal menggunakan simbol atau tanda tanpa kata, dan pesan visual memanfaatkan gambar atau elemen grafis untuk memperkuat pesan (Efendi et al., 2024). Dalam komunikasi pemasaran atau public relations, pesan efektif harus

dirancang untuk mencapai tujuan seperti membangun citra positif, mempengaruhi perilaku, atau meningkatkan pemahaman, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kejelasan, ketepatan, dan konteks (Salsabila et al., 2023). Hal ini relevan dalam studi resepsi terhadap konten YouTube, di mana pesan yang disampaikan oleh pembuat konten seperti Ferry Irwandi harus mampu menjangkau audiens dengan efektif, mempertimbangkan dinamika interaksi antara pengirim dan penerima untuk menghasilkan dampak yang diinginkan (Khairi et al., 2025).

Pesan komunikasi juga memiliki berbagai fungsi penting dalam proses penyampaian informasi, baik dalam konteks organisasi maupun interaksi sosial (Efendi et al., 2024). Menurut Rachman dan Rukiati (2023), pesan dalam komunikasi organisasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis utama: komunikasi vertikal, horizontal, dan diagonal, di mana masing-masing memainkan peran khusus dalam memastikan manajemen informasi yang efektif (Matondang et al., 2025). Dalam pandangan Aristoteles, bahasa sebagai alat komunikasi memiliki lima fungsi dasar yakni ekspresi, informasi, eksplorasi, persuasi, dan entertainment, yang keseluruhannya dapat diterapkan pada pesan komunikasi dalam media digital (Gabriella et al., 2023). Fungsi-fungsi ini relevan dalam konteks YouTube, di mana konten Ferry Irwandi tentang kegagalan adopsi sistem pendidikan Finlandia di Indonesia dapat berfungsi sebagai alat persuasi sekaligus memberikan informasi dan eksplorasi mendalam kepada audiens. Selain itu, pesan komunikasi juga berfungsi untuk membangun hubungan, mengurangi ketidakpastian, mempengaruhi sikap, serta mencakup aspek motivasi dan pembentukan sikap yang membantu memahami

bagaimana resepsi pesan oleh guru dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap kebijakan pendidikan (Efendi et al., 2024; Gabriella et al., 2023).

Peran pesan komunikasi dalam membangun hubungan dan mempengaruhi perilaku menjadikannya penting dalam konteks pendidikan dan media massa (Rakhmaniar, 2023). Pesan yang efektif dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap isu-isu kompleks, seperti kegagalan adopsi sistem pendidikan Finlandia di Indonesia, dengan cara menyampaikan informasi yang persuasif dan informatif (Salsabila et al., 2024). Namun, tantangan seperti distorsi pesan atau perbedaan interpretasi dapat mengurangi efektivitasnya, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang adaptif terhadap konteks budaya dan teknologi digital (Efendi et al., 2024). Dengan demikian, pemahaman tentang pesan komunikasi dan fungsinya menjadi dasar untuk menganalisis bagaimana guru sebagai penerima merespons dan menginterpretasikan pesan dari konten YouTube tersebut.

2.4 Teori Resepsi

Teori resepsi merupakan pendekatan yang memahami makna media bukan sebagai sesuatu yang melekat pada teks, melainkan sebagai hasil interaksi aktif antara teks dan audiens yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan pengalaman personal masing-masing penerima pesan (Singh, 2022). Dalam perspektif ini, audiens tidak dipandang sebagai penerima pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang secara dinamis menafsirkan pesan berdasarkan horizon ekspektasi dan latar belakang yang mereka miliki,

sehingga satu teks yang sama dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda-beda (Salihu, 2024).

Stuart Hall melalui teori encoding-decoding menegaskan bahwa produksi dan penerimaan pesan media merupakan dua proses yang tidak selalu sejalan. Encoding adalah proses di mana komunikator mengkonstruksi pesan dengan makna tertentu, sedangkan decoding adalah proses di mana audiens menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan kerangka pengetahuan, relasi sosial, dan kondisi produksi yang mereka miliki (Muharam et al., 2025). Ketidaksesuaian antara kedua proses ini menunjukkan bahwa pesan media bersifat polisemik, sehingga makna yang diterima audiens tidak selalu identik dengan maksud pembuat pesan (Adjotey, 2021).

Berdasarkan teori encoding-decoding, Hall mengidentifikasi tiga posisi pemaknaan yang dapat ditempati audiens dalam menerima pesan media. Pertama, posisi dominan hegemonik, yaitu ketika audiens menerima dan memaknai pesan sesuai dengan maksud yang dikodekan oleh komunikator tanpa pertentangan. Kedua, posisi negosiasi, yaitu ketika audiens menerima sebagian pesan namun menyesuaikannya dengan pengalaman dan kepentingan pribadi mereka. Ketiga, posisi oposisi, yaitu ketika audiens memahami pesan yang disampaikan namun secara sadar menolak atau mempertentangkannya berdasarkan sudut pandang yang berbeda (Muharam et al., 2025).

Dalam penelitian ini, teori encoding-decoding Stuart Hall digunakan sebagai kerangka untuk menganalisis bagaimana guru SMAN 1 Kademangan Blitar memaknai konten YouTube Ferry Irwandi tentang penyebab kegagalan adopsi sistem pendidikan Finlandia di Indonesia. Latar belakang profesional,

pengalaman mengajar, dan konteks sekolah masing-masing guru berpotensi menghasilkan posisi pemaknaan yang berbeda-beda, baik dominan, negosiasi, maupun oposisi, terhadap kritik kebijakan pendidikan yang disampaikan dalam konten tersebut (Ahmed et al., 2025).

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Analysis Of Audience Reception To Youtube Content One Percent- Indonesian Life School (In The Video Susah Ngobrol Karena Pemalu? Cara Mengatasi Kecemasan Sosial)	Meytriantara & Nurfalah, (2024)	Penelitian ini memeriksa tanggapan audiens terhadap video YouTube Satu Persen Indonesian Life School dan menemukan bahwa subjek sebagian besar menafsirkan pesan secara dominan dengan tanggapan positif dan menyesuakannya dengan konteks budaya mereka. Tidak ada subjek yang menunjukkan sikap oposisi.	Penelitian ini relevan untuk menjadi acuan Teori resepsi Stuart Hall karena dapat digunakan untuk menganalisis cara guru menafsirkan konten edukatif di YouTube. Kerangka ini dapat diubah untuk memahami posisi pemaknaan guru (dominant, negotiated, atau oppositional) terhadap kritik pendidikan di konten Ferry Irwandi.
2.	Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Pendidikan Kesehatan	Ahmad Fauzan (2024)	Studi ini menyelidiki tanggapan Generasi Z terhadap pesan edukasi kesehatan mental di kanal	Relevan karena menunjukkan variasi pemaknaan audiens terhadap konten

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Relevansi
	Mental Dalam Channel Satu Persen Youtube		YouTube Satu Persen. Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar audiens menafsirkan pesan secara positif dan dominan, menganggapnya kredibel, informatif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Beberapa audiens bahkan bernegosiasi dan mempertimbangkan perspektif alternatif. Namun, tidak ada yang menolak pesan secara keseluruhan.	edukatif digital. Temuan ini bisa dijadikan dasar untuk meneliti bagaimana guru menegosiasikan atau menolak kritik pendidikan dalam video “Penyebab Kegagalan Adopsi Sistem Pendidikan Finlandia di Indonesia”.
3.	Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Youtube@ Ferryirwandi Seputar Judi Online (Analisis Konten Kualitatif Pada Komentar Penonton) (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).	Mahesya, Abiy. (2025).	Pemaknaan pesan oleh audiens tidak terlepas dari latar belakang pengalaman serta tingkat pengetahuan yang mereka miliki. Oleh sebab itu, audiens dengan posisi dominan cenderung menyetujui dan menerima makna yang dikonstruksikan dalam pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pembuat pesan. Sedangkan penonton dengan pemaknaan	Penelitian ini relevan sebagai acuan penggunaan teori resepsi untuk memahami posisi audiens terhadap pesan yang sensitif. Kerangka ini bisa diaplikasikan untuk menganalisis bagaimana guru menafsirkan kritik Ferry Irwandi terhadap sistem pendidikan, berkaitan

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Relevansi
			negosiasi dan oposisi lebih banyak dipengaruhi oleh perspektif dan wawasan masing-masing. Keanekaragaman latar belakang penonton menyebabkan perspektif yang berbeda terhadap pesan yang sama, yang menunjukkan betapa kompleksnya proses interpretasi. Selain itu, penelitian ini mengindikasikan bahwa konten pendidikan yang disajikan oleh Ferry Irwandi berkontribusi dalam membangun kesadaran publik terkait konsekuensi buruk dari aktivitas judi online.	dengan pengalaman profesional mereka.
4.	Analisis Resepsi Generasi Z terhadap Judi Online pada Kanal YouTube Ferry Irwandi	Wiradharma, R., & Kusuma, A. (2024)	Penelitian ini menekankan betapa pentingnya pendidikan digital bagi Generasi Z karena pendidikan yang lebih baik dapat membantu kaum muda mengurangi efek buruk perjudian online dengan membantu mereka menilai secara kritis konten media,	Penelitian ini relevan untuk menekankan peran pendidikan digital dalam membentuk pemikiran kritis audiens. Kerangka ini dapat digunakan untuk menelaah bagaimana guru menilai kritik

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Relevansi
			seperti video YouTube Ferry Irwandi.	pendidikan dalam video Ferry Irwandi, mengaitkan pemaknaan dengan pengalaman mereka di sekolah.

