

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi Massa dan Media Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu dari sekian bentuk komunikasi. Komunikasi massa atau *mass communication* memiliki artian proses komunikasi menggunakan perantara berupa media massa. Media massa yang dimaksud seperti majalah, koran, surat kabar, televisi, atau radio, (Effendy, 2007). Media massa dibagi menjadi dua kelompok yaitu, *old media* (media lama) dan *new media* (media baru). Dengan berkembangnya teknologi, membuat *old media* yang semula mengandalkan cara tradisional berubah bentuk sesuai kebutuhan masyarakat atau audiens dengan bergeser versi menjadi *online*, (Syafrina, 2022).

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Joseph R. Dominick, (2013), terdiri dari:

- a. *Surveillance* (pengawasan), media massa dalam fungsi pengawasan terdiri dari dua tipe. Yang pertama, *beware surveillance* yang berarti media massa berfungsi sebagai pemberi peringatan bahaya atau ancaman. Yang kedua, *instrumental surveillance* yang berarti media massa berfungsi sebagai pemberi informasi untuk kehidupan sehari-hari.
- b. *Interpretation* (penafsiran), media massa harus mampu berfungsi tidak hanya sebagai media penyampaian fakta dan data saja tetapi, membantu memahami atau menginterpretasikan suatu peristiwa.

- c. *Linkage* (penghubung), media massa dapat menghubungkan manusia yang satu dengan yang lainnya atau masyarakat yang dalam keadaannya tidak terhubung secara langsung. Media massa berarti harus dapat membantu menghubungkan kebutuhan dan kepentingan antar masyarakat.
- d. *Transmission of values* (transmisi nilai-nilai), media massa dalam fungsi ini artinya mampu menyampaikan nilai-nilai atau informasi yang ingin disampaikan melalui media.
- e. *Socialization* (sosialisasi), media massa dapat mengarahkan atau membentuk nilai-nilai dan perilaku yang ada di masyarakat.
- f. *Entertainment* (hiburan), media massa dalam fungsi ini artinya tidak hanya memberikan informasi saja tetapi, juga dapat berperan sebagai hiburan seperti, majalah yang diselipkan rubrik hiburan.

Komunikasi massa juga memiliki dampak atau konsekuensi terhadap individu. Menurut Denis McQuail (2010), dampak komunikasi massa dapat tertampak dari efek-efek yang ditimbulkan terhadap individu baik secara sengaja maupun tidak. Efek komunikasi massa pada individu mencakup sebagai berikut:

- a. *Cognitive Effect* (efek kognitif), hal ini kaitannya dengan pengetahuan yang bertambah, perubahan cara berpikir, dan terbentuknya persepsi individu terhadap realitas sosial.
- b. *Affective or attitudinal effect* (efek afektif), hal ini kaitannya dengan perubahan nilai, sikap, dan perasaan individu akibat paparan pesan media massa.

- c. *Behavioural effect* (efek perilaku), hal ini kaitannya dengan tindakan atau perilaku yang dilakukan individu setelah menerima pesan media.

## 2.2 Kartun, Komik, dan Webtoon pada Perkembangan New Media

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian pesat, komunikasi juga ikut terus berkembang hingga kemunculan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi. Persaingan di berbagai lini media dan juga adanya perubahan gaya hidup, tentunya menggeser alat komunikasi tradisional yang dikarenakan adanya internet. Media cetak kini sudah dapat dibaca secara *online* sebagai alternatif koran cetak, lalu media elektronik seperti radio dan televisi sudah dapat dinikmati melalui streaming online, (Evanne, 2021). *New media* memiliki artian sebuah media terbentuk muncul karena adanya perkembangan teknologi digital yang tentu berbeda karakteristik dengan *old media*. *New media* memungkinkan individu melakukan interaksi, koneksi, dan integrasi berbagai bentuk komunikasi seperti gambar, teks, video, ataupun audio, (Lister et al., 2009).

Kartun merupakan representasi visual berupa lukisan atau karikatur yang berfungsi sebagai instrumen (alat) persuasif untuk mengarahkan pandangan masyarakat terhadap suatu fenomena, figur, atau pemikiran. Meski memiliki tujuan dapat memengaruhi pembaca, kartun tetap mempertahankan karakteristiknya yang menghibur dan mengundang tawa, (Sudjana, 2010 dalam Aziz et al., 2024). Tiga jenis kartun menurut (Nuriarta, 2020), sebagai berikut:

- a. Kartun Humor (*gag cartoon*), merupakan kartun murni yang berisikan humor atau lelucon seperti eksagerasi (melebih-lebihkan ukuran fisik), kekeliruan gestural, visual puns (permainan kata), dan kiasan bernada.
- b. Kartun Opini, merupakan gambaran yang diberi miatan pesan dan kritik dalam desainnya.
- c. Kartun Wajah (karikatur), merupakan gambar yang menyajikan wajah dari tokoh dan biasanya digunakan untuk menyampaikan kritik.

Komik yang merupakan kumpulan strip atau kartun awalnya hanya muncul secara cetak di surat kabar dan majalah saja. Tetapi, sekarang komik juga menjadi salah satu yang ikut dikembangkan untuk dapat disebarakan secara digital, (Aprilianda, 2021). Vivi, 2015 dalam (Zagita & Sukandar, 2021) menjelaskan bahwa komik digital sendiri mulai tren pada tahun 2003 yang dimulai oleh portal komik digital asal Korea Selatan yaitu, Daum. Perusahaan Naver pada tahun selanjutnya juga ikut meluncurkan portal komik yaitu Naver Webtoon atau yang sekarang lebih dikenal dengan Webtoon. Webtoon tidak hanya dinikmati oleh pembaca dari Korea Selatan saja, tetapi juga oleh pembaca internasional. Lynn, 2016 (dalam Jang & Song, 2017), mengatakan bahwa Webtoon berasal dari kata web dan *cartoon*. Di berbagai wilayah, Dengan adanya komik digital, tentu memudahkan pembaca mengakses komik yang ingin dibaca misalnya, melalui gawai. Tidak hanya itu, komik juga menjadi lebih efektif untuk dibaca di mana saja dibandingkan komik cetak, (Nurinayati et al., 2014).

### **2.3 Komik sebagai Media Penyampaian Cerita Rakyat**

Dalam penyebaran cerita rakyat secara turun temurun, cerita rakyat menjadi salah satu budaya yang melekat di nusantara, (Yetti, 2011). Cerita rakyat sering kali dibawakan kembali ke dalam seni dan bentuk bacaan. Sebagai salah satu bentuk media massa, komik juga menjadi media yang digunakan dalam menyampaikan kembali cerita rakyat. Dengan adanya komik sebagai salah satu media penyampaian cerita rakyat, media menjadi efektif dalam menarik minat terutama generasi muda dan menjadi ciri khas dan identitas komik nusantara atau Indonesia, (Lesmana, 2015).

Komik yang mengangkat cerita atau dongeng rakyat nusantara sendiri mulai berkembang pada tahun 1950-an. Cerita rakyat yang diangkat ke komik seperti cerita rakyat Melayu, cerita rakyat Tapanuli, cerita rakyat Minang, dan cerita rakyat Jawa Barat. Komik ini berkembang menjadi dua tahapan. Tahapan pertama terjadi antara tahun 1950-an hingga 1960-an yang dimulai oleh para komikus asal Medan, Bandung, dan Jawa Tengah yang mengangkat cerita rakyat dari masing-masing daerah mereka. Bentuk komik yang dibuat berbentuk strip maupun buku komik. Tahapan kedua, pada akhir 1970-an, mulai muncul komik yang mengadaptasi dongeng populer eropa dari karya H. C. Andersen dan Brothers Grimm. Komik-komik yang muncul pada tahun ini juga dicampur dengan cerita rakyat dari masing-masing daerah di Indonesia, (Firdausi, 2020).

## 2.4 *Toxic Relationship* dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

*Toxic relationship* adalah hubungan tidak sehat yang terjadi akibat gagalnya suatu hubungan seperti tidak mendukung satu sama lain, merusak sisi emosional korban, dan merasa hubungan yang dijalani tidak terasa bahagia, (Glass, 1995). Menurut Morgan Lee, 2018 dalam (V. Nabila et al., 2022), di bukunya yang berjudul “*Toxic Relationships (The 7 Most Alarming Signs That You Are In A Toxic Relationship)*”, *toxic relationship* memiliki tujuh aspek yang menyebabkan hal tersebut terjadi dalam hubungan individu dengan individu lainnya, yaitu *controller* (mengendalikan atau mengatur gerakan pasangan), *belittler* (meremehkan pasangan atau individu lain), *bad temper* (memiliki temperamen yang tidak dapat dikontrol dan tidak mengetahui apa yang memicu hal tersebut), *guilt inducer* (memicu rasa bersalah terhadap korban), *deflector and over-reactor* (terluka tetapi tetap menjaga perasaan pasangan walaupun terluka dan tidak menyukai apa yang dilakukan pasangan), *over dependent partner and independent controller* (pasif dalam sebuah hubungan dan hanya bergantung pada pasangan atau individu lain), *users and possessive nature* (posesif dan tidak pernah puas dengan apa yang telah dilakukan pasangan).

Menurut Diana Mayorita, 2021 dalam (Pratiwi, 2024), terdapat empat faktor seseorang melakukan *toxic relationship* terhadap pasangan, yaitu:

- a. Orang yang memiliki kecenderungan kecemasan mengalami kekerasan secara fisik maupun emosional. Hal tersebut menyebabkan terbentuknya rasa cemas dan ketergantungan dengan pasangan di diri pelaku.
- b. Orang dengan kecenderungan untuk menghindar atau lari dari hubungan berasal dari pengalaman kekecewaan dan penderitaan di masa lalu.

- c. Orang yang dibesarkan dengan pola asuh otoriter oleh orang tuanya cenderung menganggap mengikuti dan tunduk pada perintah adalah cara untuk bertahan hidup.
- d. Orang yang memiliki kecenderungan haus akan kasih sayang karena belum terpenuhinya sisi emosional juga menjadi faktor yang mempengaruhi sebuah *toxic relationship*.

Komunikasi interpersonal tentu terdapat kaitannya dengan *toxic relationship*. Hal ini dikarenakan adanya interaksi antara satu individu dengan individu lain yang saling berinteraksi. Komunikasi interpersonal merupakan dua orang atau lebih yang saling berinteraksi secara tatap mata dan memengaruhi satu sama lain, (Anggraini et al., 2022). Bentuk komunikasi ini juga menjadi proses dalam menyampaikan dan menerima pesan baik secara verbal (lisan) ataupun non-verbal. Dalam hal ini, individu dapat memengaruhi individu lain dengan memberikan informasi yang dimiliki sehingga dapat menjadi informasi bersama, (Chairunnisa et al., 2024).

Bittner dalam (Romli, 2016), mengemukakan, komunikasi massa memiliki peran penting dalam menjadi sarana penyebaran informasi agar dapat tersebar secara luas. Bittner mengemukakan bahwa komunikasi massa merupakan pesan-pesan yang dikomunikasikan atau disebarkan melalui media massa kepada sejumlah orang atau lingkup besar dalam masyarakat. *Toxic relationship* telah diangkat dalam berbagai bentuk komunikasi massa seperti bacaan, serial drama, dan film. Diangkatnya isu *toxic relationship* ke dalam topik media komunikasi massa diharapkan memberikan pengetahuan dan gambaran tentang ciri-ciri, dampak, dan solusi agar dapat diketahui oleh kalangan luas, (Wahidar & Reswari, 2021).

## 2.5 Gaslighting, Teknik, dan Tahapannya

*Gaslighting* merujuk pada bentuk kekerasan emosional dengan cara menipu korban. Dalam kondisi ini, pelaku bertujuan untuk membuat korban meragukan atau termanipulasi kondisi dan ingatannya sendiri terkait suatu kejadian, (Hansen, 2020). Dirangkum dari Berkeley Science Review, disebutkan bahwa *gaslighting* merupakan jenis kekerasan emosional yang berbahaya dan pelaku cenderung memiliki niat manipulasi atau tujuan terselubung untuk membuat target mempertanyakan diri serta realitas mereka, (Anvi & Dira, 2022). Pada tahun 1944, sebuah film berjudul “*Gaslight*” menjadi awal dikenalnya konsep *gaslighting* dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap topik manipulasi serta kekuasaan besar yang dimiliki seseorang. Di dalam film diperlihatkan seorang suami, Gregory yang melakukan manipulasi kepada istrinya yang bernama Paula. Gregory meredupkan lampu gas dan meyakinkan Paula bahwa hal tersebut hanyalah imajinasi yang membuat Paula merasa dirinya telah gila, (Mind et al., 2020).

Sebagai salah satu bentuk perilaku manipulasi psikologis, *gaslighting* melibatkan interaksi seorang pelaku (*gaslighter*) yang dominan dalam memanipulasi korbannya yang cenderung tidak berdaya, (Stern, 2007). Mengingat sifatnya yang destruktif dan berpotensi membahayakan kesejahteraan psikologis maupun fisik korban, penyebaran informasi terkait isu ini sangat krusial. Melalui pemahaman yang komprehensif, korban yang tengah terjebak diharapkan dapat memperoleh kesadaran situasi (*awareness*), sementara masyarakat luas dapat mengantisipasi diri agar tidak terperangkap dalam lingkaran manipulasi serupa, (Yulistiani & Fitriani, 2023).

Menurut Natasha Tracy, (2021), teknik-teknik yang digunakan seseorang atau *gaslighter* dalam melakukan *gaslighting* diantaranya:

a. *Countering*

Pada teknik ini, pelaku atau *gaslighter* mempertanyakan ingatan korban. Contoh kalimat yang merepresentasikan teknik ini seperti, “Kamu tidak pernah mengingat sesuatu secara akurat.”, “Kamu yakin? Ingatanmu buruk.”, “Pikirkan kapan terakhir kali kamu tidak mengingat sesuatu!”.

b. *Withholding*

Pada teknik ini, pelaku atau *gaslighter* berpura-pura tidak memahami korban sehingga merasa tidak perlu untuk menanggapi perkataan orang lain. Contoh kalimat yang merepresentasikan teknik ini seperti, “Aku tidak tahu apa yang kamu bicarakan!”, “Kamu hanya mencoba membuatku bingung.”, “Aku tidak akan mendengarkan hal itu lagi hari ini.”.

c. *Trivializing*

Pada teknik ini, pelaku atau *gaslighter* meremehkan atau mengabaikan perasaan korban. Mereka dapat menuduh seseorang terlalu sensitif atau bereaksi berlebihan meskipun sang korban memiliki kekhawatiran dan perasaan yang valid. Contoh kalimat yang merepresentasikan teknik ini seperti, “Kamu akan membiarkan hal seperti itu terjadi di antara kita?”, “Kamu terlalu berlebihan dalam bereaksi atas perilakuku!”, “Kamu hanya terlalu sensitif.”.

d. *Denial or Forgetting*

Pada teknik ini, pelaku atau *gaslighter* melakukan penolakan ingatan atau berpura-pura melupakan peristiwa yang terjadi. Mereka menyangkal telah mengatakan ataupun melakukan sesuatu. Contoh kalimat yang merepresentasikan teknik ini seperti, “Apa yang kamu bicarakan?”, “Kamu hanya mengada-ada atau berhayal”, “Kita tidak perlu membahas hal ini lagi karena itu tidak terjadi.”.

e. *Diverting or Blocking*

Pada teknik ini, pelaku atau *gaslighter* mengubah fokus diskusi dan mempertanyakan kredibilitas korban. Contoh kalimat yang merepresentasikan teknik ini seperti, “Itu hanya ide gila yang kamu dapatkan dari teman-teman kamu.”, “Darimana kamu mendapatkan ide gila seperti itu?”, “Aku tidak mau mengalami hal itu lagi”, “Berhenti mengomel, kamu menyakitiku secara sengaja”.

Korban atau seseorang yang mengalami *gaslighting* tentunya menghadapi tahapan-tahapan yang harus mereka lewati dalam fenomena *gaslighting*. Menurut Robin Stern (2007) dalam bukunya “*The Gaslight Effect*”, mengatakan bahwa *gaslighting* terdiri dari tiga tahapan yaitu *disbelief*, *defense*, dan *depression*. Tahapan *gaslighting* juga tidak selalu linear karena kembali kepada apa yang korban alami. Berikut penjelasan tahapan dari *gaslighting* yang dialami korban atau *stages of gaslighting*:

- a. *Disbelief*, yang berarti korban *gaslighting* merasakan adanya kesalahan, namun merasa bingung dan mulai meragukan persepsi, ingatan, serta kewarasannya sendiri.

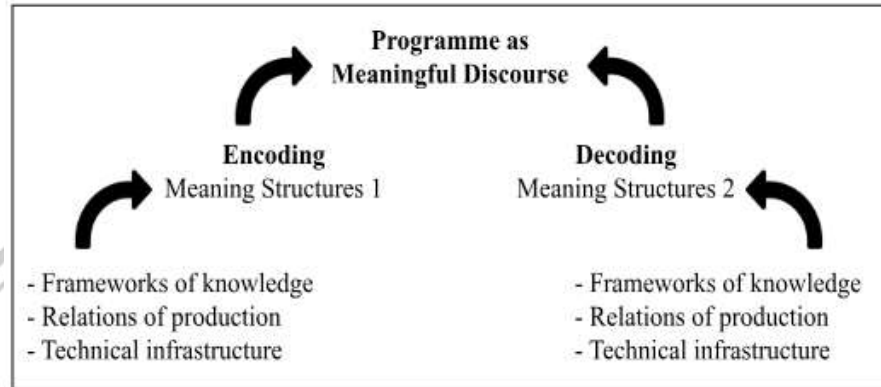
- b. *Defense*, yang berarti korban *gaslighting* menjadi defensif atau mencoba membuktikan bahwa *gaslighter* dengan membela dirinya, namun hal ini juga dapat memperpanjang siklus konflik.
- c. *Depression*, yang berarti korban *gaslighting* berada di titik putus asa, kehilangan kegembiraan, kurang percaya diri, merasa tidak cukup baik, dan mempertanyakan realitasnya sendiri.

Setelah korban melalui tahapan *disbelief*, seorang *gaslighter* akan cenderung mengalihkan pembicara atau alih-alih menjawab tuduhan yang diarahkan padanya terlebih jika korban melalui pada tahap *defense*. Apabila dirasa cara itu tidak mempan, *gaslighter* mengubah posisinya yang dari bertahan menjadi menyerang secara halus dan membuat korban mulai meragukan dirinya sendiri. Siklus manipulasi yang terulang secara terus-menerus membuat korban menjadi lemah dan berada di titik tahapan *depression*, (Stern, 2007).

## 2.6 Basis Teori Penelitian (Teori Resepsi Stuart Hall)

Stuart Hall dalam esainya yang berjudul “*Encoding and Decoding in The Television Discourse*” berargumen bahwa komunikasi tidak bersifat linear atau tidak berhenti saat pesan telah sampai di tangan audiens. Ia mengatakan bahwa, sebuah pesan dapat bersifat polisemi atau berpotensi memiliki makna atau penerimaan yang beragam pada masing-masing audiens, (Hall et al., 2005). David Morley dalam bukunya “*The Nationwide Television Studies*” berpendapat bahwa audiens merupakan kumpulan individu yang memiliki latar belakang sosial dan pengalaman hidupnya masing-masing. Latar belakang tiap individu menjadi faktor parameter (batas-batas) individu

memahami sebuah pesan, (Morley & Brunson, 1999). Hal ini selaras dengan model komunikasi Schramm dalam (Ambar, 2017), bahwa *field of experience* (bidang pengalaman), *context of the relationship* (konteks hubungan), dan konteks lingkungan sosial dapat mempengaruhi penerimaan pesan individu.



Gambar 2.1 *Stuart Hall's Model of Encoding or Decoding*

Stuart Hall berangkat dari konsep linear satu arah yang pernah dikemukakan, ia mengembangkannya menjadi model komunikasi yang dinamis dimana penerimaan tidak selalu selaras antara *encoding* (proses penyandian oleh pembuat pesan) dan *decoding* (pemaknaan balik oleh penerima). Sehingga melalui model *Encoding-Decoding*, audiens terlibat secara aktif dalam menerima pesan, (Hall et al., 2005). Hubungan antara *encoder* dan *decoder* juga dapat mewakili pembuat pesan dan penerima pesan. Hal ini menyebabkan tingkat pemahaman dalam menerima pesan dapat berbeda pada setiap audiens, (Qolbidiasih & Putranto, 2025).

Stuart Hall (1973) mengemukakan bahwa, saat pembaca atau audiens sebagai *decoding* melakukan penyandian balik atau penerimaan maka dapat terjadi tiga posisi hipotekal, yaitu:

- a. *Dominant-hegemonic position*, terjadi apabila audiens sejalan dengan kode yang ada dalam sebuah pesan atau menerima pesan sama dengan yang dikehendaki oleh pembuat pesan atau komunikator.
- b. *Negotiated position*, terjadi apabila audiens dalam batas-batas tertentu menerima atau sejalan dengan komunikator namun memodifikasi kode tersebut dengan sedemikian rupa, sehingga mencerminkan minat dan posisi pribadinya dalam mengkodekan pesan.
- c. *Oppositional position (counter hegemonic position)*, terjadi apabila audiens tidak sejalan dengan kode-kode dari komunikator dan menolak penerimaan pesan yang dikehendaki, setelah itu menentukan alternatif lain dalam menerima kode pada pesan.

Dalam penelitian ini, teori resepsi atau *reception theory* akan digunakan oleh peneliti untuk menjadi basis teori penelitian dalam memahami dan mengamati bagaimana pembaca atau audiens dalam menerima pesan yang fokusnya ada pada dialog antara tokoh Arok dan Dedes saat *scenes flashback* di dalam Webtoon "Dedes". Setelah mendapatkan informasi dari informan, peneliti akan menganalisis informasi ke dalam posisi hipotetikal.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian Terdahulu 1	Penelitian Terdahulu 2	Penelitian Terdahulu 3
<b>Nama Peneliti</b>	Tutut Ismi Wahidar dan Shafira Ardhana Reswari	Fasya Tiara Meilenia	Abdullah Hafidz Ridho Faturusyiddin dan Ulfah Hidayati
<b>Jenis Karya</b>	Jurnal	Skripsi	Jurnal
<b>Tahun Penelitian</b>	(2021)	(2023)	(2024)
<b>Judul Penelitian</b>	Analisis Resepsi <i>Toxic Relationship</i> dalam Film Pendek <i>All Too Well</i> Karya Taylor Swift	Penerimaan Perempuan Dewasa Muda Atas Humor Gelap Kematian Ayah Kandung (Studi Resepsi Video YouTube “CUMA YATIM YANG BOLEH KETAWA” Pada Penyiar Radio UMMFM Malang)	Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral dalam Film <i>Doraemon Stand By Me 2</i>
<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif dengan metode analisis resepsi	Kualitatif dengan metode analisis resepsi	Kualitatif dengan metode analisis resepsi
<b>Hasil Penelitian</b>	Penelitian ini menganalisis resepsi penonton terhadap tema <i>toxic relationship</i> dalam film pendek <i>All Too Well</i> karya Taylor Swift menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Dari 6 informan mahasiswa di usia 20-24 tahun, 3 subjek meresepsi secara <i>dominant-hegemonic</i> atau sepenuhnya menerima dengan isi pesan film sebagai <i>toxic</i>	Penelitian ini menganalisis resepsi perempuan dewasa muda atas humor gelap kematian ayah terhadap video YouTube “CUMA YATIM YANG BOLEH KETAWA” menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Dari 5 informan, 3 subjek meresepsi secara <i>dominant-hegemonic</i> atau sepenuhnya menerima dengan humor gelap yang ada di video	Penelitian ini menganalisis resepsi khalayak remaja dari usia 16-24 tahun terhadap pesan moral dalam film <i>Doraemon Stand By Me 2</i> menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Dari 6 informan di Yogyakarta dengan latar belakang beragam resepsi informan yang bervariasi. Hasilnya, 4 subjek berada di posisi <i>dominant-hegemonic</i>

	<i>relationship</i> , 3 subjek secara <i>negotiated</i> atau menerima tetapi memberikan alternatif lain, dan tidak ada informan yang berada di <i>oppositional</i> . Hal ini berdasarkan latar belakang usia, jenis kelamin, dan pengalaman mereka masing-masing.	tersebut, 1 subjek secara <i>negotiated</i> atau menerima tetapi memberikan alternatif lain, dan 1 ada informan yang berada di <i>oppositional</i> atau menolak humor gelap yang ada di video. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman duka cita subjek penelitian akibat kematian ayah kandung.	atau menerima sepenuhnya terkait pesan moral yang ada di film <i>Doraemon Stand By Me 2</i> , 2 subjek berada di posisi <i>negotiated</i> atau menerima tetapi memberikan alternatif lain, dan 1 subjek berada di posisi <i>oppositional</i> atau menolak pesan moral yang ada di dalam film. Hal ini berdasarkan latar belakang pengalaman, sosial, dan budaya.
<b>Relevansi Penelitian</b>	Konsep <i>toxic relationship</i> , metode penelitian, penentuan subjek penelitian.	Metode penelitian, penentuan subjek penelitian, pengambilan data.	Metode penelitian, analisis data, pengumpulan data.

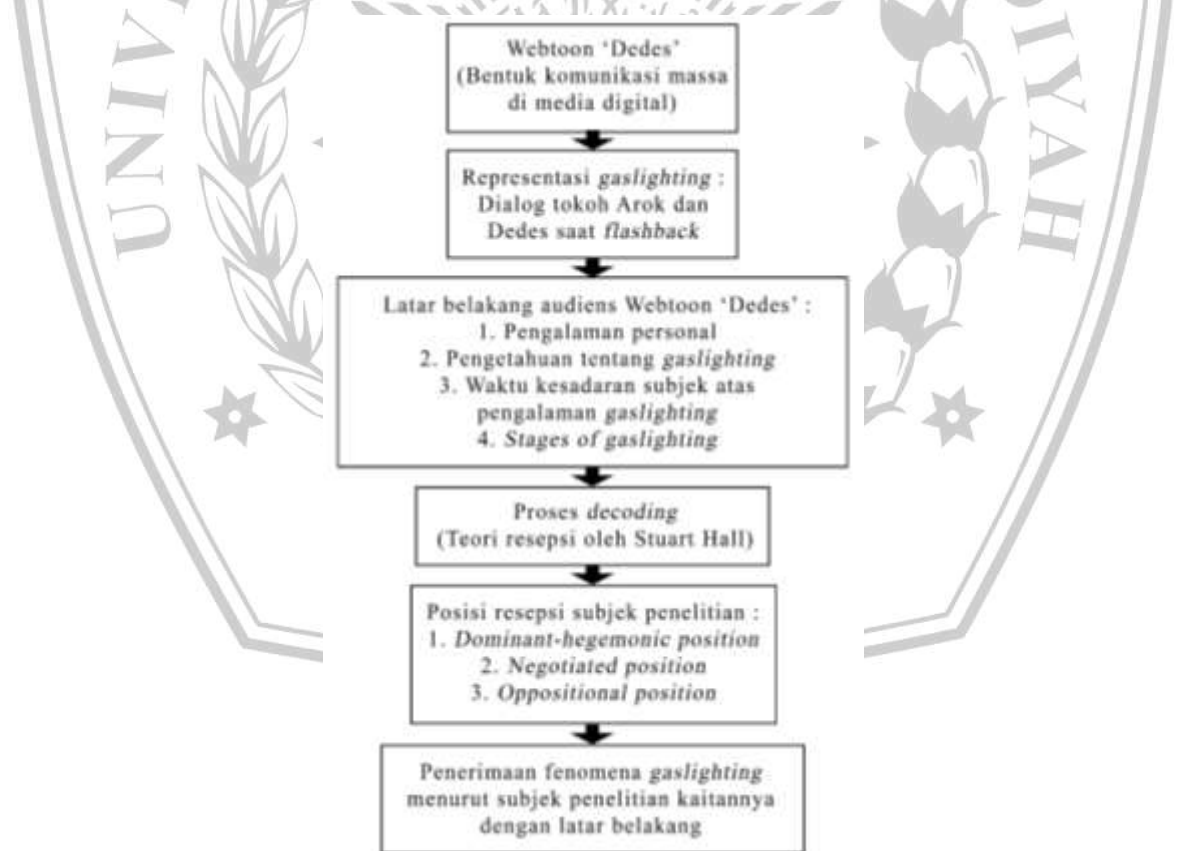
Dengan adanya penelitian terdahulu, *research gap* diperlukan untuk melihat adanya kesenjangan, celah, atau inkonsistensi penelitian sebelumnya untuk dilakukan studi lanjutan, (Aulia, 2023). Adapun sebagai berikut:

- a. Pada penelitian terdahulu 1, fenomena *toxic relationship* yang ada pada romansa modern menjadi celah peneliti yaitu perbedaan konsep waktu pada cerita. Peneliti dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana penerimaan fenomena *toxic relationship* yang dikemas dalam cerita masa lampau. Selain itu, fenomena *gaslighting* belum dianalisis secara spesifik karena membahas *toxic relationship* secara umum.
- b. Pada penelitian terdahulu 2, pengalaman pribadi (kehilangan ayah) mempengaruhi subjek penelitian dalam *decoding* pesan. Hal ini menjadi celah peneliti untuk mengkaji apakah pengalaman pribadi terkait fenomena

*gaslighting* tersebut juga akan mempengaruhi penerimaan subjek penelitian atau tidak.

- c. Pada penelitian terdahulu 3, pesan moral dan norma menjadi fokus utama dalam konteks keluarga dan pertemanan yang ada pada film modern. Kondisi tersebut menjadi celah peneliti untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang bagaimana penerimaan fenomena *gaslighting* dalam cerita masa lampau yang digunakan sebagai strategi politik atau dengan norma kekuasaan.

## 2.8 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir