



**PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP INFORMASI KASUS
PENODAAN AGAMA OLEH BASUKI TJAHAJA PURNAMA
DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE***

SUMMARY SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh:
Fatimah Zahro
14030113120040**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2017

ABSTRAK

Media sosial merupakan teknologi berbasis internet yang menyajikan hiburan dan informasi secara cepat, tepat, praktis, dan dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat. Media sosial YouTube sangat menarik untuk diteliti, karena media sosial tersebut dapat menampilkan berbagai informasi dari berbagai karakteristik masyarakat dalam bentuk tayangan audio visual.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan khalayak mengenai informasi kasus penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama di media sosial YouTube. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi memandang khalayak sebagai produser makna, tidak hanya menjadi konsumen media. Teori dalam penelitian ini menggunakan teori *decoding-encoding* Stuart Hall untuk membantu menjelaskan proses berjalannya *decoding-encoding* dari informasi yang disajikan oleh media sosial YouTube. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna dominan yang dihasilkan dari banyaknya pesan-pesan yang disampaikan oleh media terkait kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak aktif dalam memaknai informasi kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama yang diterimanya. Interpretasi khalayak terbagi dalam tiga posisi pemaknaan: *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositinal position*. Tiga dari enam informan sependapat dengan makna *dominant-hegemonic position*, yakni pernyataan Basuki Tjahaja Purnama mengandung unsur penodaan. Khalayak tersebut memaknai pernyataan Basuki Tjahaja Purnama sesuai dengan makna dominan yang dihadirkan oleh media sosial YouTube. Kedua informan yang lain berada pada posisi *negotiated* karena menganggap bahwa isi media yang diberikan media sosial YouTube tidak semuanya dapat diterima oleh mereka. Mereka menerima makna dominan yang ada, namun mempunyai alternatif pemaknaan yang lain. Sedangkan satu informan lain berada pada posisi *oppositional* karena menolak isi teks yang di berikan oleh media sosial YouTube. Informan memaknai bahwa Basuki Tjahaja Purnama tidak dengan sengaja melontarkan pernyataan tersebut sehingga tidak ada unsur penodaan di dalamnya.

Kata kunci : YouTube, Informasi, Basuki Tjahaja Purnama, Penodaan Agama, Analisis Resepsi

Pendahuluan

Latar Belakang

Pada 27 September 2016 lalu, Basuki Tjahaja Purnama terjerat sebuah kasus. Ia diduga melakukan penodaan terhadap kitab suci umat Islam. Peristiwa yang sempat menghebohkan publik di Indonesia ini terjadi ketika Basuki Tjahaja Purnama sedang melakukan kunjungan kerja di Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, untuk meninjau budidaya ikan Kerapu. Saat melakukan pidato Basuki Tjahaja Purnama mengatakan:

"Kan bisa saja dalam hati kecil Bapak Ibu, nggak pilih saya karena dibohongi (orang) pakai Surat Al Maidah 51 macam-macam itu. Itu hak Bapak Ibu. Kalau Bapak Ibu merasa nggak bisa pilih karena takut masuk neraka, dibodohin, begitu, oh nggak apa-apa, karena ini panggilan pribadi Bapak Ibu".

"Program ini (pemberian modal bagi budi daya kerapu) jalan saja. Jadi Bapak Ibu nggak usah merasa nggak enak karena nuraninya nggak bisa pilih Basuki Tjahaja Purnama,"
(<http://www.bbc.com/indonesia>, 2017)

Kasus dugaan penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama ini kemudian menjadi berita utama di berbagai media massa baik cetak, elektronik dan media *online*, maupun di setiap pelosok kehidupan masyarakat. Masyarakat muslim, ulama, kiyai, ustadz sangat tersinggung dengan ucapan Basuki Tjahaja Purnama yang menyinggung ayat suci tersebut. Mereka menuntut agar Basuki Tjahaja Purnama diperiksa dan dihukum atas perkataannya. Hingga pada akhirnya tanggal 16 November 2016, akhirnya Basuki Tjahaja Purnama ditetapkan sebagai tersangka kasus penodaan agama. Sidang perkara kasus tersebut kemudian

dilakukan dengan mendatangkan berbagai saksi baik dari jaksa maupun dari pihak Basuki Tjahaja Purnama.

Reaksi masyarakat terhadap Basuki Tjahaja Purnama dan kasus yang menimpa Basuki Tjahaja Purnama tidak lepas dari peran media massa. Media massa mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat dalam proses pembentukan opini dan sudut pandangnya. Media dapat membentuk opini publik dan citra pihak-pihak yang diberitakannya. Media dapat secara langsung memengaruhi pemikiran kebanyakan orang, mentransformasikan pandangan mereka tentang dunia sosial (Tamburaka, 2012: 14).

YouTube, merupakan bagian dari media massa bentuk baru (*new media*) yang banyak memberikan informasi mengenai kasus penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama. Sejak awal kemunculan kasus tersebut, *YouTube* menjadi salah satu situs yang banyak dikunjungi oleh masyarakat sebagai media untuk memberikan informasi terkait kasus penodaan agama tersebut. Sebagai bagian dari media baru, media sosial mempunyai karakteristik yang bersifat maya sehingga sering menghasilkan informasi yang *booming* baik di kalangan pengguna media sosial itu sendiri maupun khalayak luas.

Media sosial *YouTube* menjadi media yang dipilih oleh khalayak untuk melakukan kegiatan penyebaran informasi karena dianggap mampu menyebarkan informasi tersebut secara cepat dan tanpa batas waktu. Termasuk informasi mengenai kasus penodaan agama yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama dimana kasus ini banyak diangkat oleh para pengguna media sosial *YouTube* dan

diunggah dengan berbagai macam bentuk informasi sesuai dengan sudut pandang mereka.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pemaknaan khalayak terhadap informasi kasus penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama di media sosial *YouTube*.

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, dimana peneliti memulai dari pengamatan individu, mengamati pemaknaan individu tersebut mengenai dunia sekitarnya dan teori kemudian akan muncul sesuai situasi khusus tersebut. Aspek yang ditekankan dalam perspektif interpretif adalah subjektivisme atau keunggulan pengalaman individu.

Teori *Decoding-Encoding* Stuart Hall

Peran aktif audiens dalam memaknai teks juga dapat terlihat pada model *encoding-decoding* Stuart Hall, yaitu model yang menjelaskan bahwa sebuah pesan yang sama dapat dikirimkan atau diterjemahkan lebih dari satu cara. Model ini fokus pada ide bahwa audiens seringkali menginterpretasikan pesan media melalui cara-cara yang tidak dikehendaki oleh sumber pesan sehingga menimbulkan makna yang berbeda. Sebagai akibat dari munculnya makna yang berbeda ini, ideologi yang berlawanan akan muncul di masyarakat. Makna yang diinginkan suatu pesan dapat hilang atau tidak diterima oleh sekelompok audiensi tertentu karena mereka memberikan interpretasi dengan cara yang berbeda dengan

dipengaruhi media posisi, gender etnis, pekerjaan, pengalaman, keyakinan dan kemampuan mereka menerima pesan.

Pesan yang telah dikirimkan akan menimbulkan berbagai macam efek kepada audiens. Stuart Hall (dalam Morissan, 2014:550-551) mengidentifikasi tiga kategorisasi audiens yang telah mengalami proses *encode/decode* sebuah pesan : **Posisi Hegemoni Dominan** (*dominant hegemonic position*), yaitu posisi dimana media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak). **Posisi Negosiasi** (*negotiated position*), dimana khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya. **Posisi Oposisi** (*oppositional position*), terjadi ketika khalayak audiens yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif.

Analisis Resepsi

Analisis resepsi khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi sebuah teks media. Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada di dalam teks yang dikonsumsinya (Ida, 2014 :161)

Analisis resepsi mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter media dibaca oleh khalayak. Individu yang menganalisis media melalui kajian

analisis resepsi memfokuskan pada pengalaman dan pemirsaan khalayak (penonton/pembaca), serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut. Media bukanlah sebuah institusi yang memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikannya. Khalayak lah yang diposisikan sebagai pihak yang mempunyai kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang mereka ciptakan atas teks media tersebut

Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Roland Barthes merupakan salah satu ahli semiotika yang mengembangkan kajian semiotika yang sebelumnya punya warna kental strukturalisme kepada semiotika teks. Ia dikenal sebagai salah satu seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean.

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekadar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Namun pada dasarnya, ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya”, bahkan kadang kala dirancukan dengan referensi atau acuan. Sedangkan konotasi dalam kerangka Barthes identik dengan operasi ideologi, yang disebutnya sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai

dominan yang berlaku dan suatu periode tertentu (Budiman 2001:28 dalam Sobur 2006:71)

Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi serta menggunakan analisis semiotika sederhana dari Roland Barthes untuk menemukan makna dominan dari pesan yang disampaikan oleh media. Subjek penelitian adalah 6 informan berusia diatas 18 tahun memiliki latar belakang pendidikan, usia, dan pekerjaan yang berbeda. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *indepth interview* atau wawancara mendalam.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan beberapa informan dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. Makna dominan (*prefered reading*) dari teks video kasus penodaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama adalah Basuki Tjahaja Purnama bersalah telah menodai kitab suci umat Islam dan YouTube memberikan informasi kasus tersebut sesuai dengan pemberitaan yang ada. Semiotika Roland Barthes digunakan untuk menentukan *prefered reading* yang dilakukan melalui 2 tahapan yakni tahap denotasi dan konotasi.
2. Audiens yang berada dalam makna *dominant reading* akan melihat seorang Basuki Tjahaja Purnama sebagai seorang terpidana kasus penodaan agama. Tindakan yang dilakukan oleh Basuki Tjahaja Purnama

merupakan sebuah bentuk penghinaan terhadap kitab suci Al Qur'an yang sangat diyakini oleh umat Islam. Mereka percaya bahwa apa yang disampaikan oleh media sosial YouTube merupakan sumber berita yang terpercaya dan sudah sesuai dengan fakta yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam informan yang sudah melakukan analisis resepsi tiga diantaranya (informan 2, 3 dan 5) mendapat pengaruh dari *dominant reading*.

3. Audiens yang termasuk dalam posisi pemaknaan *negotiated reading* ini setuju dengan informasi tentang kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama yang menyatakan Basuki Tjahaja Purnama telah menodai kitab suci umat Islam, namun kurang setuju jika media sosial YouTube memberikan informasi secara berlebihan. Selain itu, audiens pada posisi ini juga menganggap adanya unsur politik serta keberpihakan di dalam kasus ini. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, informan 1 dan 6 berada pada posisi pemaknaan ini.
4. Audiens yang termasuk dalam tipe pemaknaan *Oppositional reading* ini menolak semua hal yang ditawarkan oleh teks media. Informan melakukan pemaknaan secara berlawanan dengan memandang bahwa didalam ucapan Basuki Tjahaja Purnama tidak ada unsur kesengajaan sehingga Basuki Tjahaja Purnama tidak bersalah. Informasi yang diberikan oleh media sosial YouTube di anggap terlalu berlebihan sehingga merugikan bagi Basuki Tjahaja Purnama yang memang sudah dinyatakan bersalah oleh pengadilan. Informan 4 cenderung masuk dalam posisi ini.

Saran

1. YouTube merupakan media sosial yang memberikan hiburan dan informasi dalam bentuk tayangan video yang diunggah sendiri oleh para penggunanya. Sehingga dalam menyampaikan informasi khususnya tentang sebuah peristiwa YouTube banyak menyajikan informasi yang terkesan berlebihan hingga tidak sesuai dengan fakta yang ada karna hanya berlandaskan pada sisi subjektif dan motivasi para pengunggahnya. Melihat masalah ini maka ada baiknya para pengguna situs YouTube agar melakukan *cross-check* atau pemeriksaan kembali atas informasi yang didapatkan di situs YouTube dengan cara membandingkan dengan situs lain ataupun media lain seperti surat kabar dan televisi sebagai sebuah pembanding atas keakuratan sebuah informasi.
2. Munculnya informasi kasus penodaan agama Basuki Tjahaja Purnama secara terus menerus menimbulkan prasangka negatif bagi masyarakat yang menyaksikan. Dari pihak figur yang terkait juga mendapat pengaruh menjadi buruk citranya dimata masyarakat. Dihimbau bagi seluruh pekerja media, khususnya para pengguna akun YouTube untuk lebih memperhatikan konten yang akan disajikan, sehingga informasi tersebut tidak merugikan banyak pihak.

Daftar Pustaka

Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Jensen, Klaus B., dan Nicholas W. Jankowski. (2002). *A Handbook: Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. New York: Routledge
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss.(2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Lister, M., et al., (ed.), (2009). *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*, New York: Routledge.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press
- Rahardjo, Turnomo, dan kawan.kawan (2012). *Literasi Media & Kearifan Lokal 'Konsep dan Aplikasi'*. Solo: Mata Padi Pressindo
- Rayner, Philip, Petter Wall, dan Stephen Kruger. (2004). *Media Studies: The Essential Resource*. London: Routledge
- Sobur, Alex.(2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: RajawaliPers.