

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah memunculkan fenomena baru dalam dunia komunikasi massa, yaitu peran aktif audiens dalam memaknai setiap pesan media. Jika pada masa lalu audiens sering dipandang sebagai penerima pesan yang pasif, kini mereka justru terlibat aktif dalam proses produksi makna. Hal ini sejalan dengan munculnya berbagai platform media sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pembuat konten dan penontonnya. Penonton dapat memberikan komentar, kritik, maupun opini pribadi terhadap sebuah tayangan secara langsung melalui kolom komentar, forum diskusi, atau bahkan membuat konten tandingan sebagai bentuk respons kreatif.

Di tengah perubahan pola komunikasi tersebut, mini series "Sinyal Di Atas Gunung" hadir sebagai salah satu produk media yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai medium refleksi sosial. Cerita yang diangkat dari kehidupan sehari-hari para pendaki membuat mini series ini dekat dengan realitas penontonnya. Melalui konflik antara hobi mendaki dan dinamika hubungan antarpribadi, penonton diajak untuk melihat berbagai perspektif yang mungkin berbeda dengan pengalaman mereka sendiri.

Selain itu, tren mendaki gunung yang semakin populer di kalangan generasi muda menambah relevansi penelitian ini. Aktivitas mendaki tidak hanya dimaknai sebagai olahraga atau hobi semata, tetapi juga sebagai bentuk pencarian jati diri, petualangan, hingga sarana untuk mendapatkan ketenangan batin di tengah hiruk pikuk kehidupan modern. Namun, di balik popularitasnya, muncul pula berbagai perdebatan terkait biaya, risiko keselamatan, hingga pengaruhnya terhadap relasi sosial. Isu-isu inilah yang kerap memunculkan pro dan kontra di masyarakat, sebagaimana tergambar dalam mini series "Sinyal Di Atas Gunung".

Dengan menelaah bagaimana audiens memberikan makna terhadap tayangan ini, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi massa, khususnya dalam konteks analisis resepsi. Teori Encoding/Decoding dari Stuart Hall memberikan kerangka untuk memahami bahwa pesan media tidak pernah diterima secara tunggal, melainkan selalu dinegosiasikan sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan kepentingan masing-masing individu.

Media masa kini memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku masyarakat tanpa kita sadari. Seiring berjalannya waktu, produk media massa telah berkembang lebih jauh dan menjadi lebih beragam, meliputi materi visual, audio, dan audiovisual. Meskipun media memiliki berbagai tujuan, beberapa di antaranya saling terkait, seperti memberikan opini dan penjelasan tentang peristiwa yang terjadi dengan memeriksa kemungkinan hubungannya dengan hal-hal lain dan kejadian yang dikendalikan secara sosial. (Rhema et al., 2021)

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang memanfaatkan media massa, baik itu media cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh lembaga atau individu yang memiliki struktur organisasi. Komunikasi ini ditujukan kepada audiens yang luas, tersebar di berbagai lokasi, bersifat anonim, dan memiliki latar belakang yang beragam. Perkembangan komunikasi massa sangat pesat dan memberikan pengaruh besar dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya, termasuk dalam membentuk perilaku masyarakat. Budaya sendiri tidak bisa dilepaskan dari perilaku komunikasi, karena keduanya saling memengaruhi: komunikasi dapat menjaga, membentuk, dan mewariskan budaya dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dalam model komunikasi satu tahap, media dipercaya mampu memengaruhi sikap khalayak secara langsung, tanpa harus melalui peran perantara seperti tokoh masyarakat atau pemimpin opini (*opinion leader*).

Kajian tentang hubungan antara media dan khalayaknya baik itu pembaca, penonton, maupun pengguna internet telah menjadi fokus penting bagi pelaku industri media, akademisi, serta para pemerhati media dan isu sosial. Media memiliki kekuatan untuk menarik perhatian individu agar menikmati berbagai tayangan atau pesan yang disajikan. Isi media juga dapat menjadi bahan diskusi yang menarik di kalangan khalayak, terutama ketika dikaitkan dengan latar budaya tertentu. Misalnya, efek dramatis dalam visual dapat membuat penonton menafsirkan makna sesuai dengan isi pesan dan situasi yang melingkupinya.

Salah satu cara untuk memahami perilaku khalayak terhadap media adalah melalui analisis resepsi. Pendekatan ini berusaha menggali makna dari bagaimana khalayak memahami teks media baik cetak, elektronik, maupun digital dengan melihat bagaimana karakter teks tersebut dibaca dan ditafsirkan. Mereka yang menggunakan pendekatan ini biasanya fokus pada pengalaman individu saat mengakses media, serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk makna. Inti dari teori ini adalah bahwa makna sebuah teks media entah itu acara televisi, artikel, atau tayangan lainnya bukan berasal dari teks itu sendiri, melainkan terbentuk melalui interaksi antara khalayak dan teks tersebut. Dengan kata lain, makna muncul karena seseorang menonton, membaca, lalu memproses pesan yang mereka terima.

Teori resepsi berpendapat bahwa cara seseorang menonton atau membaca media, seperti film atau acara televisi, sangat dipengaruhi oleh konteks di sekitarnya. Faktor-faktor ini bisa mencakup identitas pribadi khalayak, pandangan mereka terhadap film atau jenis program tertentu, proses produksinya, hingga latar belakang sosial, sejarah, dan isu politik yang mereka hadapi. Singkatnya, teori ini melihat penonton atau pembaca sebagai individu yang dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam kehidupan mereka, yang kemudian membentuk cara mereka memahami dan memberi makna pada isi media yang dikonsumsi.

Media bukanlah satu-satunya pihak yang memiliki kendali penuh untuk memengaruhi khalayak melalui pesan-pesan yang disampaikan. Justru,

khalayaklah yang dianggap memiliki peran aktif dan kekuatan dalam menafsirkan isi media. Mereka bebas membentuk makna sendiri dari apa yang mereka tonton atau baca, dan bertindak sesuai dengan pemahaman yang mereka bangun dari teks media tersebut.

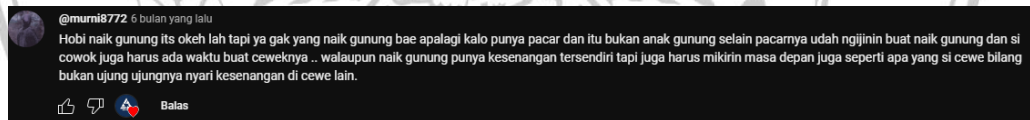
Sebagai media populer, miniseri juga memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Menurut McQuail (2010) dalam (Hilmi et al., 2018), media massa tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga menjadi alat untuk menciptakan makna dan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Hal ini relevan dengan bagaimana mini series “Sinyal di Atas Gunung” menyisipkan pesan moral yang dapat menimbulkan diskusi mengenai hubungan manusia, teknologi, dan lingkungan.

Menurut Fossard (2005:28) dalam (Sari, 2020), Serial yang menceritakan kisah dalam satu set episode yang jumlahnya terbatas disebut serial mini. Berminggu-minggu, berbulan-bulan, atau bahkan bertahun-tahun akan berlalu sebelum narasinya selesai. Sebagai media massa, mini series tentu dapat mempengaruhi emosional dan pendapat / opini khalayak mengenai mini series tersebut. Serial mini sekarang tersedia untuk ditonton di berbagai media, termasuk YouTube, selain di televisi. Berbagai macam genre mini series yang dapat disaksikan antaranya : romance, horror, action, adventure, dll. Mini series menjadi media komunikasi yang dikemas dengan seni, alur cerita, music, hingga keunikan budaya lainnya.

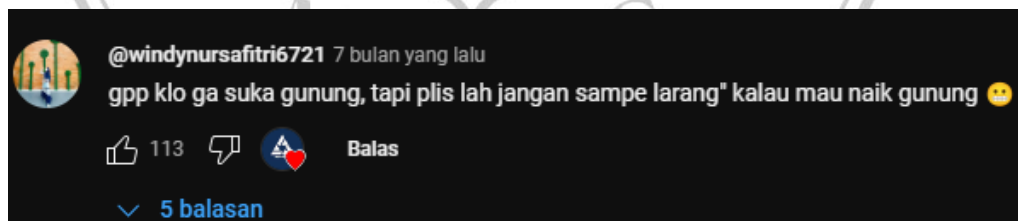
Mini series mampu bersaing dengan media komunikasi lainnya karena menggunakan bahasa *non verbal* maupun bahasa verbal.

Salah satu mini series terbaru yang menarik perhatian adalah “Sinyal Di Atas Gunung” sebuah karya yang diproduksi oleh segitiga film yang dapat disaksikan melalui platform youtube. Dalam mini series ini menceritakan tentang seorang pendaki yang sangat senang dengan dunia pendakian. Alur cerita yang dikemas dengan berdasarkan true story dalam dunia pendakian, mini series ini mempengaruhi perbedaan pemaknaan di khalayak.

Dalam mini series ini menampilkan sebuah adegan seorang pasangan yang melarang hobi pasangannya yaitu pergi mendaki gunung. Pada adegan ini menimbulkan perbedaan pemaknaan khalayak.



Gambar 1. 1 Komentar Khalayak pada mini series Sinyal Di Atas Gunung



Gambar 1. 2 Komentar Khalayak pada mini series Sinyal Di Atas Gunung

Penonton memiliki hak pemaknaan yang berbeda dalam meresepsikan mini series. Termasuk dalam karya segitiga film yang terbaru “Sinyal Di Atas Gunung”

yang menjadi teori utama dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa publik atau penonton sangat terbagi dalam sejumlah hal. Penonton memiliki dampak yang signifikan terhadap makna sebuah pertunjukan karena mereka bukanlah penonton yang pasif, melainkan penonton yang aktif yang menghasilkan makna.

Dalam teori resepsi, ada tiga jenis cara penonton memahami pesan yang mereka terima. Pertama, ada posisi dominan-hegemonik, di mana penonton sepenuhnya sejalan dengan pandangan media atau komunikator. Kedua, posisi negosiasi, yaitu saat penonton menerima sebagian pesan namun tetap menafsirkannya sesuai dengan nilai dan pandangan pribadi mereka. Terakhir, posisi oposisi, di mana penonton sama sekali tidak setuju dan menolak pesan yang disampaikan oleh media. Berdasarkan penjelasan tersebut, istilah “khalayak” cukup sering disebutkan, sehingga penting untuk memahami bahwa konsep khalayak dalam komunikasi sebenarnya sudah dikenal sejak zaman Yunani Kuno. Pada masa itu, khalayak diartikan sebagai sekelompok orang yang secara sukarela berkumpul di suatu tempat yang telah diatur, baik dalam bentuk kelompok maupun organisasi, karena memiliki tujuan atau kepentingan yang sama.

Persepsi penonton terhadap sebuah karya seni, seperti miniseri, dibentuk oleh sejumlah elemen, termasuk konteks budaya, pengalaman individu, dan nilai-nilai pribadi, di samping alur cerita dan keunggulan teknis produksi (Ramdhani, 2023). Oleh karena itu, memahami perbedaan pendapat khalayak terhadap "Sinyal Di Atas

Gunung" dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana sebuah karya seni diopinikan dan diterima oleh masyarakat.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana pendapat khalayak mengenai teks media dengan merujuk pada latar belakang budaya dan praktik wacana yang mereka miliki. Setiap orang bisa menafsirkan pesan media secara berbeda, tergantung pada pengalaman dan konteks kehidupan mereka masing-masing. Penelitian ini menggunakan teori *Encoding/Decoding* dari Stuart Hall, yang membagi pendapat khalayak ke dalam tiga kategori: posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana opini mahasiswa UKM DIMPA tentang konten pada mini series “Sinyal Di Atas Gunung” karya segitiga film

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mengetahui opini mahasiswa UKM DIMPA tentang konten pada mini series “Sinyal Di Atas Gunung” karya segitiga film

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan bisa mendapatkan manfaat sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber pengetahuan dan referensi baru dalam penelitian tugas akhir mahasiswa ilmu komunikasi yang berkaitan dengan analisis resepsi pesan dalam suatu tayangan. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan serta dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan selanjutnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. **Feedback untuk Pembuat Konten:** Analisis perbedaan pendapat khalayak dapat memberikan masukan yang berharga bagi pembuat mini series "Sinyal Di Atas Gunung". Mereka dapat menggunakan informasi ini untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki dalam konten mereka.
2. **Pengembangan Kreativitas:** Informasi mengenai perbedaan pendapat khalayak dapat menginspirasi pembuat konten untuk menciptakan karya-karya yang lebih inovatif dan menarik, serta untuk menghadirkan sudut pandang yang beragam dalam produksi media.