

INTERPRETASI PENONTON TERHADAP KONTEN *PRANK* DENGAN TARGET ORANG TUA DI KANAL YOUTUBE NINO KUYA

Rimadhani Putri Budiana, Juyo Nur Suryanto Gono, Lintang Ratri Rahmiaji
rimadhaniput17@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Prank content is currently still a trend using controversial ideas marked by pranks targeting parents on Nino Kuya's YouTube channel which is watched and liked by many viewers. This study aims to describe the audience's interpretation of prank content targeting parents on Nino Kuya's YouTube channel. This study uses a constructivist paradigm with reception theory and active audience theory. John Fiske's semiotic analysis method is used to analyze preferred reading and Stuart Hall's reception analysis method is used to determine the interpretive position of the audience of teenagers and parents. The dominant meaning in this content is (1) children may prank their parents, (2) educational and entertaining prank messages, (3) reasonable parental reactions to get angry and forgive children's pranks, (4) parents are allowed to control dominant child, and (5) healthy and normal parent-child relationship.

The results of the study show the similarity in meaning that pranks target parents tend to be negotiated. Meanwhile, the diversity of meanings arises when the informant interprets the elements of parental reactions and parental communication patterns where the child informants tend to reject parental dominant control. Meanwhile, parent informants accept the dominant meaning offered. Furthermore, half of the informants tended to be dominant, a few negotiated, and the others rejected the healthy and normal relationship between parents and children in the prank content. Overall, it was found that meaning tended to be in a negotiating position regarding the dominant meaning offered because of the variant informants in the form of children and parents as well as differences in the culture of the informant's family and Nino Kuya's family.

Keyword: Interpretation, Prank Content, Nino Kuya YouTube Channel, Reception Analysis

ABSTRAK

Konten *prank* saat ini masih menjadi tren yang menggunakan ide kontroversial ditandai dengan *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya yang ditonton dan disukai oleh banyak penonton. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan interpretasi penonton terhadap konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya. Penelitian ini

menggunakan paradigma konstruktivis dengan teori resepsi dan teori khalayak aktif. Metode analisis semiotika John Fiske digunakan untuk menganalisis *preferred reading* dan metode analisis resepsi Stuart Hall digunakan untuk menentukan posisi pemaknaan penonton anak remaja dan orang tua. Makna dominan dalam konten ini yaitu (1) anak boleh melakukan *prank* pada orang tua, (2) pesan *prank* yang mengedukasi dan menghibur, (3) reaksi orang tua yang wajar untuk marah dan memaafkan *prank* anak, (4) orang tua yang boleh mengontrol anak secara dominan, dan (5) hubungan orang tua dan anak yang sehat dan normal.

Hasil penelitian menunjukkan kesamaan pemaknaan bahwa *prank* dengan target orang tua cenderung dinegosiasikan. Sementara keberagaman pemaknaan muncul ketika informan memaknai elemen reaksi orang tua dan pola komunikasi orang tua di mana informan anak cenderung menolak kontrol dominan orang tua. Sedangkan, informan orang tua menerima makna dominan yang ditawarkan. Selanjutnya, separuh informan cenderung dominan, sebagian kecil menegosiasikan, dan yang lainnya menolak hubungan orang tua dan anak yang ditampilkan sehat dan normal dalam konten *prank* tersebut. Secara keseluruhan, ditemukan bahwa pemaknaan cenderung pada posisi negosiasi terhadap makna dominan yang ditawarkan karena adanya varian informan berupa anak dan orang tua serta adanya perbedaan kultur keluarga informan dengan keluarga Nino Kuya.

Kata Kunci : Interpretasi, Konten *Prank*, Kanal YouTube Nino Kuya, Analisis Resepsi

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, teknologi yang terus berkembang telah membuat industri kreatif bertransformasi mengikuti kemajuan zaman. Saat ini, munculnya media baru menciptakan beragam *platform* dalam kategori media sosial yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Dilansir dari laman Hootsuite (We Are Social) terkait dengan laporan digital tahun 2022 menyatakan hasil riset yang menunjukkan bahwa terdapat 191,4 juta masyarakat Indonesia yang aktif dalam menggunakan media sosial (Kemp, 2022).

Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan yang besar dalam mengonsumsi berbagai informasi dari beragam media sosial. Hal tersebut

didukung dari data Semrush Ranking pada bulan Februari 2022 yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia paling banyak mengakses media sosial berupa YouTube yang merupakan salah satu *platform* terpopuler di Indonesia. Berdasarkan databoks, pengguna aktif YouTube di Indonesia memiliki rentang usia 16-64 tahun (Lidwina, 2021). Fitur yang dihadirkan YouTube untuk berbagi video pada akhirnya memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan ketenaran secara instan sehingga membuat mereka berlomba-lomba menciptakan berbagai kreasi konten yang beragam.

Hal tersebut ditandai dengan munculnya sebuah ide konten yang viral di kalangan masyarakat Indonesia berupa konten *prank*. Tren konten *prank* tersebut

mulai *booming* sejak tahun 2019 hingga saat ini yang mana masih terus dibuat oleh *content creator* di YouTube. Konten *prank* merupakan sebuah konten yang dibuat oleh kreator untuk menunjukkan kesan bercanda dan menghibur dengan menampilkan tayangan berupa tindakan yang menjahili orang lain (Yudhistira, 2019).

Terdapat 3 motif pembuatan *prank* yaitu motif iseng yang dilakukan hanya untuk membuat target *prank* menjadi heran, panik, atau takut, motif sebagai bahan tertawaan yang dilakukan dengan durasi waktu yang lama dan terkadang berlebihan untuk membuat target *prank* kecewa yang kemudian diekspos menjadi bahan hiburan bagi penonton, hingga motif teror dan ketakutan yang dilakukan secara profesional dan melibatkan banyak pihak dengan ide *prank* yang ekstrem seperti adegan pembunuhan hingga bencana alam (Huda, 2019: 2).

Adapun *prank* dapat mengarah pada konten yang positif ketika isi *prank* tersebut dapat menciptakan perasaan ceria antara teman maupun keluarga sehingga dapat mencairkan suasana yang canggung dan tegang, ide *prank* yang dapat menciptakan keakraban, hingga menghibur suasana hati seseorang yang sedih dan murung.

Namun, konten *prank* juga dapat mengarah pada konten yang negatif ketika

prank yang dilakukan dapat berujung pada kematian di pihak korban maupun pelaku *prank* serta *prank* yang berujung pada kemarahan dan pertikaian (Huda, 2019: 8). Dalam hal ini, konten *prank* yang negatif mengarah pada nilai-nilai yang merugikan orang lain, memberikan contoh yang buruk, hingga menimbulkan emosi (Moulita, 2021: 7).

Secara umum, Devie Rahmawati, Pengamat Sosial Vokasi Universitas Indonesia menyatakan bahwa tujuan dari pembuatan konten *prank* hanya untuk menyenangkan diri sendiri tanpa mepedulikan orang lain (radardepok.com, 2019). Bahkan kehadiran konten *prank* dapat menjadi tindak pidana sesuai UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE dikarenakan konten *prank* dapat membuat korban merasa dirugikan dan dilanggar hak-haknya (Yasa & Wiguna, 2021).

Salah satu YouTuber terkenal, Nino Kuya yang memiliki 4,33 juta *subscriber* dan mayoritas video *prank* nya populer serta *trending* di kalangan masyarakat Indonesia. Kanal YouTube tersebut memuat 58% konten *prank* mulai dari *prank* dengan target orang sekitar, orang tua, pamer kekayaan, menargetkan saudara, hingga *prank* sosial.

Video *prank* dalam kanal YouTube tersebut dengan jenis *prank* terhadap orang tua yang menggunakan ide *prank* perilaku tidak etis termasuk dalam kategori *prank* yang dibuat sebagai konten hiburan yang dengan motif menjadikan reaksi target *prank* sebagai bahan tertawaan melalui reaksi *prank* yang berujung marah atau emosi yang menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki kecenderungan sebagai konten *prank* yang negatif seperti konten *prank* durhaka dan mabuk.

Namun, di tengah kondisi tersebut masyarakat masih terus menonton dan menyukai konten *prank* yang ditunjukkan dari data banyaknya jumlah penonton dan *likes* dalam *playlist* konten *prank* di kanal YouTube Nino Kuya. Meskipun mereka mengetahui dampak negatif konten tersebut dapat menentang berbagai norma dalam kehidupan masyarakat, menciptakan rasa cemas dan trauma yang berlebihan, memunculkan *trust issue* untuk tidak percaya pada orang lain, hingga imitasi perilaku bagi penonton remaja.

Secara khusus konten *prank* tersebut dapat berdampak pada penonton orang tua yang berpandangan bahwa konten *prank* dengan target orang tua meresahkan masyarakat seperti yang tertuang di media internet berupa konten *prank* dengan target orang tua telah menunjukkan bentuk nyata dari akhlak

anak remaja yang memudar dengan melakukan berbagai tindakan yang merugikan untuk menjahili orang tua secara sengaja yang kemudian dipublikasikan di media sosial (purnawarta.com, 2022).

Sehingga interpretasi penonton menjadi hal yang penting untuk diteliti dilihat dari masih banyaknya masyarakat yang menonton konten *prank* dengan target orang tua meskipun konten tersebut dapat memberikan dampak buruk bagi psikologis maupun perilaku mereka. Dalam hal ini, proses penggunaan media dan cara penonton memaknai suatu pesan media menjadi objek penelitian yang menarik di mana akan dapat menunjukkan hubungan antara khalayak dengan teks media tertentu.

Dengan demikian, permasalahan dalam objek penelitian telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengkaji rumusan masalah penelitian berupa: Bagaimana interpretasi penonton mengenai konten *prank* dengan target orang tua dalam kanal Youtube Nino Kuya?

KERANGKA TEORI

1. Teori Resepsi Stuart Hall

Teori resepsi (*reception theory*) yang dikembangkan oleh Stuart Hall memiliki argumen bahwa pada saat khalayak mengonsumsi media, mereka

dipengaruhi oleh berbagai macam faktor pada saat memberikan pemaknaan terhadap suatu teks media (Baran, 2003: 269-270). Dalam hal ini terdapat tiga posisi hipotesis sebagai berikut:

a. *Dominant (hegemonic) reading*

Makna yang diberikan dan dikehendaki oleh pembuat teks media sepenuhnya diterima oleh khalayak.

b. *Negotiated reading*

Pada posisi ini, terdapat batasan tertentu yang dibuat oleh khalayak agar dapat searah dengan berbagai kode program yang disesuaikan dengan posisi dan minat khalayak secara pribadi.

c. *Oppositional (counter hegemonic) reading*

Khalayak bertentangan dengan berbagai kode yang ditampilkan dalam suatu program di mana khalayak memiliki bingkai alternatif tersendiri untuk menginterpretasikan pesan media.

2. Encoding and Decoding Model

Menurut Stuart Hall, riset khalayak memiliki perhatian langsung terhadap dua hal sebagai berikut (Baran, 2003: 269-270).

a. *Encoding*

Dalam proses *encoding* dijelaskan segenap tahapan suatu media membentuk suatu wacana yang bermakna berupa cara media

memastikan adanya makna khusus dalam berbagai pesan agar khalayak dapat menerimanya.

b. *Decoding*

Proses *decoding* ini menguraikan proses pemaknaan terhadap teks media dari sisi khalayak yang menunjukkan bagian dari perwujudan suatu pesan media di mana audiens mendefinisikan realitas sosial tersebut (Pujarama, 2020: 45).

3. Teori Khalayak Aktif

Teori khalayak aktif dikembangkan oleh Mark Levy dan Sven Windahl dengan pemikiran mereka bahwa media yang digunakan oleh khalayak didasarkan pada motivasi yang berasal dari kebutuhan serta tujuan mereka yang selanjutnya diinterpretasikan sendiri secara individu.

Kemunculan teori ini berasal dari pendekatan *uses and gratification* di mana teori ini menyatakan bahwa proses komunikasi yang terjadi telah menunjukkan adanya partisipasi aktif dari khalayak yang dapat memberikan fasilitas, keterbatasan, atau bahkan mempengaruhi kepuasan mereka yang disatukan dengan ekspos suatu media (Levy and Windahl, 1985: 110).

4. Video Prank

Prank merupakan suatu tindakan jahil yang dilakukan oleh seseorang

menggunakan berbagai hal yang kurang masuk akal (Isnawan, 2021: 62). Kehadiran fenomena *prank* sudah *familiar* bagi masyarakat di mana *prank* sebagai tindakan bodoh dibuat dalam bentuk video dengan konsep yang merugikan orang lain (Sharfina et al, 2021: 92).

Video *prank* merupakan video yang berisi candaan dan telah menjadi salah satu jenis konten favorit YouTuber (Mufid, 2020: 96). Dalam berbagai konsep video *prank*, korban atau target *prank* yang ditipu berada pada posisi objek dan *content creator* yang membuat video *prank* menjadi subjeknya (Isnawan, 2021: 64).

Video *prank* telah menjadi sebuah tren yang mengkhawatirkan karena isi video *prank* sebagai dokumen elektronik telah merepresentasikan kekejaman dan respons yang berpotensi mempermalukan hingga termasuk dalam konsep penghinaan yang sesungguhnya (Hoobs & Grafe, 2015).

5. Pola Komunikasi Orang tua dan Anak

Pola komunikasi merupakan penggambaran suatu proses komunikasi yang melibatkan berbagai komponen komunikasi (Soejanto, 2005: 27). Pola komunikasi yang berlangsung di antara orang tua dan anak dapat diidentifikasi menjadi 3 macam yaitu sebagai berikut (Yusuf, 2001: 51).

a. Authoritarian (Otoriter)

Dalam pola komunikasi ini cenderung mengarah pada permusuhan di mana posisi orang tua memiliki sikap penerimaan yang rendah dengan kontrol yang tinggi, senang memberikan hukuman fisik pada anaknya, serta selalu mengharuskan anak berperilaku sesuai dengan perintah orang tua disertai sikap keras dan emosional pada anak.

b. Permissive (Permisif)

Pola komunikasi ini mengarah pada kebebasan dari orang tua dengan sikap penerimaan yang tinggi disertai kontrol yang rendah. Hal tersebut cenderung membuat anak bersikap impulsif dan agresif sehingga mereka menjadi tidak terarahkan yang dapat membuat prestasi belajar tidak meningkat.

c. Authoritative (Demokratis)

Pola komunikasi ini menunjukkan penerimaan dan kontrol orang tua yang tinggi di mana mereka bersikap responsif atas kebutuhan anak, senang memberikan dorongan pada anak untuk bertanya dan berpendapat, serta menjelaskan akibat dari perbuatan baik dan buruk.

6. Hubungan Orang Tua dan Anak

Hubungan antara orang tua dan anak merupakan hubungan yang terjadi antara orang tua dan anak di mana memungkinkan keduanya untuk saling

memberi rasa aman dan berkomunikasi secara terbuka serta percaya diri dalam menghadapi suatu masalah (Prasetyo, 2000: 65).

Terdapat dua hubungan yang terjalin antara orang tua dan anak berupa komunikasi antara ayah dan anak yang mengarah pada perlindungan seorang ayah yang juga memiliki hak sebagai pembuat keputusan. Sedangkan hubungan ibu dan anak cenderung mengarah pada sifat pengasuhan yang menunjukkan adanya rasa kasih sayang dan kepedulian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Khalayak atau penonton dianggap sebagai entitas yang aktif dalam mempersepsi pesan media sehingga pemaknaan tidak hanya terdapat pada teks media tetapi juga pada diri khalayaknya.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dengan cara bertanya pada informan agar peneliti mendapatkan berbagai keterangan tentang fenomena yang diteliti (West & Turner, 2007).

Dalam penelitian ini, penulis telah menentukan dua video *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya sebagai objek penelitian yang dikaji menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk memunculkan *preferred reading*. Kemudian, peneliti akan menganalisis hasil wawancara yang selanjutnya diinterpretasikan dan diklasifikasikan ke dalam tiga posisi pemaknaan khalayak sesuai dengan teori resepsi Stuart Hall.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Kanal YouTube Nino Kuya

Nino Kuya merupakan YouTuber muda yang memiliki 4,33 juta *subscriber* di mana kanal YouTube nya mencapai beberapa peringkat di antaranya *ranking* #203 dalam kategori humor, *ranking* #205 di Indonesia, dan *ranking* #5.456 di dunia (id.noxinfluencer.com, 2023).

Kanal YouTube Nino Kuya menjadi objek dalam penelitian ini dengan konteks konten yang akan diteliti berupa *prank* dengan target orang tua. YouTube Nino Kuya populer di kalangan masyarakat Indonesia dengan total *viewers* dari keseluruhan video yang dipublikasikan Nino Kuya mencapai 405.812.191 (id.noxinfluencer.com, 2023).

b. Konten *Prank* dengan Target Orang Tua

Konten *prank* dengan target orang tua merupakan sebuah ide konten yang dibuat oleh YouTuber Nino Kuya di mana konten tersebut merefleksikan aksi nyata untuk menipu dan menjahili kedua orang tua yang dapat menunjukkan krisis moral remaja di media sosial.

Konten *prank* yang menjadi objek penelitian ini terdiri atas dua video *prank* berupa “*Prank* Jadi Anak Durhaka di Hari Ibu!! Mama Papa Murka!!” dan “*Prank* Mabok Sampe Dibopong, Mama Nangis Papa Ngamuk!!” dengan ide *prank* anak berperilaku menyimpang untuk menipu orang tua sehingga akan memunculkan reaksi mereka yang dibuat menjadi media hiburan bagi penonton di YouTube.

2. Analisis Semiotika John Fiske

Penentuan *preferred reading* dalam objek penelitian ini menggunakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh John Fiske yang mengkaji tentang makna yang dibangun dalam suatu teks media (Fiske, 2004: 282).

Adapun analisis semiotika John Fiske yang digunakan dalam penelitian ini turut memuat kode-kode sosial yang dikonstruksi menjadi level realitas, level representasi, dan level ideologi yang dianalisis pada 9 (sembilan) adegan dalam

konten *prank* Jadi Anak Durhaka dan 7 (tujuh) adegan dalam konten *prank* Mabok Sampe Dibopong yang memunculkan *preferred reading* dalam 5 (lima) elemen penelitian sebagai berikut:

1. *Preferred reading* dari sisi anak

a. Elemen bentuk *prank* memuat *preferred reading* berupa *prank* yang ingin ditampilkan pada konten tersebut menunjukkan anak diperbolehkan melakukan *prank* pada orang tua.

b. Elemen pesan *prank* memuat *preferred reading* berupa *prank* yang ingin ditampilkan memperlihatkan pesan *prank* yang mengedukasi dan menghibur.

2. *Preferred reading* dari sisi orang tua

a. Elemen reaksi orang tua yang memuat *preferred reading* berupa reaksi orang tua yang wajar untuk marah ketika anak berperilaku menyimpang dan memaafkan ketika anak melakukan *prank* dengan target orang tua.

b. Elemen pola komunikasi orang tua dan anak yang memuat *preferred reading* berupa orang tua yang boleh mengontrol anak secara dominan ketika mereka berperilaku menyimpang.

c. Elemen hubungan orang tua dan anak yang memuat *preferred reading* berupa hubungan orang tua dan anak yang sehat dan normal.

3. Analisis Resepsi Stuart Hall

Tabel 1. 1 Posisi Pemaknaan Informan Secara Keseluruhan Terhadap Konten Prank dengan Target Orang Tua di Kanal YouTube Nino Kuya

No	Elemen	Video	Posisi Pemaknaan Informan						Penjelasan
			Anak			Orang Tua			
			1	2	3	4	5	6	
1	Bentuk Prank	Durhaka	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Cenderung Negosiasi
		Mabuk	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	
2	Pesan Prank	Durhaka	Dominan	Negosiasi	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan	Cenderung Dominan
		Mabuk	Dominan	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Dominan	
3	Reaksi Orang Tua	Durhaka	Negosiasi	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan	Cenderung Dominan
		Mabuk	Negosiasi	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan	
4	Pola komunikasi orang tua dan anak	Durhaka	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Dominan	Negosiasi	Negosiasi	Cenderung Negosiasi
		Mabuk	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi	Dominan	Dominan	Negosiasi	
5	Hubungan Orang Tua dan Anak	Durhaka	Oposisi	Dominan	Oposisi	Oposisi	Oposisi	Dominan	Separuh dominan, sebagian negosiasi, dan lainnya oposisi
		Mabuk	Negosiasi	Dominan	Negosiasi	Dominan	Dominan	Dominan	

a. Resepsi Informan Terhadap Elemen Penelitian

1. Elemen Bentuk Prank

Melalui keberagaman pemaknaan keenam informan terhadap bentuk *prank* yang ditawarkan pada kedua objek penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki posisi pemaknaan negosiasi. Kecenderungan posisi tersebut menunjukkan bahwa secara umum baik informan anak remaja maupun orang tua menyetujui bahwa bentuk *prank* yang ingin ditampilkan adalah *prank* durhaka dan mabuk dengan target orang tua, namun mereka cenderung menolak dan mengecualikan penerapan terkait mabuk yang dijadikan ide *prank* oleh Nino selaku

anak sebagai hal yang wajar dilakukan karena melanggar aturan hukum dan agama.

2. Elemen Pesan Prank

Kecenderungan posisi pemaknaan dominan pada elemen pesan *prank* dilihat pada 7 (tujuh) informan dominan dari total 12 (dua belas) posisi pemaknaan yang didominasi oleh informan orang tua di mana mereka sepenuhnya searah, menyetujui, dan menerima pesan *prank* yang ditampilkan dalam *preferred reading* pada konten tersebut di mana mereka memiliki pandangan yang sama bahwa konten tersebut menunjukkan pesan yang mengandung nilai edukasi bagi penonton agar tidak berperilaku durhaka pada orang

tua sekaligus menghibur. Kecenderungan posisi pemaknaan tersebut terjadi dikarenakan sesuai dengan pengalaman dan minat mereka selama menonton konten *prank* tersebut.

3. Elemen Reaksi Orang Tua

Kecenderungan posisi dominan terhadap reaksi orang tua diperlihatkan dari hasil pengelompokan posisi pemaknaan yang menunjukkan 10 (sepuluh) informan berada pada posisi dominan dari total 12 (dua belas) posisi pemaknaan informan yang cenderung didominasi oleh informan orang tua. Pada posisi tersebut informan orang tua cenderung menerima sepenuhnya dan menyetujui reaksi orang tua Nino yang diperlihatkan dalam menanggapi perilaku menyimpang Nino selama *prank* berlangsung di mana mereka cenderung sepenuhnya searah dengan *preferred reading* atau makna dominan yang ditampilkan dalam kedua konten *prank* tersebut.

4. Elemen Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak

Dilihat dari posisi pemaknaan informan dalam elemen ini menunjukkan hasil 9 (sembilan) informan berada pada posisi negosiasi dari total 12 (dua belas) posisi pemaknaan yang memperlihatkan adanya kecenderungan dari informan yang berada pada posisi negosiasi yang

didominasi oleh sebagian besar informan anak remaja.

Pada posisi tersebut, informan anak remaja cenderung secara umum menerima *preferred reading* yang ditawarkan di berupa kontrol orang tua yang ditampilkan menunjukkan kekuasaan yang dominan atas perilaku anak, namun mereka menyatakan bahwa bentuk kontrol orang tua yang dominan yang digunakan tidak wajar dilakukan oleh orang tua pada anaknya karena dianggap dapat menyakiti, merusak mental, hingga mengandung kekerasan baik fisik maupun verbal yang merugikan posisi anak meskipun semua itu dilakukan oleh orang tua untuk mengatur perilaku anak yang menyimpang.

5. Elemen Hubungan Orang Tua dan Anak

Pada elemen ini terdapat kecenderungan posisi pemaknaan di mana separuh informan berada pada posisi dominan, sebagian kecil negosiasi, dan lainnya oposisi terhadap konten *prank* dengan target orang tua yang dapat dilihat dari 6 (enam) posisi dominan yang didominasi oleh orang tua dan total 6 (enam) posisi negosiasi serta oposisi yang didominasi oleh anak remaja yang dipertimbangkan bahwa kecenderungan pada posisi ini menunjukkan ketiga posisi pemaknaan yang muncul hampir sama.

Posisi pemaknaan dominan dalam hubungan orang tua dan anak dalam konten *prank* tersebut menunjukkan bahwa terdapat informan yang sepenuhnya menerima bahwa konten *prank* tersebut menampilkan perilaku orang tua yang boleh membanding-bandingkan anak dan menyalahkan pergaulan anak yang memperlihatkan bentuk hubungan orang tua dan anak yang ditampilkan secara wajar sebagai hubungan normal terjadi dalam sebuah keluarga, informan yang menegosiasikan hubungan yang diperlihatkan dalam konten tersebut menunjukkan perilaku yang wajar namun tidak menunjukkan hubungan yang sehat, hingga terdapat informan yang bahkan menolak dan bertentangan dengan makna dominan yang ditawarkan di mana memiliki pemaknaannya tersendiri terkait hubungan orang tua dan anak yang dianggapnya *toxic* dan tidak menunjukkan hubungan yang sehat.

c. Resepsi Informan Secara Keseluruhan

Interpretasi informan dalam konten *prank* dengan target orang tua secara keseluruhan dibagi menjadi penerimaan dalam posisi anak remaja dan orang tua. Pada kategori anak remaja, pemaknaan informan ditunjukkan pada 13 posisi dominan, 21 posisi negosiasi, dan 2 posisi oposisi. Hal tersebut menunjukkan penerimaan informan anak remaja sebagian

besar berada pada posisi negosiasi terhadap kelima elemen penelitian dalam konten *prank* dengan target orang tua. Secara khusus diperlihatkan posisi pemaknaan informan dalam kategori orang tua yang mencakup 20 posisi dominan, 14 posisi negosiasi, 2 oposisi. Pemaknaan informan orang tua terhadap konten tersebut sebagian besar didominasi oleh posisi pemaknaan dominan terhadap berbagai elemen yang dikaji dalam penelitian ini.

Secara keseluruhan, interpretasi informan pada kedua objek penelitian membentuk posisi pemaknaan yang beragam terdiri atas 26 posisi dominan, 30 posisi negosiasi, dan 4 posisi oposisi yang menunjukkan bahwa hampir semua informan berada pada posisi negosiasi di mana mereka secara umum menerima makna dominan yang ditawarkan dalam konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya, namun cenderung menegosiasikannya dengan melakukan penyesuaian maupun penolakan terhadap nilai yang ingin ditampilkan pada konten tersebut untuk menunjukkan posisi dan minat pribadi informan.

Kecenderungan posisi pemaknaan negosiasi tersebut dikarenakan pesan media yang diperlihatkan sesuai dengan pengalaman informan dalam membaca makna dominan yang ditawarkan dalam konten tersebut, namun menegosiasikan

beberapa hal yang dianggap kurang sesuai dengan kehidupan dan latar belakang informan sehingga terdapat penyesuaian bahkan pengecualian sesuai dengan nilai-nilai kehidupan informan sebagai penonton yang memaknai kelima elemen yang termuat dalam konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya.

d. Temuan Menarik

Temuan menarik diperlihatkan dari munculnya keberagaman pemaknaan informan yang dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman mereka yang ditunjukkan dari dua faktor yang mempengaruhi pemaknaan informan. Pertama, varian informan yang terdiri dari anak dan orang tua. varian informan yang berbeda menunjukkan bahwa secara psikologis anak tidak suka diatur sementara orang tua ingin melindungi anaknya dari perilaku menyimpang yang berpengaruh pada pemaknaan informan terhadap konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya.

Kedua, faktor yang mempengaruhi pemaknaan informan dilihat dari perbedaan kultur terkait cara mendidik anak dalam keluarga keenam informan dengan keluarga Nino Kuya. Hal tersebut berpengaruh karena ketika informan memberikan pemaknaannya pada kelima elemen yang diteliti menunjukkan bahwa mereka

menyatakan adanya persamaan dan perbedaan dari keluarga mereka dengan keluarga Nino terkait dengan cara orang tua memperlakukan dan mendidik anak.

KESIMPULAN

Preferred reading atau makna yang ingin ditawarkan dalam kedua objek penelitian terkait konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya termuat dalam 5 (lima) elemen penelitian yaitu dari sisi anak berupa anak yang boleh melakukan *prank* pada orang tua dan pesan *prank* dengan target orang tua yang mengedukasi dan menghibur penonton. Sedangkan dari sisi orang tua menunjukkan *preferred reading* berupa reaksi orang tua yang wajar untuk marah ketika anak berperilaku menyimpang dan memaafkan ketika anak melakukan *prank* dengan target orang tua, orang tua yang boleh mengontrol anak secara dominan ketika mereka berperilaku menyimpang, hubungan orang tua dan anak yang diperlihatkan dalam konten tersebut adalah hubungan yang sehat dan normal.

Pemaknaan yang sama menunjukkan bahwa pandangan umum penonton menunjukkan *prank* adalah konsep yang dapat dijadikan sebagai konten di YouTube karena sifatnya menghibur, namun jika *prank* memiliki

target orang tua akan cenderung dinegosiasikan. Baik informan anak remaja dan orang tua menerima *preferred reading* atau makna dominan yang ditawarkan terkait konsep *prank* yang ingin ditampilkan oleh konten *prank* dengan target orang tua.

Sementara itu, pemaknaan yang berbeda muncul pada elemen reaksi orang tua serta pola komunikasi orang tua dan anak yang menunjukkan kontrol dominan pada anak. Pada elemen tersebut, anak remaja cenderung menegosiasikan bahkan cenderung menolak penerapan kontrol dominan pada anak dan orang tua cenderung menerima makna dominan yang ditawarkan. Selanjutnya, pada elemen hubungan orang tua dan anak sebagian informan menerima, sebagian kecil menegosiasikannya, dan sebagian lagi menolak makna dominan yang ditawarkan. Informan yang menolak makna dominan yang ditawarkan terkait hubungan yang sehat dan normal disebabkan karena mereka memiliki kultur mendidik dan hubungan yang berbeda dengan konten *prank* tersebut.

Dilihat dari hasil penelitian secara keseluruhan ditemukan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi negosiasi terhadap konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya yang menunjukkan bahwa mereka

secara umum menerima makna dominan yang ditawarkan dalam konten *prank* dengan target orang tua di kanal YouTube Nino Kuya, namun cenderung menegosiasikannya dengan melakukan penyesuaian maupun penolakan terhadap nilai yang ingin ditampilkan pada konten tersebut untuk menunjukkan posisi dan minat pribadi informan.

SARAN

1. Saran Teoritis

Secara teoritis, diperlukan penelitian lain sebagai pembanding yang menggunakan analisis resepsi terkait tema yang sama mengingat belum banyaknya penelitian resepsi yang mengangkat topik penelitian mengenai *prank*. Untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan metode analisis resepsi diharapkan dapat mengkaji mengenai konten *prank* dengan ide dan target *prank* yang berbeda sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dan beragam mengenai *prank* yang dijadikan sebagai bahan konten oleh banyak YouTuber untuk mengungkapkan penerimaan penonton terhadap isi pada konten media tersebut.

2. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan kesadaran bagi content creator

untuk membuat konten hiburan yang dipublikasikan di YouTube anak muda yang lebih mengedepankan ide konten yang dapat memberikan edukasi bagi penonton terutama anak remaja yang dapat mengembangkan pengetahuan mereka terkait nilai-nilai kehidupan yang lebih baik dan dapat memotivasi kemampuan mereka untuk tertarik mendalami dunia digital secara lebih positif sehingga dapat meminimalisir diangkatnya ide konten *prank* yang cenderung merugikan bagi orang lain.

3. Saran Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat sebagai pengguna aktif YouTube dapat lebih bijak dalam menonton konten hiburan yang lebih menekankan nilai edukasi sehingga dapat memberikan manfaat ke arah yang lebih baik bagi penonton melalui kemampuan penonton dalam menerima serta menyaring isi pesan media yang dipertontonkan di YouTube. Melalui rekomendasi tersebut dapat membuat masyarakat menjadi lebih kritis dalam mengonsumsi media sehingga menciptakan pemikiran penonton lebih terbuka dalam mengonsumsi berbagai konten sehingga mengembangkan kemampuan penonton untuk lebih aktif dapat menginterpretasikan isi pesan media sesuai dengan norma dan nilai-nilai kehidupan sosialnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baran, S. J. 2003. *Introduction to Mass Communication and Media; Media Literacy and Culture: Third edition*. America: MC Graw Hill
- Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Levy, M. R. & Windahl, S. 1985. *The Concept of Audience Activity*. Beverly Hills: Sage.
- Mufid, M. 2020. *Fikih Untuk Milenial (Beberapa Masalah Fikih untuk Generasi Muda di Era Digital)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Prasetyo, M. 2000. *Kesehatan Mental Anak Dalam Keluarga*. Semarang: FIP UNNES.
- Pujarama, W., Yustisia, I. R. 2020. *Aplikasi Metode Analisis resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: Untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*. Malang: UB Press
- Soejanto, A. 2005. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Rineka Cipta
- West, R., & Turner. L. H. 2007. *Introducing Communication Theory Analysis and Application Third Edition*. New York: McGraw-Hill
- Yusuf, S. L. N. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Jurnal/Artikel Ilmiah

Hoobs, R., & Grafe, S. 2015. "YouTube Pranking Across Cultures". First Monday, 20(7)

Huda, Nur. 2019. *Prank dan Dampak Sosial: Kajian Pendidikan Masyarakat dalam Perspektif Pendidikan Islam*. Ta'dibi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 8(1), 1-23

Isnawan, F. 2021. *Konten Prank Sebagai Krisis Moral Remaja di Era Millenial Dalam Pandangan Psikologi Hukum dan Hukum Islam*. Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan, 12(1), 59-74

Moulita. 2021. *Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial*. Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 7(2), 107-115

Sharfina, N. H., et al. 2021. *Copyright Issues on the Prank Video on The YouTube*. Atlantis Press: International Conference on Environmental and Energy Policy (ICEEP), vol. 583. 90-97

Yasa, I. W. B., & Wiguna, G. Y. 2021. *Konten Prank YouTuber Sebagai Tindak Pidana Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang, 7(2), 631-644.

Internet

id.noxinfluencer.com. 2023. *Channel Youtube Nino Kuya*. <https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCMTcqreJj9HY0SEzyn7wzHg>,

diakses pada 5 Maret 2023 pukul 15.00 WIB

Kemp, Simon. 2022. *Digital 2022: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, diakses pada 22 September 2022 pukul 11.15 WIB

Lidwina, Andrea. 2021. *94% Orang Indonesia Akses Youtube dalam Satu Bulan Terakhir*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>, diakses pada 22 September 2022 pukul 14.00 WIB

Purnawarta.com. 2022. *Jangan Buat Konten Prank Orangtua, Mereka Terhormat*. <https://purnawarta.com/lainnya/islami/jangan-buat-konten-prank-orangtua-mereka-terhormat/>, diakses pada 13 Januari 2022 pukul 14.00 WIB

Radardepok.com. 2019. *Prank Merusak Fisik dan Psikis*. <https://www.radardepok.com/2019/07/prank-merusak-fisik-dan-psikis/>, diakses pada 29 September 2022 pukul 10.37 WIB

Yudhistira, R. 2019. *Kebijakan YouTube mengenai Konten Prank: Konten Prank Driver Ojek Online (Ojol) yang Dilakukan Oleh Youtuber Indonesia Menjadi Polemik*. <https://www.tagar.id/kebijakan-youtube-mengenai-konten-prank>, diakses pada 5 Oktober 2022 pukul 11.00 WIB