

**RESEPSI POSISI KHALAYAK REMAJA TERHADAP ASPEK-
ASPEK GAYA HIDUP DALAM KONTEN VIDEO DI
YOUTUBE**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Siswa MAN 1 Yogyakarta terhadap *Vlog*
Awkarin)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Y O G Y A K A R T A

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

FAJRI ALFIANA MUHARROM

NIM. 12730046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fajri Alfiana Muharrom
NIM : 12730046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 3 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Fajri Alfiana Muharrom
NIM. 12730046

STATE ISLAMIC U
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Alfiana Muharrom
NIM : 12730046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**RESEPSI POSISI KHALAYAK REMAJA TERHADAP ASPEK-ASPEK
GAYA HIDUP DALAM KONTEN VIDEO YOUTUBE
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Siswa MAN 1 Yogyakarta terhadap Vlog
Awkarin)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Agustus 2017

Pembimbing

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP : 19600323 199103 1 002



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-276/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2017

Tugas Akhir dengan judul : RESEPSI POSISI KHALAYAK REMAJA TERHADAP ASPEK-ASPEK GAYA HIDUP DALAM KONTEN VIDEO DI YOUTUBE (Studi Deskriptif Kualitatif pada Siswa MAN 1 Yogyakarta terhadap Vlog Awkarin)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FAJRI ALFIANA MUHARROM
Nomor Induk Mahasiswa : 12730046
Telah diujikan pada : Jumat, 11 Agustus 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji I

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji II

Mochamad Mahfud, S.Sos. I. M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002

YOGYAKARTA



Yogyakarta, 11 Agustus 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

فاذا عزمفت توكل على الله

“Dan apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah”

(Q.S. : Ali Imran 159)

“Sedikit lebih beda, lebih baik. Daripada sedikit lebih baik”

Pandji Pragiwaksono

“Hidup takkan sia-sia bagai jatuhnya hujan yang membumi”

Fajri Alfiana Muharrom

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Almamater tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamiin, Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, rahmat dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat terus maju dan tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi akhir zaman, Nabi pembawa risalah, Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang dengan bendera Agama Islam.

Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah dibantu oleh berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk peneliti dan membimbing peneliti dengan sabar sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Rika Lusri Virga, S. IP., M. A selaku Dosen penguji I dan Bapak Moch. Mahfud, S. Sos., M. Si selaku Dosen Penguji II.
4. Bapak Rama Kertamukti, S. Sos., M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) kelas I Kom A 12, yang telah membimbing dan mendampingi peneliti dengan penuh sabar selama lebih dari 5 tahun ini

5. Para Dosen Program studi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dengan para mahasiswa komunikasi. Semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi peneliti dan mahasiswa yang lain.
6. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu peneliti dalam hal surat menyurat dan perizinan, khususnya Ibu Nur Fadilah yang telah banyak membantu peneliti dengan penuh kesabaran.
7. Seluruh elemen MAN 1 Yogyakarta, khususnya kepada Ibu Kurnia Hidayati yang sudah berkenan memberikan waktunya untuk mendampingi peneliti selama melakukan penelitian
8. Kedua Orangtua tercinta, ayahanda Asep Mulyana dan Ibunda Iis Siti Aisah yang tidak lelah memberikan semangat dan motivasi, serta memberikan kasih sayang yang tak terhingga kepada peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan umur panjang. Amiin
9. Kedua adik, (Almarhumah) Alma Fadila Rahma dan Zandan Rifat Anfasa yang selalu memberikan semangat dan inspirasi bagi peneliti.
10. Keluarga besar Ilmu Komunikasi angkatan 2012, khususnya IKOM A terima kasih banyak untuk kisah yang telah kita rajut bersama selama hampir 5 tahun ini. Semoga kita dipertemukan lagi dalam kesuksesan.
11. Suka-Suka IKom A, suhu Wahid, Danang, Cicu, Halim, Hasan, Akrom, Oky, Amel, Mutea, dll, atas waktu dan kebahagiaan yang diberikan kepada peneliti.

12. Tim Suksesor, suhu Wahid, Amel, Danang, yang sudah bersedia memberikan waktunya untuk mau diajak saling bertukar pikiran demi kelancaran penelitian ini.
13. Keluarga “*Al-nikmatiyah kerik-kerik*” Mas Gentong, Mak Windi, Mas Ahong, Mas Moncong, Mas Fafa atas pengalaman dan pelajaran hidup yang banyak peneliti dapatkan dari mereka selama di Jogja.
14. Himpunan Mahasiswa Islam, Khususnya Komisariat FISHUM UIN Sunan Kalijaga sebagai tempat peneliti berbagi ilmu dan pengalaman di luar kegiatan perkuliahan.
15. Para informan yang telah meluangkan waktunya untuk kelancaran penelitian ini, kepada Mas Hafied, Dek Hasna, Dek Dhea, Dek Amarylis, Dek Fina, Dek Lia. Sekali lagi peneliti mengucapkan terima kasih.

Semoga niat baik mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pihak yang lebih ahli akan sangat membantu untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 06 Agustus 2017
Peneliti

Fajri Alfiana Muharrom
NIM. 12730046

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Landasan Teori	13
F. Kerangka Berpikir	34
G. Metodologi Penelitian	35
BAB II GAMBARAN UMUM.....	41
A. Sejarah Perkembangan Youtube.....	41
B. Profil MAN 1 Yogyakarta	47
C. Profil Informan	54
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
A. Decoding Pesan	58
B. Posisi Khalayak	98

BAB IV PENUTUP	131
A. Kesimpulan.....	131
B. Saran	133
C. Kata Penutup	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Vlog</i> Awkarin	5
Gambar 2. Meet up fans Awkarin	6
Gambar 3. Pendiri YouTube	42
Gambar 4. Video yang diunggah/di-upload pertama oleh Jawed Karim	43
Gambar 5. Tampilan Beranda YouTube	44
Gambar 6. Tampilan KMUSIC Awkarin	45
Gambar 7. Tampilan KVLOG Awkarin	45
Gambar 8. Tampilan KMINICLIP Awkarin	46
Gambar 9. Tampilan KACROOT Awkarin	46
Gambar 10. Logo MAN 1 Yogyakarta	50
Gambar 11. Website MAN 1 Yogyakarta	52
Gambar 12. Akun Facebook MAN 1 Yogyakarta	52
Gambar 13. Akun Twitter MAN 1 Yogyakarta	53

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah siswa berdasarkan jenis kelamin 53



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berpikir	34
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide.

Lampiran 2. Dokumentasi

Lampiran 3. *Curriculum Vitae*



ABSTRACT

The popularity phenomenon Awkarin among adolescents to date is still the center of attention in social media. One of the social media used by Awkarin is YouTube. In the channel YouTube of Awkarin often upload vlog that are considered to represent her lifestyle.

Perceptions of one's acceptance of messages conveyed through media can vary from one to another. This can be influenced by several factors such as educational background, age and social environment conditions. So that each person has different opinions and views on something they are seen from the media. It is also experienced by teenagers especially MAN 1 Yogyakarta students. When viewing Awkarin's vlogs on Youtube. This research explains how adolescent receptions of Awkarin's lifestyle aspects are contained in her vlog. This research is to know how the reception of student MAN 1 Yogyakarta to aspects Awkarin lifestyle in the vlog impressions on Youtube.

This research uses descriptive qualitative method Data collected by using interview, observation, and documentation. To check the validity of data using source triangulation.

The results of this study indicate that adolescent acceptance of Awkarin's lifestyle aspects in her vlog tends to be negative. Adolescents argue that Awkarin's lifestyle implements a free and unlike adolescent lifestyle in general when viewed from his age. It can be seen from the activities, interests, and opinions shown in her blog contains things that are not in accordance with the norms and culture of society in general.

Keyword: YouTube, Reception, Lifestyle, Audience Reception, Audience Position

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lahirnya media sosial merupakan hasil dari adanya perkembangan teknologi komunikasi. Munculnya berbagai macam alat komunikasi saat ini menyebabkan beragam pola interaksi dalam berkomunikasi. Secara tidak langsung hal ini mendorong manusia menuju era digital, dimana komunikasi yang terjadi dapat dilakukan secara tidak langsung atau tatap muka. Media sosial merupakan salah satu alat dalam menunjang komunikasi tersebut.

Dewasa ini banyak masyarakat menggunakan media sosial dalam menunjang komunikasi sehari-hari. Salah satu faktor banyaknya masyarakat menggunakan media sosial adalah kemudahan akses yang ditawarkannya. Berbagai aspek kehidupan seperti sosial, budaya, dan ekonomi tidak luput terkena dampak dari hadirnya media sosial saat ini. Setiap media sosial memiliki karakteristiknya sendiri sehingga masyarakat dituntut untuk cerdas dalam memilih media sosial yang akan digunakan.

Hadirnya media sosial di tengah masyarakat secara tidak disadari berdampak kepada munculnya budaya populer atau tren baru. Selain sebagai alat komunikasi, media sosial saat ini banyak digunakan sebagai alat untuk mengekspresikan diri dengan cara kontemporer. Salah satu media sosial yang dapat menunjang kegiatan tersebut adalah YouTube.

YouTube adalah sebuah situs berbagi video dengan dapat diakses melalui laman YouTube.com. Situs ini memungkinkan pengguna internet untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. YouTube menyuguhkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip tv, dan video musik. YouTube merupakan bagian dari *platform* internet yang saat ini sedang banyak digunakan. Sebagai media dengan akses pengguna yang banyak, maka tidak dapat dipungkiri jika YouTube disebut sebagai media sosial yang efektif untuk mengekspresikan diri.

Adanya YouTube membawa dampak yang sangat besar terhadap perkembangan *blogging* dalam dunia internet. Salah satu tren yang saat ini sedang banyak diminati oleh kalangan remaja adalah *vlog*. *Vlog* merupakan singkatan dari video *blogging*. Menurut keterangan Urban Dictionary, *vlog* adalah sebuah video dokumentasi jurnalistik berada di dalam web yang berisi tentang kehidupan, pikiran, opini, dan ketertarikan. *Vlog* memiliki kemiripan dengan *blog*, yaitu berfungsi sebagai sebuah media *sharing* melalui internet. Perbedaannya adalah *vlog* merupakan dokumentasi dari kegiatan keseharian yang dituangkan melalui video, kemudian dipublikasikan melalui YouTube. Sebaliknya *blog* merupakan konten yang dibagikan dalam bentuk tulisan dan gambar melalui website atau *blogspot*.

Kemunculan *vlog* diawali pada tahun 2000, ketika itu seseorang bernama Adam Kontras membuat sebuah video berisi tentang perjalanan keluarganya yang kemudian diunggah pada situs *blog* nya. Pada tahun yang sama, arti *vlog* mulai terlihat lebih jelas ketika Adrian Miles memposting

sebuah video yang memakai kata “*vlog*” untuk mengacu pada konten video miliknya. Kemudian pada tahun 2004, *vlog* menjadi lebih populer diluar negeri ketika Steve Garfield mengunggah video *blognya* sekaligus memberikan pernyataan jika tahun itu merupakan tahun video *blogging*. Pada tahun berikutnya yaitu, 2005 *vlog* semakin populer dalam Youtube.

Di Indonesia sendiri istilah *vlog* mulai dikenal pada tahun 2012. Namun pada waktu itu perkembangannya belum terlalu signifikan, hal ini dikarenakan masih didominasi oleh *blog*. Baru kemudian memasuki tahun 2014 mulai bermunculan para *vlogger-vlogger* Indonesia yang mempunyai konten menarik dan *viral*. Puncaknya terjadi pada tahun 2015 sampai dengan sekarang. Hal ini menjadi tren baru yang sangat fenomenal di Indonesia.

Dikutip dari situs resmi liputan berita solopos.com yang menyatakan bahwa:

“Solopos.com, Jakarta 22/10/2015- Pertumbuhan jumlah *video* yang diunggah pengguna Youtube dari Indonesia paling besar dibandingkan negara lain di kawasan Asia Pasifik. Head of Marketing Google Indonesia, Veronica Utami, mengatakan dari hasil survei pertumbuhannya meningkat ratusan persen. Sebagaimana diberitakan Kantor Berita Antara, Selasa (20/10/2015), Veronica mengemukakan hasil dari survei Google, peningkatan Youtube Indonesia dari tahun ke tahun mencapai 600% berdasarkan data kuartal ketiga 2015 dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan itu lebih besar tiga kali lipat dari negara lain di Asia Pasifik.”

(Sumber: <http://www.solopos.com/2015/10/22/survei-google-pertumbuhan-video-youtube-indonesia-terbesar-di-asia-653911>, diakses pada 1 Desember 2016, pukul 21:20).

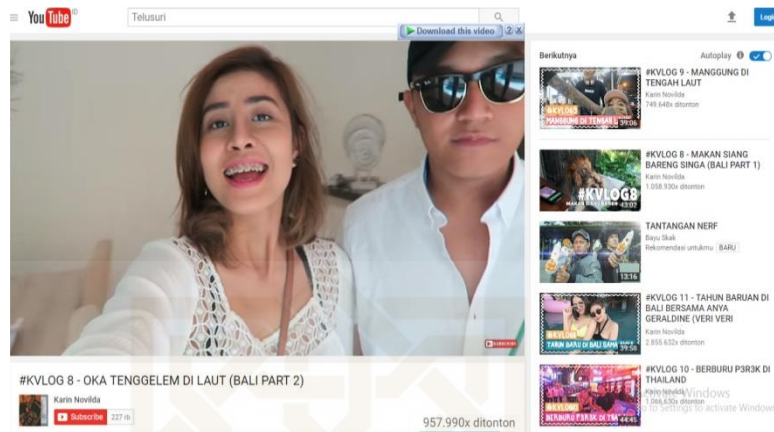
Tren ini tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Beberapa publik figur di Indonesia banyak yang memanfaatkan *vlog* sebagai media untuk mempublikasikan kegiatan kesehariannya. Beberapa publik figur yang aktif dalam membuat *vlog* diantaranya adalah: Raditya Dika, Prilly

Latuconsina, Vidi Aldiano, Kaesang Pangarep, dan Karin Novilda. Setiap *vlogger* mempunyai ciri khas masing-masing dalam konten video yang mereka buat.

Salah satu *vlogger* yang cukup fenomenal dan sempat mendapat sorotan publik ialah Karin Novilda atau lebih dikenal dengan sebutan Awkarin. Pada mulanya Awkarin terkenal melalui Instagram, lalu *booming* lagi dalam *vlog*-nya. Sosok Awkarin yang terkesan gaul dan *trendy* menjadi idola remaja kekinian. *Vlog* yang dibuat oleh Awkarin berisi tentang bagaimana gaya hidup sehari-harinya sebagai salah seorang *public figure* baru. Dalam konten *vlog*-nya ini Awkarin memperlihatkan aktivitas keseharian, ketertarikannya akan sesuatu hal, dan tidak jarang memberikan opini-opininya seputar lingkungan sekitarnya dan dirinya sendiri.

Gaya hidup yang tercermin dalam *vlog*-nya ini terkesan sangat berani. Ada beberapa aktivitas yang cenderung terkesan sebagai kenakalan remaja. Tidak jarang juga Awkarin menggunakan pakaian yang terbuka dan mempertontonkan auratnya. Hal ini menimbulkan banyaknya pro dan kontra dari berbagai pihak. Dari semua *vlog* Awkarin yang telah dipublikasikan ternyata banyak menimbulkan kekhawatiran pihak-pihak tertentu. Banyak pihak merasa *vlog* Awkarin akan memberikan dampak negatif jika di konsumsi oleh remaja saat ini.

Gambar 1. *Vlog* Awkarin



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6oTb-gdrPoE>, diakses pada 1 Desember 2016, pukul 22:20

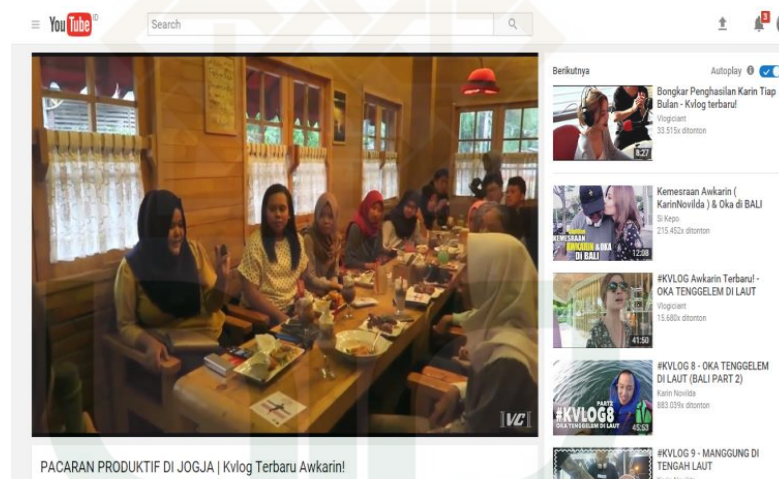
KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) menegur Awkarin dengan alasan telah melanggar Undang-Undang No 11 Tahun 2008. Pasal tersebut berkaitan tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-undang No 44 Tahun 2008 tentang Pornografi (ditambah tuntutan KPAI, hal yang dipermasalahkan dan sumbernya). Hal ini didasarkan atas banyaknya aduan dari orang tua remaja yang merasa cemas dengan adanya *vlog* dari Awkarin.

Adopsi budaya barat yang tercermin dari gaya hidup tersebut kemudian dipublikasikan ke YouTube. Hal ini menimbulkan kekhawatiran apabila video tersebut dikonsumsi oleh remaja yang sedang mengalami pubertas dan mencari jati diri. Karena YouTube merupakan ranah publik yang setiap orang dapat mengkonsumsinya dengan mudah. Kemajuan teknologi komunikasi yang semakin meningkat, ditambah lagi dengan banyak remaja yang sudah

dibekali *handphone* canggih oleh orang tuanya, sehingga mereka dengan mudah dapat mengakses segala sesuatu yang menjadi tren saat ini.

Peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini karena setelah peneliti melakukan pra-riset ditemukan banyaknya fans Awkarin yang masih remaja dan beragama islam. Hal ini dapat dilihat dalam salah satu *vlog* Awkarin ketika sedang mengadakan *meet and greet* di Yogyakarta.

Gambar 2. Meet up fans Awkarin



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6r8UPX52VqA&t=1737s>, diakses pada 1 Desember 2016, pukul 00.14

Kontradiksi terjadi antara ajaran agama islam yang dianut dengan apa yang dikonsumsi dan disukai. Peneliti berasumsi bahwa adanya faktor lain yang melatarbelakangi orang tersebut menyukai konten yang ada dalam *vlog* Awkarin. Dari alasan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana siswa-siswa sekolah yang memiliki latarbelakang sekolah agama (Islam) ketika melihat video dalam tayangan *vlog* Awkarin di YouTube. Dalam penelitian ini, peneliti memilih MAN 1 Yogyakarta, yang merupakan salah

satu sekolah berbasis keislaman ditingkat SMA yang ada di kota Yogyakarta, dengan demikian kurikulum keagamaan yang ada di MAN 1 Yogyakarta lebih banyak dibandingkan dengan sekolah umum.

Allah berfirman dalam surat Al-Ahqaf : 20 yang berbunyi:

وَيَوْمَ يُعْرَضُ الَّذِينَ كَفَرُوا عَلَى النَّارِ أَدَّهَبْتُمْ طَيِّبَاتِكُمْ فِي حَيَاتِكُمُ الدُّنْيَا
وَأَسْتَمْتَعْتُمْ بِهَا فَالْيَوْمَ تُجْزَوْنَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنْتُمْ تَسْتَكْبِرُونَ فِي الْأَرْضِ
بِغَيْرِ الْحَقِّ وَبِمَا كُنْتُمْ تَفْسُقُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya: Dan (ingatlah) hari (ketika) orang-orang kafir dihadapkan ke neraka (kepada mereka dikatakan): "Kamu telah menghabiskan rezkimu yang baik dalam kehidupan duniawimu (saja) dan kamu telah bersenang-senang dengannya; Maka pada hari ini kamu dibalasi dengan azab yang menghinakan karena kamu telah menyombongkan diri di muka bumi tanpa hak dan karena kamu telah fasik".

Dari ayat diatas kita sebagai umat muslim hendaknya mengambil pelajaran penting bahwa dalam hidup ini kita tidak boleh terlena oleh unsur duniawi. Terlebih lagi yang bersifat kesenangan duniawi karena semua itu hanyalah sesaat. Kecintaan terhadap kesenangan duniawi yang berlebihan akan membawa kita kepada kemurkaan-Nya kelak di akhirat.

Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut, maka peneliti tertarik mengangkat penelitian dengan judul **“Resepsi Posisi Khalayak Remaja Terhadap Aspek-Aspek Gaya Hidup Dalam Konten Video Di YouTube (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Siswa MAN 1 Yogyakarta Terhadap Vlog Awkarin)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana resepsi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam tayangan *vlognya* di YouTube?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui resepsi posisi khalayak dari siswa MAN 1 Yogyakarta terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam tayangan *vlognya* di YouTube.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

- 1) Bagi program studi ilmu komunikasi, membantu memberikan sumbangsih kepada ilmu pengetahuan terutama pada ranah komunikasi massa dan media baru, serta membantu memperkaya penelitian yang menggunakan metode analisis resepsi yang diterapkan pada media baru.

- 2) Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan juga dapat dijadikan acuan dalam penelitian sejenis atau lanjutan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana tentang analisis resepsi terkait dengan penerimaan gaya hidup dalam media sosial,

sekaligus menjadi penambahan wawasan bagi yang memiliki minat pada materi serupa. Selain itu manfaat lain dari penelitian ini adalah sebagai tambahan pengetahuan kepada masyarakat tentang analisis resepsi.

D. Telaah Pustaka

Seperti penelitian pada umumnya, dalam penelitian dengan judul “*Resepsi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup dalam konten video di YouTube*”, peneliti juga melakukan tinjauan pustaka atas hasil penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terkait dengan Analisis resepsi yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian yang kemudian peneliti jadikan sebagai tinjauan pustaka adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang berbentuk Skripsi dilakukan oleh saudara Nisa Sakina mahasiswa S1 Program Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia pada tahun 2012 dengan judul penelitian “*Pemaknaan khalayak golongan bawah pengguna Blackberry terhadap broadcast message (BM)*”. Dalam penelitian tersebut Nisa menjelaskan Pemaknaan dari khalayak golongan bawah yang menggunakan *Blackberry* terhadap *broadcast message*. Hasil dari penelitian itu diketahui bahwa latarbelakang pendidikan yang rendah mempengaruhi dalam menyikapi *broadcast message*. Mereka memastikan kebenaran dari *broadcast message* salah satunya dengan cara bertanya kepada orang lain. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis resepsi *encoding-decoding* dari Stuart Hall dan merupakan penelitian

kualitatif. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dimana objek penelitian tersebut adalah pemaknaan khalayak terhadap *broadcast message* sedangkan pada penelitian ini objek penelitiannya adalah resepsi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam konten *Vlognya* di YouTube. Perbedaan selanjutnya terletak pada subjek penelitian dimana pada penelitian tersebut subjek penelitiannya adalah pengguna *blackberry messenger* sedangkan pada penelitian ini subjek penelitiannya adalah siswa MAN 1 Yogyakarta.

Kedua, Penelitian dalam bentuk skripsi dilakukan oleh saudara Billy Susanti mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2014 dengan judul penelitian “*Analisis resepsi terhadap rasisme dalam film (studi analisis resepsi film 12 years a slave pada mahasiswa multi etnis)*”. Dalam penelitian tersebut Billy menjelaskan pemaknaan audiens terhadap rasisme yang terjadi di Amerika Serikat. Hasil dari penelitian itu diketahui seluruh informan berada pada posisi oposisi yaitu menolak adegan perbudakan dan kekerasan akibat rasisme diperlihatkan dalam film. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis resepsi dari Stuart Hall dan merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dimana dalam penelitian tersebut objek penelitian adalah resepsi terhadap film *12 Years A Slave* sedangkan penelitian ini adalah resepsi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam konten

vlognya di YouTube. Perbedaan selanjutnya terletak pada subjek yang diteliti dimana subjek penelitian tersebut adalah kelompok Mahasiswa Multi Etnis sedangkan pada penelitian ini adalah siswa MAN 1 Yogyakarta.

Ketiga, Penelitian dalam bentuk jurnal dilakukan oleh saudari Any Suryani mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang pada tahun 2013 dengan judul penelitian “*Analisis resepsi penonton atas popularitas instan video Youtube ‘keong racun’ Sinta dan Jojo*”. Dalam penelitian tersebut Any menjelaskan pemaknaan penonton terhadap isi tayangan *video* Youtube Sinta dan Jojo. Hasil dari penelitian itu diketahui Informan 1 menempati posisi *oppositional reading* dimana menyatakan ketidaktertarikannya atas popularitas instan video Keong Racun, Sinta dan Jojo. Informan 2 dan 3 sama-sama memaknai video tersebut sebagai hal yang cukup lucu, menarik, dan menghibur, namun tidak berlangsung lama. Keduanya sama-sama menerima *preffered reading* yang ditawarkan pembuat video namun dimodifikasi dengan masukan dan minat pribadi. Analisis resepsi keduanya menempati posisi sama yakni *negotiated reading*. Informan 4 menangkap pesan dan makna yang dibuat oleh pembuat video dan menyukainya, lebih lagi tertarik untuk membuat video yang sejenis karena efek yang dilihat cukup menjanjikan. Analisis resepsi pada informan 4 menempati posisi *dominant-hegemonic reading*. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan analisis resepsi dan merupakan penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam untuk pengumpulan datanya. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian dimana dalam penelitian

tersebut objek penelitiannya adalah resepsi popularitas instan video YouTube Keong racun, Sinta dan Jojo sedangkan penelitian ini adalah resepsi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam konten *vlognya* di YouTube. Perbedaan juga terletak pada subjek penelitian dimana subjek penelitian tersebut adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang sedangkan subjek penelitian ini adalah Siswa MAN 1 Yogyakarta.



E. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

a. Definisi Komunikasi Massa

Istilah “komunikasi massa” (*mass communication*) sendiri dicetuskan bersamaan dengan “media massa” (*mass media*) pada abad ke-20 untuk menggambarkan fenomena sosial baru (Mc. Quail, 2011: 4). Menurut Nasution dalam bukunya (2014:1.7) Komunikasi massa diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi atau pesan-pesan yang ditujukan kepada khalayak massa dengan karakteristik tertentu, sedangkan media massa merupakan salah satu komponen atau sarana yang memungkinkan berlangsungnya proses komunikasi massa. Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca, pendengar, penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka (Nurudin, 2007:2).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Ardianto, 2007:3). Bentuk dan isi materi dari media massa, yakni :

- 1) Media Cetak (Surat Kabar, Majalah)
- 2) Media Elektronik (Televisi, Radio)
- 3) *New Media* (Internet)

b. Ciri Komunikasi Massa

Menurut Nurudin dalam Pengantar Komunikasi Massa (2007:19-31) menyebutkan beberapa ciri-ciri dari komunikasi massa, yakni:

1) Komunikator melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antarberbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini lebih condong menyerupai sebuah sistem.

2) Komunikasi bersifat heterogen

Komunikator dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, penonton televisi beragam dilihat dari pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, dan memiliki agama yang beragam. Namun, mereka adalah komunikator televisi. Hal demikian juga berlaku untuk khalayak media massa yang lain.

3) Pesan bersifat umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural.

4) Komunikasi berlangsung satu arah

Pola komunikasi yang terjadi dalam komunikasi massa merupakan komunikasi satu arah. Artinya audiens atau khalayak sebagai komunikand tidak dapat memberikan feedback secara langsung.

5) Menimbulkan keserempakan

Dalam komunikasi massa terdapat keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak dalam arti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

6) Mengandalkan peralatan teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis.

7) Dikontrol oleh *gatekeeper*

Gatekeeper berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami.

c. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Karlinah, Lukiati, dan Betty (2014:5.3-5.8) yaitu :

1) Fungsi Memberikan Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak. Khalayak sebagai manusia sosial akan selalu merasa haus informasi tentang segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya.

2) Fungsi Memberikan Pendidikan atau Membimbing

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*) karena media massa banyak menyajikan hal-hal

yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai-nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3) Fungsi Menghibur

Pada kenyataannya, hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Media massa terutama televisi mendesain program-programnya untuk menghibur. Media massa elektronik terutama memberi hiburan untuk mendapatkan perhatian dari khalayak sebanyak mungkin sehingga mereka dapat menjual program ini kepada pengiklan.

4) Fungsi Mempengaruhi Khalayak

Fungsi mempengaruhi khalayak dari media massa sangat penting artinya sehingga media massa memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Napoleon Bonaparte pada masa jayaannya yang mengatakan bahwa ia lebih takut kepada 4 surat kabar dari pada 100 serdadu dengan sangkur terhunus (Effendy, 1993:94). Surat kabar yang ditakuti sudah pasti surat kabar yang *independent* (bebas), dalam arti bebas menyatakan pendapat, bebas melakukan kontrol sosial, bukan surat kabar organisasi pemerintah yang membawakan suara pemerintah.

5) Fungsi Proses Pengembangan Mental

Sebagaimana kita ketahui bahwa manusia di kehidupan sosialnya membutuhkan kegiatan komunikasi. Komunikasi mempunyai fungsi yang sangat mendasar dari interaksi antar manusia.

6) Fungsi Adaptasi Lingkungan

Adaptasi dengan lingkungan adalah penyesuaian diri kita ke dalam lingkungan, dimana kita berada. Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya, juga menyesuaikan diri untuk dapat bertahan. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Ketika seseorang menerima dan mengirimkan pesan maka proses pengiriman (komunikator) dengan komunikan sehingga menimbulkan kesamaan antara komunikator dengan komunikan.

7) Fungsi Manipulasi Lingkungan

Manipulasi di sini bukanlah diartikan sebagai sesuatu yang negatif, tetapi yang dimaksud dengan memanipulasi lingkungan, artinya berusaha untuk memengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling memengaruhi dunia dan orang-orang yang berada di sekitarnya.

2. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Chris Brogan dalam buku *Social Media 101* (2010:11) mendefinisikan media sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa. Media sosial menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter (Badri, 2011:132). Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

b. Jenis-jenis Media sosial

Menurut Mayfield yang di kutip oleh Muhammad Badri (2011:133) menyebutkan saat ini ada tujuh jenis media sosial, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. media sosial yang ada saat ini:

- 1) Jejaring sosial seperti *facebook, twitter, myspace* dan *bebo*

Situs ini memungkinkan orang untuk membuat halaman *web* pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten komunikasi.

2) *Blog*

Merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal *online* dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.

3) *Wikis* seperti *Wikipedia* dan ensiklopedia *online website*

Wikis memperoleh siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, bertindak sebagai sebuah dokumen atau database komunal.

4) *Podcasts*

Menyediakan *file-file audio* dan *video* dengan berlangganan melalui layanan seperti *Itunes* dari *Apple*.

5) Forum, area untuk diskusi *online*, seputar topik dan minat tertentu.

Forum sudah ada sebelum media sosial dan menjadi komunitas *online* yang kuat dan populer.

6) Komunitas konten seperti *flickr* (untuk berbagi foto), *delicio.us* (*link bookmarked*) dan YouTube (*video*).

Komunitas ini mengatur dan berbagi jenis konten tertentu.

7) *Microblogging*

Situs jejaring sosial dikombinasikan *blog*, dimana sejumlah kecil konten (*update*) didistribusikan secara *online* dan melalui jaringan *mobile phone*, *twitter* adalah pemimpin layanan ini.

Saat teknologi internet semakin maju maka media sosial akan ikut tumbuh dengan pesat. Kini setiap orang dapat mengakses YouTube dan lainnya dimana saja dengan mudah. Mudahnya orang mengakses media sosial dapat menyebabkan terjadinya fenomena terhadap arus informasi yang diterima.

3. Teori Resepsi

a. Definisi Resepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia resepsi adalah penerimaan. Resepsi berasal dari kata *Reception* dalam Bahasa Inggris yang artinya penerimaan atau penyambutan. Lahirnya teori resepsi sendiri dalam lingkungan komunikasi dimulai saat Stuart Hall pada tahun 1974 saat menjelaskan tentang “*Encoding and Decoding In The Television Discourse*”. Teori resepsi berfokus pada cara khalayak memberi makna terhadap isi pesan media. Teori resepsi berkaitan erat dengan *audience* atau khalayak (Littlejohn, 2009:828). Dalam melakukan riset teori resepsi menggunakan metode analisis resepsi. Analisis resepsi merupakan tipe penelitian yang fokus mengenai pemaknaan pesan dalam konteks media, kemudian digeneralisasikan dalam kehidupan sehari-hari. Ini berarti media merupakan suatu alat untuk memberikan informasi dan pemaknaan terhadap pesan yang mereka ingin sampaikan terhadap khalayak. Analisis resepsi ini sebagai kajian atas makna isi media berdasarkan persepsi khalayak, bagaimana

proses tersebut dilakukan oleh khalayak, bagaimana penggunaan media tersebut oleh khalayak, dan bagaimana peranan persepsi khalayak sebagai khalayak aktif dan dikaji menggunakan metode kualitatif mendalam berdasarkan isi media dan perilaku khalayak yang dijadikan informan (McQuail, 1987:).

Teori resepsi mulai diperkenalkan oleh Stuart Hall ketika menjelaskan proses decoding. Karenanya fokus dalam teori resepsi adalah penerimaan oleh khalayak melalui decoding atau pemaknaan pesan yang disampaikan oleh media sehingga lebih berfokus pada khalayak dan bukan kepada media itu sendiri. Menurut Baran (2008: 269-270) Stuart Hall menyatakan bahwa teori resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa yakni decoding yang berarti proses pemaknaan terhadap pesan media.

b. Decoding Pesan

Teori resepsi mengacu pada proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak yang mana ketika khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan isi media, khalayak melakukan kegiatan penerimaan melalui pemaknaan terhadap isi pesan yang disampaikan oleh media (McQuils, 2004:326). Seperti pernyataan Stuart Hall, bahwa “analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yang berarti pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media” (Baran, 2003:269-270).

Fokus dalam penelitian ini adalah proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak yakni bagaimana khalayak menerima isi teks media. Penerimaan tersebut tentunya dipengaruhi oleh bagaimana khalayak memaknai isi pesan yang dilakukan oleh media. Ketika khalayak menerima pesan dari pihak lain dan mencoba untuk memaknainya maka khalayak tersebut sedang melakukan *decoding*. Dalam proses *decoding* factor-faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan juga pengalaman dapat mempengaruhi khalayak saat memaknai pesan (Littlejohn, 2009:136). Proses *decoding* terhadap pesan meliputi 3 hal yakni persepsi, pemikiran, interpretasi (Morrison, 2010: 170):

1) Persepsi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Persepsi adalah tanggapan langsung akan sesuatu. Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh melalui panca indra manusia (Rakhmat, 2011:50)

2) Pemikiran

Pemikiran merupakan perbuatan individu dalam menimbang-nimbang, menguraikan, menghubungkan-hubungkan sampai akhirnya mengambil keputusan. Pemikiran merupakan hasil dari kegiatan individu dalam berpikir. Faktor personal yang mempengaruhi proses berfikir untuk mengambil suatu keputusan adalah motif (Rakhmat, 2011:69-70).

3) Interpretasi

Jika merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia Interpretasi adalah pemberian pendapat atau pandangan teoritis terhadap sesuatu. Interpretasi berhubungan erat dengan sejarah atau pengalaman masa lalu, karena interpretasi merupakan pemahaman seseorang akan bukti dan teori-teori yang dibentuk dari informasi yang sudah ada (Burton, 2012:12).

c. Posisi Khalayak

Stuart Hall melakukan kategorisasi dalam melakukan penerimaan. Menurut Stuart Hall dalam bukunya Morrison (2010:171) khalayak melakukan *decoding* terhadap pesan media melalui tiga posisi, yaitu:

1) *Dominant Reading*

“The media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading”. Ini adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat.

2) *Negotiated Reading*

Adalah dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan, namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu.

3) *Oppositional Reading*

Audiens menolak makna pesan atau kode yang disampaikan oleh media dan menggantikannya dengan cara berfikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan oleh media.

4. Gaya Hidup

a. Definisi Gaya Hidup

Gaya Hidup menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008) adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang menggunakan, menerapkan, dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya dan bagaimana cara orang tersebut hidup. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (*activity*), apa yang mereka anggap penting dan diminati dalam lingkungannya (*interest*), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (*opinion*). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen (Setiadi, 2003:80).

Gaya hidup yang berkembang di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat tertentu (Setiadi, 2003:85). Pola hidup tersebut ditunjukkan dalam minat maupun aktivitasnya (Sugihartati, 2010:43-44).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupannya dalam hal bagaimana menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu. Gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik kepribadian, yaitu perilaku seseorang. Sarwono (1989: 14) menyatakan bahwa, “salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah konsep diri”. Konsep diri sangat berpengaruh pada gaya hidup seseorang, seperti apa kita menggambarkan diri kita maka gaya hidup yang harus kita jalani adalah sesuai dengan gambaran kita tersebut, misalnya orang yang memiliki konsep diri sebagai artis maka gaya hidup yang dijalani biasanya cenderung mengikuti arus perkembangan jaman dari segi fashion, makanan, dan terkesan mewah atau orang yang memiliki konsep diri sebagai atlit maka gaya hidup sehat yang dijadikan prinsipnya.

Gaya Hidup dibentuk, diubah dikembangkan sebagai hasil dari interaksi antara disposisi habitus dengan batas serta berbagai kemungkinan realitas. Berdasarkan pengalaman yang dibandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan

penampilan mana yang menurutnya sesuai dan mana yang tidak sesuai ditampilkan dengan ruang sosial.

b. Bentuk-bentuk Gaya Hidup

Bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney (dalam Subandy, 1997:56) ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain: “industri gaya hidup, iklan gaya hidup, *public relations* dan *journalism* gaya hidup, gaya hidup mandiri, dan gaya hidup hedonis”.

1) Industri gaya hidup

Pada abad ini, penampilan diri mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh atau diri pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh, diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada” adalah ungkapan yang cocok untuk menggambarkan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2) Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat berkembang seperti Indonesia, berbagai perusahaan dan para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Didalam era globalisasi informasi saat ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra dan budaya cita rasa adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan mempresentasikan

gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil dimuka publik.

3) *Public Relations* dan *Journalisme* Gaya Hidup

Pemikiran masyarakat dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran. Generasi baru seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti seperti cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam pencarian identitas.

4) Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak

lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5) Gaya Hidup Hedonis

a) Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Secara bahasa Hedon berarti kesenangan (*pleasure*). Menurut Levan's & Linda (dalam Rianton, 2012) gaya hidup *hedonis* adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Hedonisme merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia.

Menurut Levan's & Linda (Rianton, 2012) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli

barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

b) Faktor- faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Kottler (dalam Rianton, 2012) menyatakan ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu faktor yang berasal dari diri individu (internal) dan dari luar individu (eksternal). Faktor internal meliputi: sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi.

(1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

(2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu

objek.

(3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

(4) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

(5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang

cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

(6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Faktor Eksternal menurut Kottler (dalam Nugraheni, 2003) meliputi: Kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

(1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok di mana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

(2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini

karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

(3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

(4) Kebudayaan.

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala

sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

c. Aspek-Aspek Gaya Hidup

Menurut Well dan Tiger (Engel, 1993) (dalam Rianton, 2012) aspek-aspek gaya hidup hedonis adalah:

1) Aktivitas

Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.

2) Minat

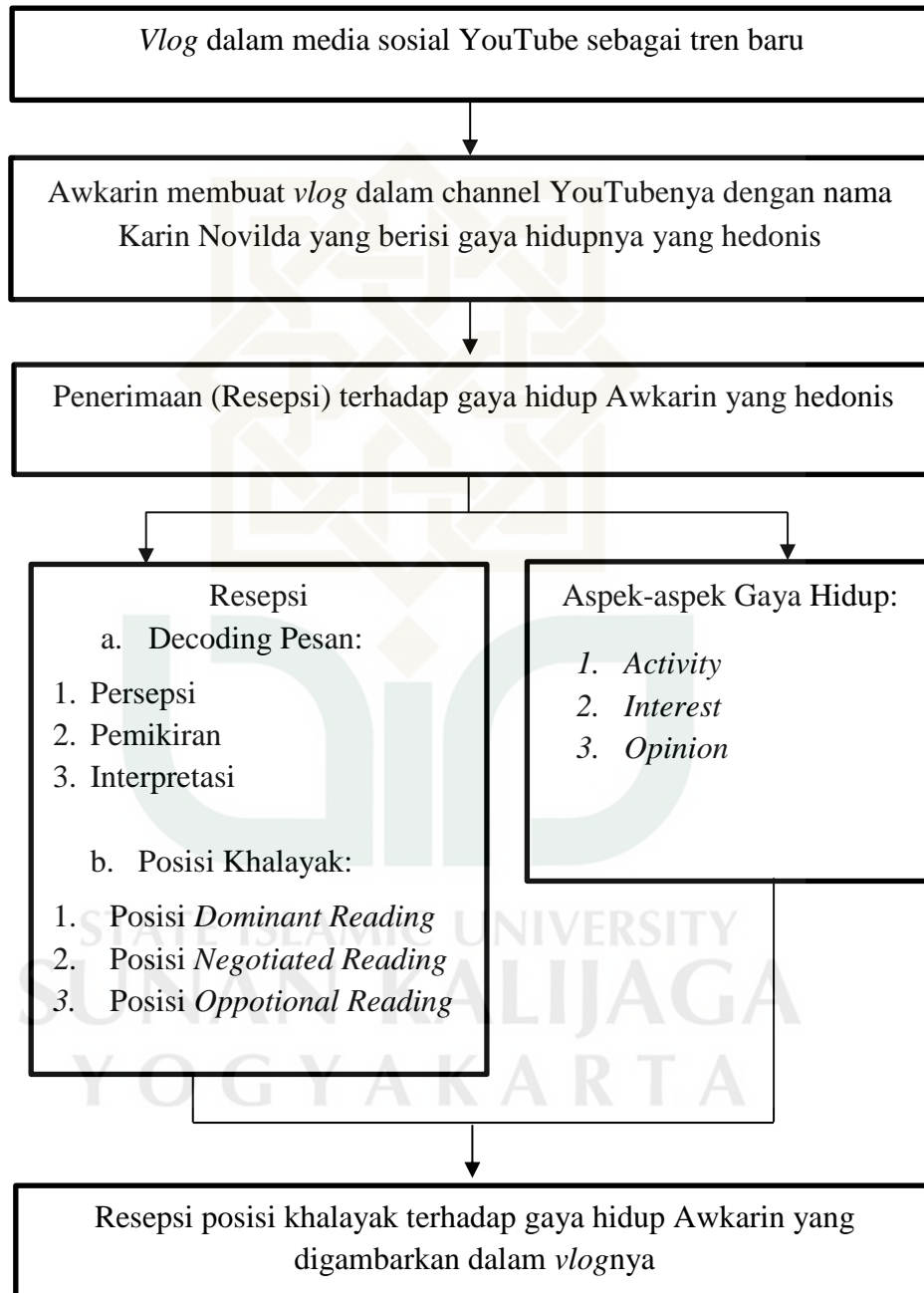
Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut dalam memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

3) Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

F. Kerangka Berpikir

Bagan 1. Kerangka Berpikir



(Sumber: Olahan Peneliti)

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia serta sosial mereka (Hidayat, 2003:3). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang menjelaskan fenomena secara sedalam-dalamnya dengan memaparkan situasi yang bersifat faktual dan menggambarkan fenomena tersebut (Kriyantono, 2009:56).

Penelitian ini juga menggunakan analisis resepsi yaitu analisis yang mendasarkan pada kesadaran atau cara subyek dalam menerima dan memahami obyek. Analisis resepsi dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut, dan konsekuensi sosial apakah yang muncul (Billy, 2014:8). Analisa dalam penelitian ini dijabarkan secara deskriptif yang berarti penelitian ini membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek. Penelitian ini mencoba untuk memaparkan realita yang terjadi dalam kehidupan sosial (Kriyantono, 2009:67-68). Dalam penelitian ini meneliti tentang bagaimana resepi posisi khalayak remaja terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam tayangan *vlognya* di YouTube.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya didalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal, atau orang. Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2007:154).

Subjek dalam penelitian ini adalah siswa MAN 1 Yogyakarta. Peneliti juga akan memberikan kriteria kepada subjek yang akan dijadikan sebagai informan sebagai berikut :

- 1) Aktif menggunakan media sosial; Penggunaan media sosial setiap hari
- 2) Aktif dalam mengakses YouTube; Penggunaan YouTube Minimal 5 Hari dalam Kurun Waktu 1 Minggu
- 3) Pernah menonton *Vlog* yang di unggah Awkarin dalam *channel* YouTubanya; Minimal 3 Video

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pemusatan pada kegiatan penelitian, atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi sasaran penelitian. Oleh sebab itu, objek penelitian ini

adalah resepsi posisi khalayak siswa terhadap aspek-aspek gaya hidup Awkarin dalam tayangan *vlog* di YouTube.

3. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang diperoleh di bagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui wawancara mendalam, sedangkan data sekunder penelitian ini melalui observasi dan studi pustaka. Berikut merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara Mendalam, merupakan teknik dalam penelitian kualitatif. Seorang responden atau kelompok responden mengkomunikasikan bahan-bahan dan mendorong untuk didiskusikan secara bebas. dengan wawancara mendalam kepada informan, peneliti dapat mengetahui alasan yang sebenarnya dari responden mengambil keputusan seperti itu (Ardianto, 2010:61).

Pedoman wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari informan yang nantinya dapat dikembangkan dengan memperhatikan situasi wawancara. Dalam hal ini informan diminta untuk menceritakan ulang mengenai teks yang sudah di konsumsinya. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada siswa MAN 1 Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi, merupakan kegiatan mengamati secara langsung untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan subjek. Keunggulan dari metode ini adalah dapat melihat secara langsung perilaku nonverbal dan verbal (Kriyantono, 2009:108). Observasi dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung perilaku yang terbentuk dari penerimaan pesan tayangan *vlog* awkarin di Youtube.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka, merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu teori yang mendasari masalah. Bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi pustaka. Selain itu seorang peneliti dapat memperoleh informasi tentang penelitian-penelitian sejenis yang ada kaitannya dengan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah melakukan proses pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Emzir, 2010:129).

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir pada proses pemilihan, pemfokusan,

penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis.

b. Penyajian Data (*display data*)

Miles dan Huberman (1994) (dalam Pawito, 2007:106) menerangkan bahwa *display data* yang melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data yakni menjalin (kelompok) data yang satu dengan (kelompok) data yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam suatu kesatuan.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan atau verifikasi kesimpulan merupakan bagian akhir dari analisis data yang telah diperoleh, yang kemudian disusun dan diuraikan secara sistematis

5. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini menggunakan decoding yang dapat dilihat melalui Persepsi, Pemikiran, dan Interpretasi. Kemudian aspek-aspek gaya hidup yang dapat dilihat melalui *Activity*, *Interest*, dan *Opinion*. Lalu setelah itu hasil yang didapatkan akan dikategorisasikan berdasarkan Resepsi posisi khalayak yakni *dominant reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*.

6. Metode Keabsahan Data

Dalam memastikan keabsahan dan validasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai sumber data. Data yang digunakan peneliti meliputi data yang didapat peneliti dari tempat penelitian dan data

yang didapat peneliti diluar tempat penelitian. Dalam penelitian ini, metode keabsahan yang peneliti gunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Ghony dan Almanshur, 2012:322). Sedangkan triangulasi sumber adalah teknik untuk membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang dapat melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton dalam Moleong, 2010:330).

Peneliti menguji data dari satu sumber dan kemudian dibandingkan dengan data dari sumber lain. Peneliti melakukan triangulasi sumber data dari wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendapat seorang praktisi di ranah YouTube yang aktif dalam membuat konten video di YouTube. Dia adalah Hafied Dharmawan seorang mahasiswa disalah satu Universitas di Yogyakarta. Dalam channel @HDZ YouTube miliknya dia aktif membuat karya video yang bergenre sktesa comedy.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa siswa MAN 1 Yogyakarta yang menjadi pononton *vlog* Awkarin telah melakukan resepsi terhadap aspek-aspek gaya hidup yang diperlihatkan Awkarin dalam video blognya. Resepsi dibagi menjadi dua yaitu pertama Decoding pesan yang didalamnya terdapat Persepsi, Pemikiran, dan Interpretasi. Kedua yaitu posisi khalayak yang didalamnya terdapat *dominant reading, negotiated reading, dan oppotional reading*.

Pada Resepsi meliputi, pertama **Persepsi** yaitu *vlog* Awkarin merupakan tayangan yang isinya tidak pantas untuk dilihat anak-anak. isi atau kontennya memuat tentang kegiatan jalan-jalan yang menghamburkan uang. Gaya berbicaranya Awkarin yang vulgar dan tidak bermutu. Cara berpakaianya yang terbuka dan memperlihatkan aurat. Disimpulkan bahwa Awkarin menerapkan gaya hidup bebas seperti orang barat. Kedua, **Pemikiran** yaitu memutuskan menonton *vlog* Awkarin karena sedang menjadi populer dan menjadi trending topik. Selain itu juga untuk menuruti rasa penasaran ingin melihat isi *vlog* Awkarin yang didalamnya memuat hal-hal yang tidak biasa yaitu remaja wanita yang merokok, suka berkata kotor dan keluar malam yang diidentikkan sebagai orang yang menerapkan gaya hidup bebas. Ketiga, **Interpretasi** bahwa *vlog* Awkarin ini tidak terlalu

bermanfaat dan orang yang menontonnya tidak punya keinginan untuk ikut membuat *vlog* seperti yang Awkarin lakukan.

Keempat, ***Dominant Reading*** yaitu apa yang ditampilkan dalam *vlog* Awkarin ini tidak sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Contohnya seperti Pulang malam, pergi malam, bicara kata-kata kotor, berpakaian yang terbuka, bergaul yang terlalu bebas. Semua itu tidak sesuai dengan nilai budaya yang dianut di Indonesia karena gaya hidup Awkarin lebih menerapkan gaya hidup seperti orang barat. Kelima, ***Negotiated Reading*** yaitu hal yang dapat diambil dari *vlog* Awkarin seperti cara dia berteman yang tidak membedakan orang. Selain itu juga cara bicaranya yang tertata ketika di depan kamera. Walaupun secara keseluruhan aktivitas yang dilakukan Awkarin tidak baik untuk ditiru karena ia lakukan tidak sesuai dengan usianya. Terakhir keenam, ***Oppotional Reading*** yaitu seharusnya isi *vlog* Awkarin ini menampilkan sesuatu yang lebih bermanfaat seperti tips dan ilmu yang ia punya serta sharing ide bisnis. Sharing pengalaman dalam bidang akademik sebagai seorang pelajar. Menampilkan sikap dan tutur kata yang baik dan sopan. Cara berpakaian yang pantas yang sesuai dengan usianya dan tidak melanggar norma kesusilaan.

Preffered Reading Informan berada pada Posisi Oppositional dimana mereka menolak apa yang disampaikan (Gaya Hidup) Awkarin dalam *vlognya* karena tidak sesuai dengan apa yang mereka yakini dan pahami. Namun ada dari beberapa informan yang berada pada posisi Negotiated reading dimana mereka tidak menerima gaya hidup yang di perlihatkan

Awkarin. Tetapi ada yg bisa mereka ambil dari tayangan vlognya seperti kepercayaan diri seorang Awkarin, Kemandirian, dan kepandaiannya dalam berbicara. Pada penelitian ini tidak ditemukan Dominant Reading karena antara pesan budaya terkait aspek – aspek gaya hidup Awkarin dengan mereka yang notabene siswi sekolah berbasis islam sangat bertolak belakang.

B. Saran

Sebagai orang yang masih menempuh jenjang pendidikan formal di sekolah, remaja saat ini hendaknya lebih bisa mengontrol diri. Jangan sampai apa yang sedang *trend* di masyarakat tidak serta merta secara mentah-mentah ditiru dan diikuti. Tetap memperhatikan adat dan norma yang berlaku di masyarakat agar selalu berada dalam etika dan budaya yang berlaku di Indonesia. Remaja sekarang harus bisa membentengi diri dari pengaruh dunia luar yang tidak baik. Gunakan media sosial secara cerdas, arif dan bijaksana dan manfaatkan untuk hal-hal yang positif saja.

Saran bagi pemerintah adalah untuk lebih memperhatikan generasi mudanya. Negara harus hadir dalam setiap perkembangan masyarakat. Jika dinilai ada hal yang dapat mempengaruhi dan merusak generasi bangsa maka pemerintah harus bisa bertindak sebagaimana mestinya.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa lebih mendalami lagi penelitian yang serupa atau yang sejenis dengan resepsi. Lebih bisa memperdalam data yang diambil dari lapangan serta diperkuat dengan hasil observasinya dan dokumentasi yang lebih lengkap lagi.

C. Kata Penutup

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayahNya Alhamdulillah penelitian ini bisa selesai. Dengan penuh rasa syukur pula, peneliti telah berusaha dengan sebaik-baiknya dan peneliti sadar bahwa penelitian ini masih ada kekurangan. Sehingga peneliti dengan senang hati menerima saran yang membangun agar kelak ketika dihadapkan lagi dengan sebuah penelitian ilmiah bisa menyelesaikannya dengan lebih baik lagi. Semoga hasil karya yang belum sempurna ini cukup bisa bermanfaat bagi perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin cepat perubahannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Almanshur, Fauzam dan Djunaidi Ghony. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz mMedia.
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Dr. Elvianaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekataman Media
- Badri, Muhammad. 2011. *Strategi Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana
- Baran, J. Stanley & Dennis, K. Davis. 2003. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*. Ontario: Wadsworth Thomson Learning
- Baran, Stanley J. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa: Media Melek & Budaya*. Jakarta: Erlangga.
- Baskoro, Adu, 2009. *Panduan Searching di Internet*. Jakarta: PT Trans Media.
- Burton Grame. 2012. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, Onong Uchajana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchajana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ghony, Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Ibrahim, Idi Subandy. 1997. *Ectasy Gaya Hidup: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kriyantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media Group.

- Karlinah, dkk. 2014. *Komunikasi Massa*. Tangerang: Universitas Terbuka
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, Zulkarimein. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1989. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali.
- Setiadi, J Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sugihartati, R. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme Kajian Tentang Reading For Pleasure dari Perspektif Cultural Studies*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- , 20011. *Teori Komunikasi Massa McQuils*. Jakarta: Salemba Humanika
- E-Book:**
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101: tactics and Tips to Develop Your business Online*. John Wiley & Sons.
- Dailey, Patrick R. (2009).”*Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Burlington, Linkage”.
- Littlejhon Stephen. W. [E-Book]. 2009. *Encyclopedia Of Communication On Theory*. USA: SAGE Publication.

Jurnal:

- Hidayat, Deddy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosisal Empirik Klasik*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Mayfield, Antony. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing.
- Gillmor, Dan. 2006. *We the Media. Grassroots Journalism by the People for the People*. USA: O'Reilly Media, Inc.,
- Rianton, R. 2012. *Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Kab. Dharmasraya di Yogyakarta*. Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta
- Suryani, Any. 2013. "Analisis Resepsi Penonton atas Popularitas Instan Video Youtube 'Keong Racun' Sinta dan Jojo. *The Messenger*. Vol. 5. No. 1 hlm.

Skripsi

- Arsyad, Poeti Fatima. 2008. "Pemaknaan terhadap Majalah Playboy Indonesia" Skripsi Universitas Indonesia
- Billy, Susanti. 2014. *Analisis Resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (Studi Analisis Resepsi Film 12 Years A Slave Pada Mahasiswa Multi Etnis)*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika. Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta
- Sakina, Nisa. 2012. *Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna Blackberry Terhadap Broadcast Message (BM)*. Skripsi. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik: Universitas Indonesia

Internet

<https://books.google.co.id/books?id=Omuf-cUDyA0C&pg=PA29&lpg=PA29&dq=an+online+journal+comprised+of+links+and+postings+in+reverse+chronological+order,+meaning+the+most+recent+posting+appears+at+the+top+of+page.&source=bl&ots=4AdoFFmVf3&sig=DbLHw9oJik73OWMp7ZDjCXaMHN0&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiAlfbHxJjQAhWItY8KHAlkCF0Q6AEIGjAA#v=onepage&q&f=false>

<http://www.widodogroho.com/2016/09/vlog-tren-baru-mencari-uangmelalui.html>,

<http://www.solopos.com/2015/10/22/survei-google-pertumbuhan-video-youtube-indonesia-terbesar-di-asia-653911>

Lampiran 1

INTERVIEW GUIDE

RESEPSI REMAJA TERHADAP ASPEK-ASPEK GAYA HIDUP DALAM KONTEN VIDEO DI YOUTUBE

(Studi Khalayak Pada Siswa MAN 1 Yogyakarta Terhadap Vlog Awkarin)

Umum

- Berapa kali anda menggunakan media sosial Youtube dalam satu minggu?
- Konten video apa yang anda lihat ketika menggunakan Youtube?
- Media apa yang anda gunakan untuk melihat Youtube?
- Apakah anda pernah melihat vlog dari Awkarin?

Resepsi

1. Decoding Pesan
 - a. Persepsi
 - 1) Bagaimana tanggapan langsung anda setelah menonton vlog Awkarin?
 - 2) Pengalaman apa yang anda dapatkan setelah menonton vlog Awkarin?
 - b. Pemikiran
 - 1) Apa yang membuat anda menonton vlog awkarin?
 - 2) Faktor apa yang membuat anda memutuskan untuk menonton vlog Awkarin?
 - c. Intepretasi
 - 1) Setelah menonton vlog Awkarin, apakah anda mencoba untuk membuat vlog juga? Kenapa?
 - 2) Menurut anda apakah yang ditampilkan oleh Awkarin dalam vlognya bermanfaat untuk anda pribadi?

2. Posisi Khalayak

a. Posisi Dominant Reading

- 1) Apakah yang disuguhkan / dipaparkan dalam vlog Awkarin sudah sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat? Jelaskan
- 2) Apakah anda menerima secara utuh pesan-pesan yang di sampaikan awkarin dalam vlognya?

b. Posisi Negotiated Reading

- 1) Hal-hal apa saja yang dapat anda ambil dari vlog Awkarin dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari?
- 2) Menurut pendapat anda pantaskah segala sesuatu yang ditampilkan Awkarin jika dikaitkan dengan kehidupan remaja saat ini?

c. Posisi Oppotional Reading

- 1) Menurut anda hal-hal apa saja yang sebaiknya ditampilkan oleh Awkarin sesuai dengan jenjang usianya?

Aspek-Aspek Gaya Hidup

1. Activity

- 1) Menurut anda bagaimana cara Awkarin menggunakan waktunya sehari-hari jika dilihat dari Vlognya?
- 2) Menurut anda apakah yang ditunjukkan Awkarin dalam vlognya juga ditunjukkan dalam kehidupan sehari-harinya?

2. Interest

- 1) Menurut anda kesenangan hidup seperti apa yang berusaha Awkarin tunjukkan dalam vlognya?
- 2) Jika dilihat dari vlognya, apakah anda menangkap minat Awkarin dalam bidang apa?

3. Opinion

- 1) Apakah dalam Vlognya anda melihat bagaimana Awkarin menyampaikan pendapat-pendapatnya terhadap sesuatu hal? Pandangan Awkarin dalam menyikapi sesuatu)

Lampiran 2

Dokumentasi

Gambar 1. Wawancara dengan para narasumber



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Gambar 3. Wawancara Dengan Narasumber Ahli



Sumber: Dokumentasi peneliti



Nama : Fajri Alfiana Muharrom
Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 22 Juni 1993
Agama : Islam
Tinggi/Berat Badan : 167/57
Kewarganegaraan : Indonesia
Golongan Darah : B
Status : Belum Menikah
Alamat : Jalan Sekar Kemuning Gg. Wanagati No. 75 RT 04/03
Karyamulya Kesambi Kota Cirebon
Contact Person : 0856-2229-418
Email : fajrialfiana8@gmail.com

2012 – 2017 : S1 Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2009 – 2012 : SMA Negeri 5 Cirebon
2006 – 2009 : SMP Itus Jalaksana Kuningan
2001 – 2006 : SD Negeri Karya Mulya I Cirebon
1999 – 2001 : TK Budi Mulya

- Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
- Public Relations Oriented (PRO)