

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PENONTON FILM *NGERI-NGERI*  
SEDAP MENGENAI HAMORAON, HAGABEON, HASANGAPON**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Alya Assyifa Sagala

NIM : 21107030039

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Alya Assyifa Sagala

Nomor Induk Mahasiswa : 21107030039

Program Studi : 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. Skripsi saya ini merupakan hasil karya dan atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan penuh kesadaran agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Yogyakarta, 12 Februari 2025

Yang menyatakan,

Alya Assyifa Sagala

NIM.21107030039

## NOTA DINAS PEMBIMBING



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 : Alya Assyifa Sagala  
NIM : 21107030039  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

### ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PENONTON FILM NGERI-NGERI SEDAP MENGENAI HAMORAON, HAGABEON, HASANGAPON

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 terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 19 Februari 2025

Pembimbing

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
NIP : 19730701 201101 1 002

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-378/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Resepsi Khalayak Penonton Film Ngeri-ngeri Sedap Mengenai Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALYA ASSYIFA SAGALA  
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030039  
Telah diujikan pada : Rabu, 12 Maret 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

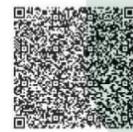
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 67dd068e46a9a



Pengaji I  
Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.  
SIGNED

Valid ID: 67dbaa0659090



Pengaji II  
Achmad Zuhri, M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 67dcfc783e12a



Yogyakarta, 12 Maret 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 67dd1191d4932b

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## MOTTO

**“Everything will work out in the end. You don’t need to know how. You just have to trust Allah, that it will”**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan  
kesanggupannya”**

**Q. S. Al-Baqarah : 286**



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini dipersembahkan kepada:**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam penuh rahmat, Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam yang telah membawa manusia dari kegelapan menuju zaman yang cerah. Atas segala rahmat dari Allah, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Penonton Film *Ngeri-ngeri Sedap* mengenai *hamoraon, hagabeon, hasangapon*”.

Peneliti menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan. Untuk itu, berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun akan sangat peneliti harapkan. Semoga hadirnya skripsi ini dapat memberi manfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari dukungan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya:

a. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan petunjuk, memampukan dan memudahkan peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas penelitian ini.

b. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S. P. Si., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

c. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S. Sos. I. M. Si. selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

- d. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S. Sos., M. Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti memberikan arahan akademik hingga saat ini.
- e. Bapak Fajar Iqbal, S. Sos., M. Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar membantu dan mengorbankan waktunya untuk peneliti, hingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
- f. Ibu Dr. Fatma Dian Pratiwi, S. Sos M. Si. selaku penguji satu serta Bapak Achmad Zuhri, M. I. Kom. selaku penguji dua yang membantu peneliti dalam menyempurnakan skripsi ini.
- g. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan.
- h. Ayah (Banjir Sagala) dan Mamak (Nur H. Tumangger) yang di usianya yang sudah tidak lagi muda masih semangat menyekolahkan peneliti hingga sarjana dan selalu memberikan dukungan secara materi, psikis, dan spiritual.
- i. Kakak Ayu Pratiwi Sagala yang mau memberikan mengorbankan banyak hal dan berbagai dukungan, terutama dukungan finansial.
- j. Kakak Nia Amelia Sagala dan Abang Rhendi Eka yang sedari awal selalu membantu dan mendukung setiap keputusan dan kebutuhan peneliti.

- k. Kakak Vivi E. Sagala, Kakak Sri A. Sagala dan Adik Husnul Syarifa Sagala yang setiap waktu mau mendengarkan keluhan dan memotivasi peneliti.
- l. Fatih, Ayra, Zayn dan Arshaka, keponakan peneliti yang selalu menghibur dan memberikan semangat peneliti menjadi tante yang baik dan kaya raya.
- m. Ikhla, Farhan, Rizky, Amonk, Bayu dan seluruh sahabat peneliti di rumah.
- n. Teman pertama peneliti di Yogyakarta, Reza Amelia, Yahya Ayyasy, Indah Nariyatur, Rizka Fahriza yang menemani peneliti melewati berbagai momen di Yogyakarta.
- o. Nurul Fadilah (Mba Zi) yang selalu rela menembus jarak Semarang – Jogja untuk menemui peneliti dan Mas Fahri yang mengantarkan Mba Zi.
- p. Bapak Setyono yang banyak membantu dan memberikan energi baik dalam menyelesaikan berbagai urusan administrasi perkuliahan.
- q. Amira Akilah Agsal, Fardli Aldrian dan seluruh anggota kelas Jungle A.
- r. Seluruh informan yang mau meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu peneliti memperoleh data penelitian.

s. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu,  
yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

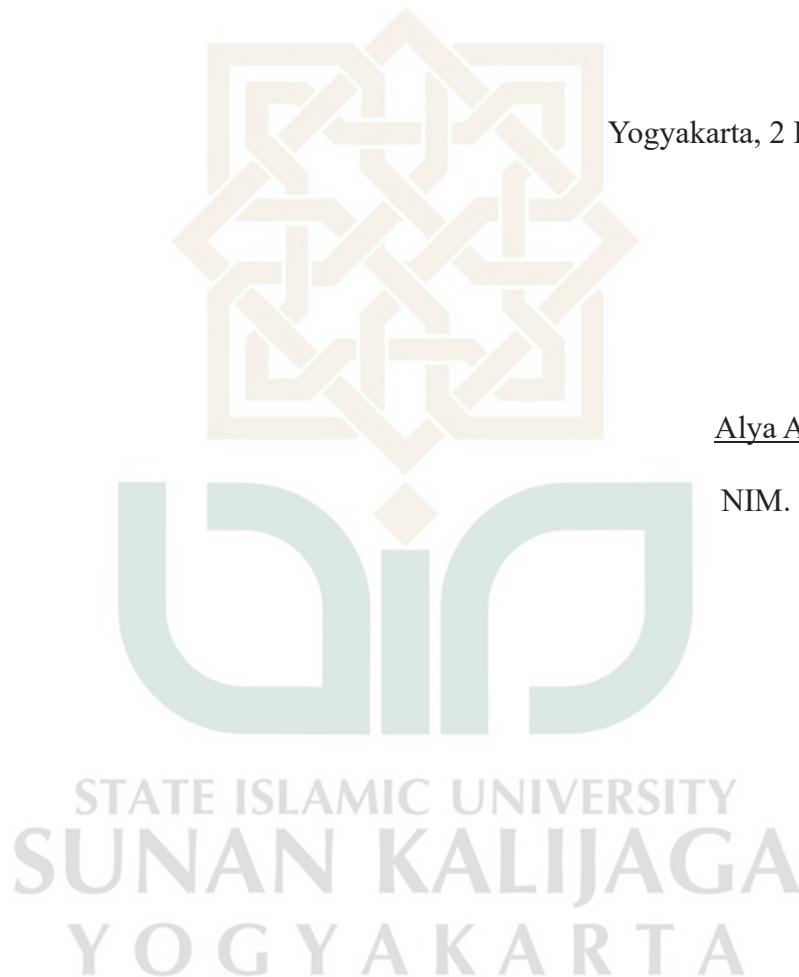
Peneliti sangat berterima kasih dan sangat bersyukur telah dibantu dalam  
menyukseskan skripsi ini. Semoga seluruh pihak selalu dikelilingi hal-hal baik dan  
diberikan balasan kebaikan oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Yogyakarta, 2 Februari 2025

Peneliti,

Alya Assyifa Sagala

NIM. 21107030039



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMPAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	10
C. TUJUAN.....	10
D. MANFAAT .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis .....	11
E. TELAAH PUSTAKA .....	11
F. LANDASAN TEORI.....	18
1. Konstruksi Media Atas Realitas .....	18
2. Resepsi Khalayak.....	22
3. Budaya Batak .....	24
G. KERANGKA PEMIKIRAN .....	29
H. METODE PENELITIAN .....	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Subjek Penelitian.....	30
3. Objek Penelitian.....	32
4. Metode Pengumpulan Data.....	32
5. Teknik Analisis Data .....	34

6. Keabsahan Data.....	35
BAB II.....	37
GAMBARAN UMUM .....	37
A. GAMBARAN UMUM FILM <i>NGERI-NGERI SEDAP</i> .....	37
B. SINOPSIS FILM NGERI-NGERI SEDAP .....	38
C. PEMERAN DALAM FILM <i>NGERI-NGERI SEDAP</i> .....	40
1. Arswendy Beningswara Nasution (Pak Domu) .....	40
2. Tika Panggabean (Mak Domu).....	41
3. Boris Bokir (Domu) .....	42
4. Gita Bhebita (Sarma) .....	43
5. Lolox (Gabe).....	43
6. Indra Jegel (Sahat) .....	44
7. Pemeran Lainnya .....	44
D. TIM PRODUKSI DAN CREW FILM <i>NGERI-NGERI SEDAP</i> .....	45
E. <i>HAMORAON, HAGABEON, HASANGAPON</i> .....	49
1. Hamoraon.....	50
2. Hagabeon.....	51
3. Hasangapon .....	52
BAB III .....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. PROFIL INFORMAN .....	56
B. Hasil dan Pembahasan .....	58
1. Kesan, Motivasi, dan Pengalaman Menonton Film <i>Ngeri-negeri Sedap</i> .....	58
2. Resepsi Nilai Budaya dalam Film.....	67
3. Resepsi Nilai Budaya Hamoraon .....	75
4. Resepsi Nilai Budaya <i>Hagabeon</i> .....	82
5. Resepsi Nilai Budaya Hasangapon .....	88
6. Proses Decoding.....	93
BAB IV .....	112
PENUTUP .....	112
A. <u>KESIMPULAN</u> .....	112

B. SARAN.....	114
DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN .....	124
A. INTERVIEW GUIDE .....	124
B. INTERVIEW GUIDE TRIANGULASI AHLI .....	126
C. DOKUMENTASI PENELITIAN .....	127



## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Tweet Bene .....	4
Gambar. 2 Respon Utas.....	5
Gambar. 3 Respon Utas.....	6
Gambar. 4 Sampul Film Ngeri-ngeri Sedap.....	37
Gambar. 5 Profil Beningswara N.....	40
Gambar. 6 Profil Tika Panggabean.....	41
Gambar. 7 Profil Boris Bokir .....	42
Gambar. 8 Profil Gita Bhebita.....	43
Gambar. 9 Profil Lolox .....	43
Gambar. 10 Profil Indra Jegel .....	44
Gambar. 11 Rumah Sahat di Jogja .....	96
Gambar. 12 Rumah <i>Oppung</i> .....	97
Gambar. 13 Rumah Sahat di Bandung .....	97
Gambar. 14 Rumah Pak Domu.....	97
Gambar. 15 Rumah Ibu Mak Domu.....	98



## **DAFTAR TABEL**

Tabel. 1 Kajian Pustaka.....	14
Tabel. 2 Daftar Tim Produksi dan Crew Film Ngeri-ngeri Sedap.....	45



## ABSTRACT

As a product of symbolic reality, film shapes viewers perceptions, with individual interpretations varying based on personal backgrounds. *Ngeri-ngeri Sedap* exemplifies this by portraying the Batak worldview and life goals namely *hamoraon* (wealth), *hagabeon* (descendants), and *hasangapon* (honor), within the context of cultural disruption. Specifically, the film explores intergenerational conflicts between parents and children in Batak families, highlighting the tensions arising from evolving cultural dynamics. This study aimed to determine how viewers of *Ngeri-ngeri Sedap* interpret the film's portrayal of these Batak cultural values. Employing a descriptive qualitative approach and Stuart Hall's decoding theory, in-depth interviews were conducted with five informants selected through purposive sampling. Findings revealed that three informants held a dominant hegemonic position, aligning their interpretations with the film's messages. Conversely, the other two informants occupied a negotiated position, exhibiting discrepancies between their views and the film's content. Specifically, Meyta disagreed with the portrayal of female children's positions, while Jessica critiqued the perceived excessive emphasis on parental expectations and the rigid depiction of cultural customs.

*Keywords : Ngeri-ngeri Sedap, Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon, Decoding*

*Theory (Stuart Hall)*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Film atau lakon (cerita) gambar hidup merupakan salah satu media komunikasi massa yang seiring dengan berjalananya waktu dan berkembangnya teknologi, kini dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Pemerintah Republik Indonesia membuat peraturan yang membahas lebih lanjut mengenai perfilman dalam Undang-undang Negara Republik Indonesia. Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman Pasal 1 menjelaskan bahwa film adalah suatu karya seni budaya yang merupakan bagian dari sistem tingkah laku sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan aturan atau kaidah pembuatan film dengan atau tanpa adanya suara dan dapat dipertunjukkan.

Kehadiran film sebagai salah satu media komunikasi massa tentu akan menghasilkan efek atau pengaruh yang berbeda. Efek atau pengaruh ini muncul karena pada dasarnya, setiap bentuk atau kegiatan komunikasi memiliki tujuan untuk memunculkan efek atau pengaruh tertentu, meskipun dalam praktiknya, efek atau pengaruh tersebut tidak selalu sesuai dengan apa yang diharapkan (Wazis, 2022). Perbedaan pada efek atau pengaruh terjadi karena adanya perbedaan kemampuan individu dalam menafsirkan atau memaknai pesan yang dimuat dalam proses

komunikasi. Hal ini terjadi karena pemaknaan bergantung pada stimulan atau rangsangan yang akhirnya akan memunculkan persepsi (Milyane dkk., 2022). Pemaknaan yang serupa akan muncul jika dalam proses komunikasi, komunikatornya dapat menyampaikan pesan dengan baik. Selain itu, kesamaan makna akan terbentuk karena adanya kesamaan pengalaman atau kesamaan struktur kognitif (Milyane dkk., 2022).

Peranan paling penting dalam sebuah film adalah menyampaikan informasi, pesan atau wawasan yang belum diketahui oleh khalayak atau masyarakat (Laurent dkk., 2023). Peran ini biasanya disalurkan melalui pengemasan adegan-adegan dalam film berdasarkan pengalaman, isu-isu yang ada di tengah masyarakat, budaya atau berdasarkan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat terhubung dengan masyarakat dan membentuk persamaan dalam memaknai pesan-pesan yang dikemas dalam film. Salah satu film yang dikemas berdasarkan budaya dan isu-isu yang ada di tengah masyarakat adalah film *Ngeri-ngeri Sedap*.

Film *Ngeri-ngeri Sedap* adalah film berdurasi 114 menit yang mengambil latar keluarga dari suku Batak. Film ini mengadopsi nilai-nilai budaya yang menjadi pandangan hidup dan tujuan hidup suku Batak, yakni *hamoraon* (kekayaan) yang termasuk didalamnya anak keturunan, *hagabeon* (keturunan) dan *hasangapon* (kehormatan)(Simanjuntak, 2009). Selain nilai budaya tersebut, film *Ngeri-ngeri Sedap* juga mengadopsi dan menampilkan sistem sosial masyarakat suku Batak yang dikenal dengan istilah *Dalihan Na Tolu*, yang memiliki arti “Tungku yang memiliki tiga

kaki”(Simanjuntak, 2015). *Dalihan Na Tolu* merupakan sistem sosial suku Batak yang berlandaskan pada hubungan kekerabatan (marga), terdiri dari tiga posisi yang diikuti dengan tiga sikap masyarakat, yakni *Somba* (hormat) *Marhula-hula* (kepada mertua/pihak laki-laki dari keluarga istri), *Elek* (membujuk atau lemah lembut) *Marboru* (kepada pihak Perempuan) dan *Manat* (hati-hati) *Mardongan Tubu* (saudara dari pihak ayah atau saudara dengan marga yang sama) (J. F. Sihombing & Silooy, 2023).

Nilai *hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon* serta budaya Batak lainnya, dalam film *Ngeri-ngeri Sedap* dikemas dalam suatu fenomena suku Batak masa kini. Simanjuntak dalam bukunya menyebutkan bahwa dalam suku Batak masa kini, terdapat suatu fenomena yakni adanya pertentangan yang terjadi antara budaya yang ideal (yang diterima dan dilaksanakan oleh suku Batak terdahulu) dengan budaya yang terjadi secara nyata saat ini (Simanjuntak, 2009). Hal ini dalam film *Ngeri-ngeri Sedap* digambarkan melalui konflik antar generasi, yaitu konflik antara Pak Domu yang merupakan bagian dari generasi tua dan masih kental menjalankan nilai serta budaya Batak, dengan tiga anak laki-lakinya yang merupakan bagian dari generasi muda yang lebih santai dalam menanggapi dan menjalankan budaya Batak karena mengikuti perkembangan zaman.

Nilai-nilai budaya Batak dalam film *Ngeri-ngeri Sedap* merupakan salah satu gambaran dari produk realitas simbolik yang membentuk persepsi masyarakat melalui media film. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Berger dan Luckman yang menganggap bahwa media adalah

penghasil realitas (Berger & Luckmann, 1966). Hal ini sejalan dengan tujuan awal Bene Dion Rajagukguk yang merupakan penulis film *Ngeri-ngeri Sedap* dalam membuat film *Ngeri-ngeri Sedap*, yakni untuk mematahkan stereotip mengenai suku Batak yang selama ini telah terbentuk dan diyakini oleh masyarakat dan Bene ingin memperkenalkan dan menonjolkan budaya Batak yang selama ini jarang terlihat.

Tujuan pembuatan film *Ngeri-ngeri Sedap* dicapai oleh Bene Dion Rajagukguk dengan langkah awal berangkat dari pengumpulan data melalui riset sederhana yang dilakukan melalui akun pribadi miliknya dengan nama pengguna @bene\_dion pada media sosial X.

Gambar. 1 Tweet Bene



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Sumber: Media sosial X

Gambar 1 diatas merupakan utas yang dipublikasikan oleh Bene Dion sebagai bahan riset untuk film *Ngeri-ngeri Sedap*. Utas ini kemudian mendapatkan respon yang beragam. Banyak diantara respon-respon tersebut, yang menunjukkan keresahan dan pengalaman pribadi

penulisnya, yang menggambarkan pelaksanaan budaya Batak pada suku Batak saat ini.

Gambar. 2 Respon Utas

1



Sumber: Media sosial X

Gambar 2 diatas merupakan salah satu respon dari utas milik Bene Dion Rajagukguk. Dari gambar 2 di atas dapat diketahui pengguna media sosial X yang memberikan respon lewat akun dengan nama pengguna @amsalfoje. Respon oleh pengguna media sosial X tersebut adalah salah satu contoh dari adanya fenomena pertentangan budaya Batak yang diterima dan dilaksanakan oleh suku Batak terdahulu dengan budaya Batak yang terjadi secara nyata saat ini. Hal ini disebabkan oleh penggunaan kata “Dalle” dalam respon tersebut. Kata “Dalle” adalah salah satu kata yang popular digunakan didaerah sekitaran Toba atau daerah persebaran Sumatera, yang biasanya digunakan sebagai sebutan bahkan sindiran halus untuk orang yang bersuku Batak, namun tidak mengetahui adat budaya atau sistem kekerabatan (pertuturan) dalam suku Batak (Simandalahi, 2016).

### Gambar. 3 Respon Utas

Sumber: Media sosial X

Gambar 3 diatas merupakan contoh lainnya dari fenomena pertentangan budaya yang diterima dan dilaksanakan oleh suku Batak terdahulu dengan budaya Batak yang terjadi secara nyata saat ini. Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa pengguna dengan nama @hayylent dalam utas Bene Dion Rajagukguk mengaku resah dengan beberapa kebiasaan atau budaya batak yang sejak dulu hingga saat ini masih dijalankan. Respon pengguna media sosial X dengan nama pengguna @hayylent di atas merupakan contoh adanya nilai budaya batak yang menggambarkan *hasangapon* (kehormatan) yang ditunjukkan dari segi nilai budaya *hamoraon* (kekayaan). Yang dimaksud *hamoraon* (kekayaan) dalam hal ini adalah penggunaan sasak atau gaya rambut yang tinggi, kebaya penuh payet dan aksesoris berupa emas. Penggunaan ketiga hal ini dianggap sebagai sesuatu yang menunjukkan Tingkat *hamoraon* (kekayaan) seseorang, sehingga tidak semua orang dapat

menunjukkannya. Karena itulah, jika seseorang mampu menunjukkan sisi *hamoraon* (kekayaannya), maka dia dianggap telah menunjukkan *hasangaponnya* (kehormatannya).

Namun, bagian yang perlu disoroti dari respon pengguna akun @hayylent pada gambar 3 diatas adalah adanya penggunaan kata “ku resah”, yang menunjukkan adanya rasa tidak nyaman, tidak setuju, atau penolakan akan kebudayaan yang telah lama berkembang ditengah masyarakat suku Batak. Gambar 2 dan gambar 3 merupakan dua dari banyaknya respon yang menunjukkan munculnya keresahan-keresahan yang dialami oleh masyarakat suku Batak saat ini, dalam menjalankan budaya Batak dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, yang memunculkan fenomena berupa ketidaksamaan penerimaan dan pelaksanaan budaya Batak oleh generasi terdahulu dengan generasi bersuku Batak saat ini.

Perkembangan teknologi dan keterbukaan informasi menghasilkan perkembangan pikiran dan hadirnya nilai-nilai baru dalam kehidupan manusia. Hal ini melahirkan fenomena-fenomena baru, salah satunya fenomena pertentangan budaya Batak oleh generasi terdahulu dengan budaya Batak yang terjadi secara nyata saat ini, yang banyak diantaranya berkaitan dengan hubungan kekerabatan terutama antara seorang anak dengan orang tua. Peran atau tingkah laku yang diharapkan dari anak oleh orang tua dalam suku Batak kental dengan adat budaya Batak, untuk mencapai *hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon*. Hal ini mempengaruhi

hubungan antara orang tua dengan anaknya, yang tidak jarang diantaranya memunculkan konflik (Siallagan dkk., 2023). Hal ini tentu saja telah dibahas dalam ajaran Islam, sebab dalam Al-Qur'an maupun hadits dapat dilihat bagaimana ajaran Islam telah mengatur hubungan antara orang tua dan anak. Penjelasan mengenai hubungan antara orang tua dan anak salah satunya dapat kita lihat dalam Al-Qur'an surat Al- Isra ayat 23 sebagai berikut.

وَقَضَى رَبُّكَ أَلَا تَعْدِنُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْأَوْلَادِنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبْلُغُنَّ عِنْدَكُمُ الْكُبُرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَّاهُمَا فَلَا تُنْقِلْ لَهُمَا أَفْتِ وَلَا تَتَهَرَّ هُمَا وَقُلْ لَهُمَا قُوْلًا كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (Q. S. Al- Isra : 23)

Kementerian Agama Republik Indonesia menjelaskan tafsir dari Q. S. Isra : 23 yakni Allah memerintahkan manusia untuk tidak menyembah selain Allah dan untuk berbuat baik kepada orang tua. Dalam ayat ini, perintah untuk berbakti kepada orang tua disebut sesudah adanya perintah beribadah kepada Allah, agar manusia dapat memahami pentingnya berbuat mulia atau baik kepada kedua orang tua dan agar manusia bersyukur atas kebaikan orang tua. Ayat ini juga menjelaskan nilai kehidupan atau dasar budi kehidupan seorang muslim, kepada orang tuanya, yakni tidak boleh berkata kasar, tidak boleh menghardik serta membentak, mengucapkan perkataan yang mulia, berperilaku tawadhu

(seperti rendah hati dan santun) dan mendoakan orang tua yang masih hidup atau yang sudah meninggal dunia.

Sebagai film yang memuat pesan dan nilai-nilai budaya, film *Ngeri-negeri Sedap* telah berhasil memperoleh lebih dari 2,5 juta penonton pada tahun 2022. Bahkan, dilansir dari laman Kompas.tv, pada tahun 2023 film *Ngeri-negeri Sedap* menjadi perwakilan Indonesia kategori *Best International Feature Film* dalam Piala Oscar.

Sebagai film yang mengadopsi nilai budaya *hamoraon, hagabeon dan hasangapon* (yang merupakan nilai budaya yang menjadi pandangan utama dan tujuan hidup suku Batak), jumlah penonton yang tinggi dan keikutsertaan film *Ngeri-negeri Sedap* dalam mewakili Indonesia pada ajang Piala Oscar, kemudian menjadikan film *Ngeri-negeri Sedap* tertarik untuk diteliti.

Peneliti juga tertarik untuk meneliti resensi khalayak penonton film *Ngeri-negeri Sedap* karena berangkat dari keresahan pribadi peneliti, yang juga berasal dari masyarakat suku Batak, dan didorong dengan adanya data-data penelitian berupa hasil riset sederhana yang dilakukan oleh Bene Dion Rajagukguk yang merupakan penulis film *Ngeri-negeri Sedap* melalui sebuah utas pada media sosial X. Yang mana melalui utas tersebut, dapat diketahui bahwa keresahan peneliti terkait nilai budaya Batak saat ini, juga dirasakan oleh orang lain, yang kemudian ditampilkan dalam film *Ngeri-negeri Sedap*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti melakukan analisis yang berjudul “**Analisis Resepsi Khalayak Penonton Film Ngeri-ngeri Sedap mengenai Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon**”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana khalayak penonton film *Ngeri-ngeri Sedap* meresepsi nilai *hamoraon, hagabeon, hasangapon* yang disajikan dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*? ”

## **C. TUJUAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana posisi khalayak penonton film *Ngeri-ngeri Sedap* dalam menerima dan memaknai nilai budaya *hamoraon, hagabeon, hasangapon* dalam yang ditampilkan dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*.

## **D. MANFAAT**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dalam bidang kajian ilmu komunikasi, khususnya bidang komunikasi budaya dan analisis resepsi khalayak. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan diskusi dalam dunia pendidikan dan dapat menjadi penyempurna bagi penelitian terdahulu, serta menjadi rujukan bagi penelitian yang akan datang.

## **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan pertimbangan bagi bahasan mengenai resepsi khalayak terhadap nilai budaya yang disampaikan melalui film.

## **E. TELAAH PUSTAKA**

Setelah mencari beberapa sumber dan melakukan pengkajian literatur, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan tema serupa. Penelitian-penelitian tersebut dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini, agar penelitian ini dapat lebih signifikan. Adapun beberapa studi literatur yang peneliti gunakan sebagai referensi adalah sebagai berikut.

- a. Penelitian berjudul “Analisis Resepsi Khalayak terhadap Makna Muallaf pada Iklan Online Buka Lapak ‘*A Stranger – A Ramadan Story*’” yang disusun oleh Alfira Nanda Delya, Anggy Aglevia Sakuri dan Clarissa Erine Sugiharto pada Januari 2022. Penelitian ini membahas mengenai pemaknaan khalayak terhadap pesan dan juga makna muallaf yang ada pada tayangan iklan BukaLapak “*A Stranger – A Ramadan Story*”. Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa dari tiga informan penelitian, dua informan penelitian ini berada pada posisi hegemonik dominan (*dominant hegemonic*), yakni pada posisi ini informan bersikap netral serta menyatakan kesetujuannya terhadap makna pesan pada iklan yang disajikan dan satu lainnya berada pada posisi negosiasi (*negotiated*), yang pada posisi ini informan menerima

pemaknaan pesan pada iklan yang disajikan, namun memiliki cara berpikirnya sendiri. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yakni sama-sama membahas tentang resepsi khalayak dalam suatu tayangan. Akan tetapi, terdapat pula perbedaan didalamnya yaitu objek penelitian pada artikel berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf pada Iklan Online Buka Lapak ‘*A Stranger – A Ramadan Story*’” adalah makna muallaf pada iklan online BukaLapak dan penelitian ini lebih berfokus pada bagian pemaknaan pesan dalam iklan, sedangkan objek yang peneliti teliti adalah budaya Batak (Hamoraon, Hagabeon, dan Hasangapon) dalam film Ngeri-ngeri Sedap dan lebih berfokus pada aspek komunikasi budaya.

- b.** Penelitian berjudul “Pemaknaan Rasisme dalam Film (Analisis Resepsi Film *Get Out*)” yang disusun oleh Adlina Ghassani dan Catur Nugroho pada Mei 2019. Penelitian ini membahas mengenai pemaknaan rasisme dalam film *Get Out* melalui tujuh adegan unit analisis yang diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah posisi penonton dalam memaknai rasisme yang disajikan lewat film *Get Out* dominan berada pada posisi oposisi (*oppositional*). Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama-sama membahas tentang resepsi khalayak dalam suatu film. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus objek penelitiannya. Fokus objek penelitian yang diteliti oleh

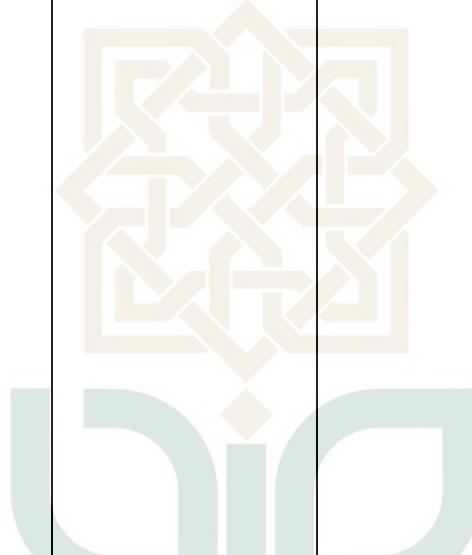
Adlina Ghassani dan Catur Nugroho adalah pemaknaan rasisme, sedangkan fokus objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah pemaknaan kebudayaan Batak.

- c. Penelitian berjudul “Nilai Budaya Batak Toba dalam Film *Ngeri-ngeri Sedap*: Analisis Semiotika Roland Barthes” yang disusun oleh Amanda Putri Rahayu dan Trie Utari Dewi pada tahun 2023. Penelitian ini membahas mengenai nilai budaya Batak dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*, termasuk di dalamnya pemaparan adegan dalam film *Ngeri-ngeri Sedap* yang menggambarkan dan menyampaikan nilai *hamoraon, hagabeon, hasangapon*. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan film *Ngeri-ngeri Sedap* sebagai objek yang diteliti. Adapun perbedaannya terletak pada fokus objek yang diteliti, yakni fokus penelitian yang dilakukan oleh Amanda dan Trie adalah nilai budaya Batak Toba, sedangkan fokus penelitian yang dilakukan peneliti adalah resepsi khalayak penonton film *Ngeri-ngeri Sedap*.

Meskipun penelitian berjudul “Nilai Budaya Batak Toba dalam Film *Ngeri-ngeri Sedap*: Analisis Semiotika Roland Barthes” menggunakan pendekatan yang berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan, peneliti menggunakan penelitian ini sebagai bagian dari tinjauan pustaka, karena penelitian ini memaparkan aspek budaya (dalam hal ini nilai *hamoraon, hagabeon* dan *hasangapon*) yang terdapat dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*

**Tabel. 1****Tinjauan Pustaka**

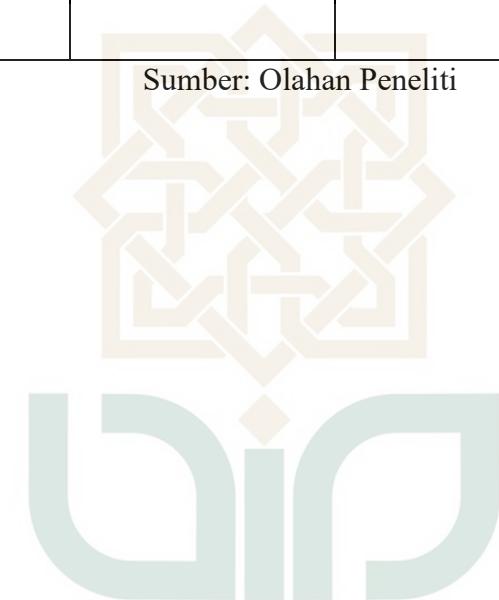
No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan
1 .	Alfira Nanda Delya, Anggy Aglevia Sakuri dan Clarissa Erine Sugiharto	Analisis Resepsi Khalayak terhadap Makna Muallaf pada Iklan Online Buka Lapak ‘A Stranger – A Ramadan Story	<a href="https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/663/0">https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/663/0</a> (Nanda Delya dkk., 2022)	<p>1. Membahas tentang resepsi khalayak dalam suatu tayangan.</p> <p>2. Merupakan penelitian dengan metode kualitatif.</p>	<p>3. Objek penelitian pada artikel berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf pada Iklan Online Buka Lapak ‘A Stranger – A Ramadan Story” adalah makna muallaf pada iklan online BukaLapak dan penelitian ini lebih</p>

					berfokus pada bagian pemaknaan pesan dalam iklan.
2	Adlina Ghassani . dan Catur Nugroho	Pemaknaan Rasisme dalam Film (Analisis)	<a href="https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619">https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619</a>	4. Objek penelitian yang peneliti teliti adalah budaya Batak (Hamoraon, Hagabeon, dan Hasangapon) dalam film Ngeri-ngeri Sedap dan lebih berfokus pada aspek komunikasi budaya.  5. Membahas tentang resepsi khalayak dalam suatu film.	6. Fokus objek penelitian yang diteliti oleh Adlina Ghassani dan Catur Nugroho

		Resepsi Film <i>Get Out</i> (Ghassani & Nugroho, 2019)		Nugroho adalah pemaknaan rasisme. 7. Fokus objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah pemaknaan kebudayaan Batak.
3	Amanda Putri . Rahayu dan Tri Utari Dewi	Nilai Budaya Batak Toba dalam Film Sedap Ngerinjeri: Analisis Semiotika Roland Barthes	<a href="https://doi.org/10.30998/jh.v7i2.1888">https://doi.org/10.30998/jh.v7i2.1888</a>	8. Sama-sama menggunakan film <i>Ngeri-ngeri Sedap</i> sebagai objek yang diteliti. 9. Fokus objek penelitian yang diteliti oleh Amanda dan Tri adalah nilai budaya Batak yang ada dalam film, sedangkan fokus penelitian peneliti adalah resepsi khalayak

					penonton film <i>Ngeri-ngeri</i> <i>Sedap.</i>
--	--	--	--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## F. LANDASAN TEORI

Landasan teori digunakan oleh peneliti sebagai pijakan dalam melakukan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kontruksi media atas realitas, resepsi khalayak Stuart Hall, representasi budaya dan budaya Batak (*hamoraon, hagabeon, hasangapon*) sebagai landasan teori.

### 1. Konstruksi Media Atas Realitas

Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam bukunya *The Social Construction of Reality* menjelaskan bahwa kenyataan atau realitas didefinisikan secara sosial, tetapi definisi tersebut diwujudkan selalu berdasarkan kepada seseorang atau orang-orang dalam kelompok atau Lembaga sebagai “penentu” dari makna realitas atau kenyataan tersebut. Untuk dapat mengetahui atau memahami keadaan dunia atau perubahannya yang dibangun secara sosial pada waktu tertentu, seseorang harus memahami keadaan organisasi sosial yang mengizinkan penerjemah dalam menerjemahkan. Peter dan Luckman juga menyebutkan bahwa kehidupan dan realitas masyarakat akan secara terus menerus di konstruksi (Berger & Luckmann, 1966).

Pada konteks komunikasi, realitas sosial merujuk kepada cara pembentukan, pemahaman dan pengkomunikasian realitas melalui proses interaksi dan proses komunikasi. Terdapat beberapa konteks atau lingkup yang memengaruhi cara suatu realitas sosial dipahami dan dikonstruksi, yakni meliputi intrapersonal, interpersonal, kelompok

kecil (seperti tim kerja atau keluarga), organisasi, public (masyarakat luas), massa (melibatkan media massa), dan komunikasi lintas kebudayaan (Hadiwijaya, 2023). Berger dan Luckmann dalam bukunya menjelaskan bahwa terdapat tiga tahapan dalam kontruksi sosial atas realitas, yakni:

- Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah penyesuaian diri manusia dengan dunia sosio-kultural sebagai suatu produk yang diciptakan manusia. Eksternalisasi menghasilkan dunia yang “objektif” melalui bahasa dan menangkapnya sebagai sebuah realitas atau kenyataan yang diinternalisasi dan berkembang ditengah masyarakat, diterima sebagai suatu kebenaran yang valid dan terealisasi secara terus menerus. Secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh cadangan pengetahuan yang merupakan gabungan dari pengetahuan yang dimiliki secara bersama oleh masyarakat umum dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Sulaiman, 2016).

- Objektivasi

Objektivasi merupakan proses dimana produk eksternal dari aktivitas manusia mencapai karakter objektivitas. Objektivasi adalah interaksi yang terjadi dalam persepsi bersama mengenai realitas yang mengalami institusionalisasi. Individu dalam objektivasi meyakini

produk-produk yang telah berkembang dimasyarakat. Dalam tahapan objektivasi ini akan berlangsung pembuatan tanda oleh manusia atau signifikasi. Signifikasi akan menjadi jembatan yang menyambungkan konstruksi-konstruksi terhadap kenyataan, melalui simbol-simbol yang bentuknya dapat berupa bahasa atau linguistik. Secara sederhana, objektivasi dapat dipahami sebagai suatu keadaan netral (individu tidak memihak pada eksternalisasi atau internalisasi), dimana individu dapat menciptakan realitas dalam hidupnya. Realitas ini diakui dan dimiliki secara luas, sehingga beralih menjadi produk yang mengontrol dan mengikat kehidupan manusia (Hidayaturrahman dkk., 2020).

#### - Internalisasi

Internalisasi adalah individu atau seseorang menarik diri untuk mengidentifikasi diri di tengah organisasi atau lembaga sosial, yang mana dalam hal ini individu tersebut merupakan anggota atau bagian dari organisasi atau Lembaga sosial. Pada tahapan ini, individu memahami atau menafsirkan secara langsung suatu peristiwa yang objektif, sehingga menghasilkan makna subyektif bagi dirinya sendiri (Dharma, 2018)

Kontruksi realitas melalui tiga tahapan tersebut (eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi) akan melakukan interaksi dan melewati

tiga bentuk kenyataan atau realitas, yaitu realitas subjektif, realitas simbolik dan realitas objektif. Realitas subjektif adalah pemaknaan realitas oleh individu yang dibentuk atau dikonstruksi melalui tahapan internalisasi atau hadir dalam kesadaran dan benak individu, yang dapat dipengaruhi oleh realitas objektif dan realitas simbolik (Hidayaturrahman dkk., 2020). Realitas simbolik adalah keseluruhan simbol atau ekspresi yang muncul melalui pemahaman terhadap realitas objektif, misalnya film-film atau berita yang muncul di media cetak (Apriani dkk., 2021). Realitas objektif adalah pemaknaan yang kompleks terhadap sesuatu yang telah menjadi kebiasaan atau sesuatu yang telah terpola dan dipahami bersama oleh masyarakat sosial sebagai suatu fakta yang dapat dilihat, seperti pendidikan dan pendapatan (Hidayaturrahman dkk., 2020).

Posisi media dalam pandangan Berger dan Luckman dianggap sebagai produsen atau penghasil realitas, yang secara aktif mengkonstruksi dan menyebarluaskan realitas-realitas atau kenyataan tertentu kepada khalayak. Media menyampaikan informasi dan pandangan mengenai suatu peristiwa yang terjadi pada lingkungan khalayak kepada khalayak (Asmar, 2020). Hal ini dapat memengaruhi pemaknaan dan pemahaman khalayak terhadap realitas atau kenyataan yang terjadi. Kontruksi yang dihasilkan oleh media terhadap realitas, akan menciptakan dampak yang signifikan terhadap khalayak. Berger menjelaskan, dampak media terhadap realitas ini dapat terjadi sebab

media dapat memberikan pengaruh terhadap cara pikir dan mendorong khalayak untuk bertindak sehingga menghasilkan opini publik, media dapat meligitimasi realitas dengan memperkuat realitas atau kenyataan tertentu melalui pemberitaan yang dilakukan secara terus menerus dan abai terhadap realitas atau kenyataan lainnya, dan media juga dapat menciptakan atau membentuk realitas yang baru (Berger & Luckmann, 1966).

## 2. Resepsi Khalayak

Resepsi dapat dipahami sebagai sesuatu yang berfokus terhadap cara khalayak memahami makna dari suatu pesan yang disampaikan melalui perantara seperti melalui televisi, film dan lainnya (W. S. Littlejohn & Foss, 2009). Teori resepsi khalayak di rekonsensualisasi dan diperkenalkan lebih lanjut oleh Stuart Hall melalui pembahasannya mengenai pembuatan makna dari momen *encoding* dan *decoding*. Kode yang dikirimkan pada proses *encoding* dan proses *decoding*, atau pemaknaan kode, mungkin tidak berada pada posisi “pemahaman” yang sama, karena hal ini bergantung pada posisi *encoder* yang memproduksi kode dan *decoder* yang menerima kode (Hall, 1997). Adanya perbedaan pemahaman pada proses *encoding decoding* memuat kemungkinan munculnya kesalahpahaman. Karena itu, Hall membagi *decoding* ke dalam tiga kemungkinan posisi. Dari ketiga kemungkinan posisi ini, *decoder* dapat memilih pengaktualisasian

makna dari kode yang dikirimkan oleh *encoder*. Tiga posisi *decoding*, yakni:

a. *Dominant Hegemonic Position* (Posisi Hegemonik Dominan)

Adalah posisi audiens (*decoder*) memaknai kode dari *encoder* secara penuh dan lurus, dan memaknainya sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan oleh *encoder*. Atau, posisi hegemonik dominan adalah posisi audiens (*decoder*) menyesuaikan diri dan menyetujui maksud pesan atau kode dominan yang dikirimkan oleh *encoder*. Posisi ini dikenal juga sebagai interpretasi yang disukai atau yang paling memiliki kesamaan (Xie dkk., 2022).

b. *Negotiated Position* (Posisi yang dinegosiasikan)

Adalah posisi *decoder* berada diantara posisi adaptasi dan posisi oposisi. *Decoder* akan mengakui pemaknaan yang lebih dominan/umum sebagai sesuatu atau sebagai aturan yang

penting, namun pada posisi tertentu (yang lebih situasional) *decoder* memiliki aturan tersendiri yang akan dia jalankan dengan pengecualian dari aturan dominan atau aturan umum.

Pada posisi negosiasi ini, *decoder* tidak menelan secara mentah-mentah pesan yang diterima, dan akan melakukan seleksi untuk kecocokan pesan (Pertiwi dkk., 2020).

c. *Oppositional Position* (Posisi Oposisional)

Adalah posisi *decoder* menolak atau tidak sejalan dengan pemaknaan terhadap pesan atau kode yang disampaikan oleh *encoder*. Posisi oposisi bisa berawal ketika pesan atau kode-kode yang dikirimkan *encoder* diterjemahkan dengan cara negosiasi, kemudian mulai bergeser ke posisi oposisi. *Decoder* pada posisi oposisi ini memiliki karakteristik yang dijelaskan dalam rasa frustasi, bukan rasa nyaman (Widiastuti & Syafiyah, 2023).

Kemungkinan posisi *decoding* yang dipilih oleh khalayak bergantung kepada keadaan kehidupan mereka dan keadaan sosial disekitar mereka yang membentuk pandangan tertentu dalam komunitas sosial.

### 3. Budaya Batak

Suku Batak adalah suku yang mendiami Sumatera Utara dengan wilayah daerah sebarannya yaitu wilayah daerah Tapanuli Selatan, Tapanuli Tengah, Tapanuli Tapanuli Utara, Simalungun, Karo dan Dairi. Suku Batak merupakan salah satu dari banyaknya suku di Indonesia yang memiliki adat budaya khas atau unik. Kekhasan atau keunikan adat budaya Batak dapat dilihat dari cara bersosialisasi, upacara perkawinan, pandangan dan tujuan hidup, serta sistem kekerabatan atau hubungan sosial yang dikenal juga dengan istilah *dalihan na tolu*. *Dalihan Na Tolu* terdiri dari tiga aspek utama yakni

*somba marhula-hula* (keluarga yang berasal dari pihak istri), *elek marboru* (keluarga yang berasal dari pihak menantu laki-laki) dan *manat mardongan tubu* (teman semarga) (Simanjuntak, 2015). Sistem kekerabatan atau hubungan sosial dalam budaya Batak diatur dengan suatu sistem sosial yang didasarkan kepada klan atau marga.

Dalam menjalankan kehidupan, suku Batak memiliki suatu sistem nilai kebudayaan yang sangat penting, yang bahkan menjadi pandangan hidup dan tujuan hidup yang diajarkan secara turun temurun, yang dikenal dengan istilah filosofi (Hutahaean & Agustina, 2020). Pandangan hidup dan tujuan hidup tersebut yaitu *hamoraon*, *hagabeon* dan *hasangapon* (Simanjuntak, 2009). Masyarakat Batak menjalankan dan menjadikan *hamoraon*, *hagabeon* dan *hasangapon* sebagai suatu keterikatan yang menjadi tolak ukur suatu kesuksesan dan keberhasilan. Jika salah satu dari ketiga pandangan dan tujuan hidup tersebut tidak dapat dipenuhi, maka seseorang akan dianggap tidak sukses dan tidak berhasil (Simamora dkk., 2015). Adapun makna atau penjelasan lebih lanjut mengenai pandangan hidup dan tujuan hidup suku Batak tersebut adalah sebagai berikut.

### 1. *Hamoraon* (kekayaan)

*Hamoraon* secara bahasa berarti kekayaan atau memiliki harta. *Hamoraon* atau kekayaan adalah harta yang dimiliki, baik dalam bentuk material maupun non-material yang didapatkan dari usaha-usaha yang dilakukan atau dari warisan, bahkan keturunan juga

termasuk ke dalam bagian *hamoraon* (Simanjuntak, 2009).

Keturunan dianggap sebagai *hamoraon* atau kekayaan sangat melekat bagi suku Batak. Hal ini bahkan dapat dilihat dalam berbagai seni atau dalam adat budaya Batak, yang mengembangkan salah satu konsep berpikir terkenal dalam budaya masyarakat Batak, yakni *Anakonki Do Hamoraon di Au*. Konsep berpikir *Anakonki Do Hamoraon di Au* memiliki arti “anak sayalah kekayaan dan kehormatan saya” diadopsi menjadi judul lagu yang hingga saat ini sering didengarkan (Haloho, 2022).

Adanya pandangan dan tujuan hidup *hamoraon* ini menjadikan suku Batak memiliki etika kerja yang tinggi. *Hamoraon* ini sejalan juga dengan falsafah Batak yang menganggap seluruh keturunan Batak adalah keturunan raja yang tidak diperbolehkan untuk menjadi *hatoban* atau babu (Simamora dkk., 2015). Untuk mencapai pandangan dan tujuan hidup ini, suku Batak melakukan berbagai usaha, diantaranya seperti belajar dengan sungguh-sungguh dan merantau.

## 2. *Hagabeon* (keturunan)

*Hagabeon* secara bahasa berarti keturunan atau anak. Simanjuntak (dalam Simamora dkk., 2015) menjelaskan bahwa yang dimaksudkan dengan *hagabeon* tidak hanya anak, tapi juga mencakup cucu, cicit, dan kepemilikan akan hewan ternak dan tanaman. Untuk memperoleh *hagabeon* atau keturunan ini, suku

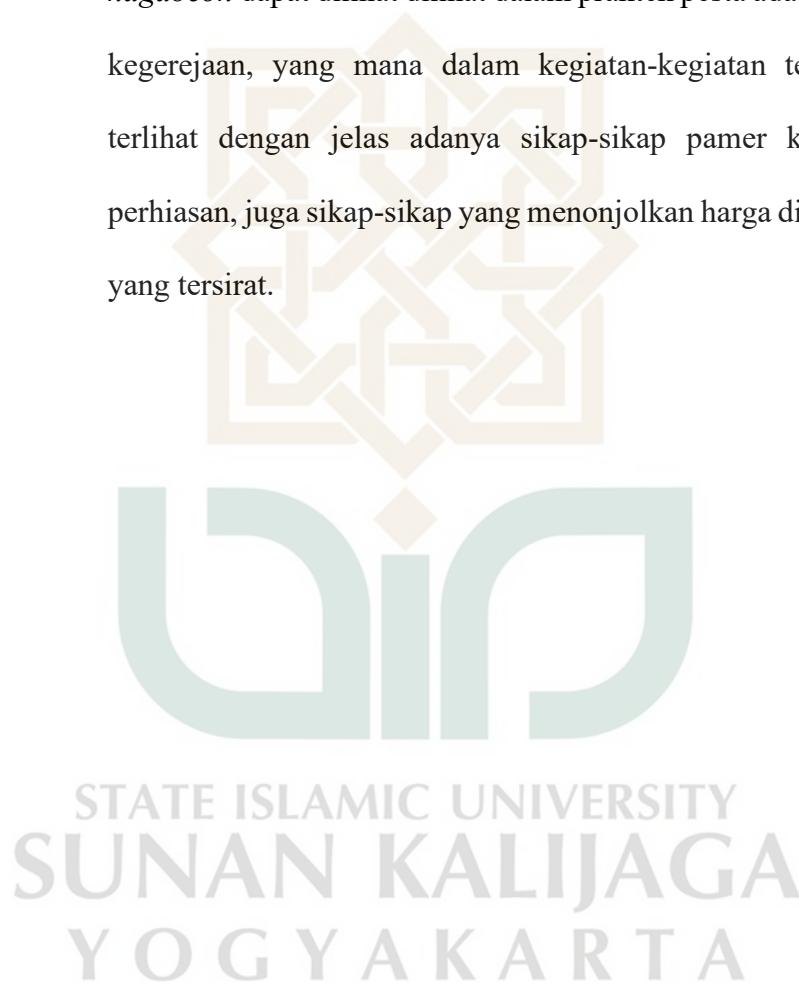
Batak toba memiliki keyakinan bahwa hanya Tuhanlah yang dapat mewujudkan dan menjadi penentunya. Pada prakteknya, ketika sebuah kelurga Batak memiliki anak baik itu laki-laki maupun perempuan, dan anak tersebut menikah lalu memiliki anak, maka orang tua dalam keluarga tersebut yang sudah berstatus sebagai kakek dan nenek akan disebut sebagai orang yang “gabe” atau orang yang terhormat (Dalimunthe & Lubis, 2019). Dengan memiliki anak keturunan (anak dan cucu) yang sukses, orang tua dari suku Batak akan dipandang sebagai seorang yang berada dalam posisi “marhagabeon” atau orang yang bangga memiliki dan Bahagia dengan kekayaannya. Orang yang berada dalam posisi *marhagabeon* akan memiliki kepercayaan diri yang lebih.

### 3. *Hasangapon* (kehormatan)

*Hasangapon* merupakan tujuan manusia, yang mana dalam hidup manusia ingin berdiri di kaki sendiri dengan kuasa dan wibawanya (Situmorang, 2021). Antonius Simanjuntak (dalam Simamora dkk., 2015) menjelaskan bahwa *hasangapon* dapat dimaknai sebagai penghormatan atau pengakuan yang diberikan oleh orang lain terhadap kewibaan dan martabat yang ditunjukkan oleh seseorang. Seseorang akan dianggap menjadi orang yang “sangap” apabila dia telah dan dapat memperoleh *hamoraon* atau kekayaan dan *hagabeon* atau keturunan. Selain itu, seseorang akan dianggap sebagai sosok yang “marhasangapon” atau sosok yang memiliki kehormatan

apabila dia juga dapat menghormati orang lain dan menjalankan tugas, peran dan kewajibannya dengan bertanggung jawab.

Bukti dari adanya usaha-usaha yang dilakukan masyarakat suku Batak untuk memperoleh *hasangapon* melalui *hamoraon* dan *hagabeon* dapat dilihat dilihat dalam praktek pesta adat dan kegiatan kegerejaan, yang mana dalam kegiatan-kegiatan tersebut dapat terlihat dengan jelas adanya sikap-sikap pamer kekayaan dan perhiasan, juga sikap-sikap yang menonjolkan harga diri juga gengsi yang tersirat.



## G. KERANGKA PEMIKIRAN

### Kerangka Pemikiran

Film sebagai salah satu produk dari realitas simbolik, yang dapat mempengaruhi konstruksi sosial atas suatu realitas.

Budaya Batak Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon yang ditampilkan dalam film Ngeri-ngeri Sedap

Bagaimana pesan-pesan dalam film Ngeri-ngeri Sedap diterima dan diinterpretasikan oleh khalayak?

Teori Resepsi Stuart Hall

Encoding dan Decoding:

- A. Posisi Dominan Hegemonik
- B. Posisi Negosiasi
- C. Posisi Oposisi

Nilai Budaya :

1. Hamoraon
2. Hagabeon
3. Hasangapon

Analisis Resepsi Khalayak Penonton Film *Ngeri-ngeri Sedap* Mengenai *Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon*

## **H. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki sifat subjektif, relatif dan membutuhkan interpretasi karena penelitian ini memandang realitas atau fenomena sebagai sesuatu yang berada dalam diri individu atau manusia (Haryono, 2020). Salah satu kekhasan dari penelitian kualitatif adalah selalu mengikutsertakan manusia sebagai responden atau partisipan, dan berusaha untuk mendapatkan dan memaknai pemahaman akan sesuatu yang dianggap “benar” oleh individu yang berbeda (Sarosa, 2021).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana khalayak menerima dan menginterpretasikan pesan-pesan yang terdapat dalam film Ngeri-ngeri Sedap.

### **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sebuah konsep yang berhubungan dengan “apa” atau “siapa” yang akan diteliti. Subjek penelitian adalah sumber informasi atau data yang digunakan dalam penelitian, yang merupakan orang, dokumen-dokumen, benda dan lainnya (Abdussamad, 2021). Subjek pada penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

*Purposive sampling* adalah teknik atau metode pengambilan sampel informan atau sumber data dengan pertimbangan tertentu, dimana sampel yang dipilih mewakili atau merupakan penggambaran dari fenomena yang diteliti, dan hasil dari penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling* tidak dimaksudkan untuk memberikan kesimpulan secara umum atau generalisasi (Haryono, 2020).

*Purposive sampling* adalah metode sampling yang tidak acak, yang mengharuskan peneliti memastikan penentuan identitas atau kriteria spesial dari sampel, yang cocok dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menanggapi atau menjawab kasus atau fokus penelitian (Lenaini, 2021).

Peneliti pada penelitian ini mengambil data dari proses wawancara yang dilakukan dengan subjek penelitian, yakni 5 (lima) orang informan. Adapun kriteria khusus yang peneliti gunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Informan berusia maksimal 27 tahun, pada saat proses wawancara dilakukan. Usia maksimal ini merupakan rentang usia Generasi Z pada saat ini. Dilansir dari laman resmi Kementerian Keuangan (<https://www.kemenkeu.go.id/>), Generasi Z atau yang lebih akrab dikenal dengan Gen Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997-2012. Peneliti memilih untuk menggunakan rentang usia ini karena berangkat dari fenomena suku Batak yang telah peneliti paparkan pada bagian latar belakang, yakni adanya pertentangan antara

budaya Batak yang diterima dan dilaksanakan oleh suku Batak terdahulu dengan budaya Batak yang terjadi secara nyata saat ini. Peneliti meyakini bahwa narasumber dengan rentang usia Generasi Z saat ini adalah yang paling cocok dengan penelitian ini.

- Informan merupakan seorang bersuku Batak.
- Informan mengetahui makna atau setidaknya pernah mendengar istilah *hamoraon*, *hagabeon*, dan *hasangapon*.
- Informan pernah menonton film *Ngeri-ngeri Sedap*.

### 3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah “apa” atau “siapa” yang akan diteliti. Objek penelitian dapat berupa orang, kejadian, benda atau transaksi (Abdussamad, 2021). Objek penelitian pada penelitian ini adalah resepsi khalayak terhadap nilai budaya Batak (*hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon*) yang direpresentasikan dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang akan digunakan dalam penelitian, yang akan digunakan untuk memecahkan pertanyaan penelitian (Agustini dkk., 2023). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa wawancara dan data sekunder berupa studi kepustakaan dan hasil dokumentasi.

### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui angket, wawancara, obsevasi dan lainnya. Data primer diperoleh dengan melakukan proses penghitungan atau pengukuran sendiri (Abdussamad, 2021). Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan berasal dari hasil wawancara. Wawancara adalah diskusi antara dua atau lebih orang yang dilakukan dengan tujuan tertentu (Khan & Cannel dalam Sarosa, 2021). Terdapat tiga bentuk wawancara, yakni wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengambilan data primer melalui proses wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan pedoman beberapa daftar pertanyaan, namun masih terbuka terhadap pertanyaan baru yang relevan dengan topik pembicaraan, yang mungkin saja muncul secara spontan saat proses wawancara berlangsung (N. Harahap, 2020). Pengambilan data primer melalui wawancara dilakukan dengan 5 (lima) informan atau narasumber.

### b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, tidak bersumber dari seseorang (Abdussamad, 2021). Data sekunder merupakan data yang sebelumnya dimiliki atau dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain, yang digunakan kembali oleh seorang

peneliti dalam penelitiannya, untuk menganalisis atau memperoleh wawasan baru (Agustini dkk., 2023). Dalam penelitian ini, data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari studi kepustakaan dan hasil dokumentasi. Penggunaan data sekunder dalam penelitian ini bertujuan untuk membandingkan temuan atau hasil penelitian dengan penelitian terdahulu dan sebagai alat bantu untuk memvalidasi serta memperkuat argumen dalam penelitian ini.

## 5. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data, peneliti melakukan analisis data. Adapun teknik analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Milles dan Huberman. Milles dan Huberman (dalam Hardani dkk., 2020) membagi teknik analisis data ke dalam tiga alur atau bagian, yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

### a. Reduksi Data

Reduksi data adalah memilih data, merangkum data, mencari fokus penting, pola serta tema data. Pemilihan data dilakukan untuk menemukan gambaran atau pola yang lebih fokus atau jelas dari data-data yang diperoleh, dan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data-data berikutnya dan mencarinya jika dibutuhkan (Saleh, 2017).

### b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang disusun atau disajikan dalam bentuk bagan, uraian singkat, tabel atau grafik dan jenis lainnya, untuk memudahkan peneliti dalam memahami dan merencanakan langkah atau kerja lanjutan yang akan dilakukan (Hardani dkk., 2020).

### c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan pokok dari temuan-temuan penelitian yang dapat menggambarkan pendapat akhir yang dibuat berdasarkan uraian sebelumnya. Simpulan merupakan penemuan baru yang dapat berupa gambaran atau deskripsi suatu objek yang sebelumnya terlihat masih samar, sehingga setelah diteliti dapat menjadi lebih jelas (Hardani dkk., 2020).

## 6. Keabsahan Data

Keabsahan data memiliki kaitan dengan validitas yang merupakan hal penting karena keabsahan meyakinkan dan menunjukkan kelayakan penelitian kepada orang lain (Agustini dkk., 2023). Peneliti pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan metode keabsahan data dengan menggunakan dan berpatokan pada beberapa sumber data selama pengumpulan data berlangsung. Triangulasi sumber ini dilakukan dengan wawancara

pihak atau informan relevan (Agustini dkk., 2023). Dalam hal ini, peneliti mengambil triangulasi sumber dari seorang *Raja Parhata* (juru bicara Batak) yang ada di wilayah Batak Dairi, Sumatera Utara,



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Analisis resepsi yang dilakukan pada lima informan penonton film *Ngeri-ngeri Sedap* mengenai *hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon* menunjukkan tiga dari lima informan berada pada posisi pemaknaan atau posisi *decoding* hegemonik dominan, dan dua lainnya berada pada posisi negosiasi. Tiga informan pada posisi hegemonik dominan karena dalam pendapatnya, informan menjelaskan film *Ngeri-ngeri Sedap* terdapat pesan yang sejalan dengan pemahaman informan tentang nilai-nilai budaya Batak dan merasa terhubung dengan pesan-pesan yang disampaikan dalam film *Ngeri-ngeri Sedap*. Tiga informan yakni Amel, Fira dan Yani menyampaikan bahwa terdapat kesesuaian antara bagian dalam film dan pesan yang akan disampaikan, dengan pandangan mereka tentang nilai budaya Batak.

Dua informan lainnya (Meyta dan Jessica), berada pada posisi negosiasi karena dalam pendapatnya, informan menerima dan memahami pesan-pesan yang disampaikan film *Ngeri-ngeri Sedap* secara umum, namun terdapat bagian-bagian dalam film yang tidak sesuai dengan nilai *hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon* yang dipahami dan dijalani oleh informan dalam kehidupan sehari-hari. Meyta kurang setuju mengenai penggambaran posisi anak perempuan

dalam film sementara Jessica mengkritik penekanan pada harapan orang tua dan penggambaran adat budaya yang terlalu kaku di dalam film.

Analisis resepsi khalayak penonton film *Ngeri-ngeri Sedap* mengenai *hamoraon*, *hagabeon*, *hasangapon* menunjukkan keberhasilan film *Ngeri-ngeri Sedap* sebagai salah satu produk media yang menghasilkan realitas simbolik atau realitas rekaan yang menggambarkan realita yang terjadi sebenarnya dalam kehidupan sehari-hari masyarakat suku Batak, yang erat dengan nilai budaya *hamoraon*, *hagabeon*, dan *hasangapon*.

Disrupsi atau perubahan nilai budaya *hamoraon*, *hagabeon*, dan *hasangapon* menjadi konflik antar generasi atau antara orang tua dengan anak dalam keluarga Batak yang kerap kali dirasakan keluarga pada masyarakat suku Batak, yang mengganggu keharmonisan atau hubungan antara orang tua dengan anak dalam keluarga Batak. Hal ini menjadi pesan utama yang ingin disampaikan penulis film melalui film *Ngeri-ngeri Sedap* dan berhasil diterima dan diresepsi atau dimaknai dengan pemahaman yang sama oleh informan pada penelitian ini, yang merupakan bagian dari khalayak penonton film *Ngeri-ngeri Sedap*.

## B. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menyarankan agar penelitian mendatang yang sejenis dapat meneliti lebih jauh atau mencari khalayak penonton yang berada pada posisi oposisional. Penggunaan pendekatan atau teori lainnya yang berkaitan dengan kajian komunikasi khususnya komunikasi budaya dan analisis khalayak atau resepsi khalayak juga disarankan untuk memperkaya khazanah keilmuan, khususnya dalam bidang komunikasi budaya.

Peneliti merekomendasikan penelitian ini sebagai bahan diskusi dalam dunia pendidikan, khususnya pada diskusi terkait film dan komunikasi budaya, serta dapat menjadi bahan referensi untuk disempurnakan pada penelitian mendatang. Selain itu, peneliti juga merekomendasikan film *Ngeri-ngeri Sedap* sebagai rujukan atau acuan bagi para pembuat film, yang ingin mengangkat aspek budaya dalam filmnya.

SULTAN ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). CV Syakir Media Press.
- Agustini, Grashinta, A., Putra, S., Sukarman, Guampe, F. A., Akbar, J. S., Lubis, M. A., Maryati, I., Ririnsahawaitun, Mesra, R., Sari, M. N., Tuerah, P. Ro., Rahmadhani, M. V., & Rulanggi, R. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif)* (Irmayanti, Ed.). PT. Mifandi Mandiri Digital.
- Apriani, V., Utamidewi, W., & Nurkinan. (2021). KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DAN MAKNA DIRI PENYINTAS COVID-19 DI JAKARTA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1395>
- Arabiyah, S., Fahmi Hazzdan, M., Yus, T., Rieska Pratiwilayan, P., & Astono, A. (2024). Progresifitas Kedudukan Boru Batak dalam Adat Batak Toba. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH)*, 4(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.898>
- Asmar, A. (2020). MEDIA DAN REALITAS SOSIAL: REFLEKSI DAN REPRESENTASI PEMBERITAAN VIRUS CORONA. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 6(1). <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v6i1.851>
- Azkia, N. I., & Indriastuti, Y. (2024). *Analisis Resepsi Audiens Tentang Akun TikTok @codebluuuu (Review Kuliner Pada Restoran Bintang 5)*. 7(3), 2614–8854. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3653>
- Basaria, I. (2022). *Umpasa as a Cultural Batak Toba Poem: Antropolinguistic Study*. <https://doi.org/https://doi.org/10.2991/asehr.k.220204.020>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge Penguin Books*.
- Dalimunthe, I. S., & Lubis, A. S. (2019). HAMORAON, HAGABEON & HASANGAPON AS THE BASIC PHILOSOPHY IN EDUCATING CHILDREN.

*EL HARAKAH (TERAKREDITASI)*, 21(2), 199.  
<https://doi.org/10.18860/el.v21i2.6683>

Dharma, F. A. (2018). *Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial*. <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>

Fakhri Noviadhistha, U., & Dwi Prasetyo, B. (2019). *KOMODIFIKASI IDENTITAS TIONGHOA DALAM HUMOR: STUDI ENCODING/DECODING STUART HALL TENTANG PERTUNJUKAN STAND-UP COMEDY ERNEST PRAKASA*. 2(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54783/japp.v2i3.28>

Firmando, H. B. (2024). *Characteristics of the Toba Batak Society from a Cultural Perspective and Its Relevance to the Formation of Character in the Lake Toba Region*. 1. <https://doi.org/10.29103/mspr.v5i1.15555>

Gajah, N., Arifana, & Gajah, R. (t.t.). *Pengaruh Nilai – Nilai Budaya Batak Terhadap Pelayanan Publik Di*. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/muqoddimah>

Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). *PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT)*. 18(2), 127–134.

Hadiwijaya, A. S. (2023). SINTESA TEORI KONSTRUKSI SOSIAL REALITAS DAN KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 11(1).

Hall, S. (1997). *REPRESENTATION: Cultural Representations and Signifying Practices*.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Wiilis, P. (2005). *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*.

Haloho, O. (2022). Konsep Berpikir Suku Batak Toba: Anakkon Hi Do Hamoraon di Au. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 8(3), 747. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.896>

Harahap, M. B., & Marsa, Y. J. (2024). *Grandparenting dalam Keluarga Etnik Batak Toba*. 5(4). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i4>

Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali, Ed.). Wal Ashri Publishing.

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.
- Harianja, E. D., Harahap, R. H., & Lubis, Z. (2021). Budaya Batak Toba dalam Pelayanan Pariwisata Danau Toba di Parapat. *PERSPEKTIF*, 10(2), 301–312. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4306>
- Haryono, C. G. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (D. E. Restiani, Ed.). CV Jejak. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7RwREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+penelitian+kualitatif+komunikasi&ots=WuK3SaNWIG&sig=M9gnz2sE4zWu7cGcfBmqaME4BFA&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7RwREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+penelitian+kualitatif+komunikasi&ots=WuK3SaNWIG&sig=M9gnz2sE4zWu7cGcfBmqaME4BFA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Hermanto Sihombing, L. (2022). An Analysis of the Interpretation of Dream in Demi Ucok Movie. *JISIP*, 6(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3298>
- Hidayati, W. (2021). *Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Dua Garis Biru Karya Sutradara Gina S. Noer*. 2.
- Hidayaturrahman, M., Moerod, Moch., Laily, N., Wisman, Y., Goa, L., Derung, T. N., Sugiantiningsih, A. A. P., Yahya, Agusrianto, E., & Handayani, E. (2020). *Teori Sosial Empirik untuk Penelitian Ilmiah (Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Edulitera.
- Hutahaean, A. N. P. S., & Agustina, W. (2020). PERAN FILOSOFI BUDAYA BATAK TOBA DALAM DUNIA PENDIDIKAN. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya*, 9(3), 313–324. <https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v9i3.895>
- Laurent, J., Darmawan, A., & Andrianto, N. (2023). Representasi Budaya Batak Dalam Film Ngeri-Ngeri Sedap. *Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*, 1(2). <https://conference.unTAG-SBY.ac.id/index.php/semakom/issue/view/34>
- Lenaini, I. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING*. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of Human Communication* (10 ed.).
- Littlejohn, W. S., & Foss, A. K. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*.
- Lu, Z. (2021). A Response to Stuart Hall: Towards a Creative Decoding. *Signs and Media*, 2(1–2), 23–33. <https://doi.org/10.1163/25900323-12340014>
- Mateus Sianturi, P., S Gono, J. N., & Bayu Widagdo, M. (2024). *REPRESENTASI NILAI BUDAYA BATAK DALAM FILM NGERI-NGERI SEDAP*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42466>
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawami, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Nainggolan, A. A., Sinulingga, J., & Purba, A. R. (2021). SULANG-SULANG PAHOMPU ETNIK BATAK TOBA KAJIAN ANTROPOLINGUISTIK. Dalam *Ayu Andari Nainggolan* (Vol. 1, Nomor 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36277/kompetensi.v1i2.48>
- Nanda Delya, A., Aglevia Sakuri, A., & Erine Sugiharto, C. (2022). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA MUALLAF PADA IKLAN ONLINE BUKALAPAK “A Stranger-A Ramadan Story.” *Jurnal CommLine*, 07(01), 43–56.
- Nelson, R., & Sihombing, M. M. (2023). Tungkol Tunggal Panaluan is a Symbol of Sangap and Sahala. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(12), 1859–1870. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i12.7420>
- Parinduri, M. A. (2020). PENDIDIKAN AKHLAK DALAM PERSPEKTIF BUDAYA BATAK TOBA. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 22(3). <https://doi.org/10.14203/jmb.v22i3.1075>

- Parinduri, M. A., Karim, A., & Lestari, H. (2020). Main Values of Toba Muslim Batak Culture in Moral Education Perspective. *Journal of Social and Islamic Culture*, ISSN(1), 121–140. <https://doi.org/10.19105/karsa.v27i1.2567>
- Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru.” *Jurnal Audiens*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/ja.1101>
- Prasetyo, V. M., & Sujatmiko, G. (2024). Representasi Visual Rumah dalam Film sebagai Refleksi Simbol Budaya, Identitas dan Kekuasaan. *Product Design Journal*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26887/spacepro.v2i2.4842>
- Rahayu, A. P., & Dewi, T. U. (2023). Nilai Budaya Batak Toba dalam Film Sedap Ngeri-Ngeri: Analisis Semiotika Roland Barthes. *HORTATORI: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 124, 124–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/jh.v7i2.1888>
- Rofiki, M., & Dermawan, T. (2021). Pandangan Hidup Masyarakat Batak Toba dalam Novel Supernova: Gelombang Karya Dee Lestari. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(11), 1547–1561. <https://doi.org/10.17977/um064v1i112021p1547-1561>
- Sabila, A. S., & Jati, R. P. (2024). RESEPSI FILM “ICE COLD: MURDER COFFEE AND JESSICA WONGSO”: INTERPRETASI YANG MEMBENTUK PEMAHAMAN PENONTON. 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jml.v5i3.3193>
- Sagala, R. E., Ginting, L. P., & Harahap, M. (2022). Analysis of Semiotics of the Anakkon Hi Do Hamoraon Di Au Philosophy in Marparbue Do Lojami Lyrics (Study of Parental Sacrifice and Loving Parents (Mother). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(4). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i4.7216>
- Saleh, S. (2017). ANALISIS DATA KUALITATIF.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.

- Setiawan, F. N., & Nufiarni, R. (2023). *Encoding/Decoding Characters and Narrative in Nusantara Droid War*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-11-2022.2329475>
- Shafinas, C. A., Santoso, H., Saleh, A., & Pranata, R. T. H. (2024). Representasi Budaya Sulang-Sulang Pahompu dalam Film Ngeri-Ngeri Sedap (Analisis Semiotika John Fiske). *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(3). <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i3.618>
- Siallagan, D. G. A., Komariah, S., & Abdullah, M. N. A. (2023). PERAN ANAK DALAM KONSTRUKSI SOSIAL BUDAYA SUKU BATAK. *Kaganga:Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 6(2), 331–342. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i2.6831>
- Sianturi, P. M., Gono, J. N. S., & Widagdo, M. B. (2024). *REPRESENTASI NILAI BUDAYA BATAK DALAM FILM NGERI-NGERI SEDAP*. 12(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42466/30521>
- Sibarani, S., Dewi, I., & Simamora, E. (2023). THE ROLE OF TOBA BATAK CULTURAL PHILOSOPHY IN THE WORLD OF EDUCATION IN NORTH TAPANULI DISTRICT. *JHSS (Journal of Humanities and Social Studies)*, 07(03). <https://doi.org/10.33751/jhss.v7i3.9432>
- Sihombing, E. (2022). *Peran Institusi Sosial: Analisis Postkolonial Pedagogis terhadap Ketidaksetaraan Gender dalam Konsep Hagabeon pada Upacara Kematian Mate Pupur Orang Batak*. 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3672>
- Sihombing, J. F., & Silooy, C. V. (2023). DALIHAN NA TOLU SEBAGAI TEOLOGI LOKAL: MEMAHAMI SISTEM KEKERABATAN BATAK TOBA DAN LUKAS 16: 19-31 DARI PERSPEKTIF ROBERT J. SCHREITER. *CARAKA*. 16: 19-31 DARI PERSPEKTIF ROBERT J. SCHREITER. *CARAKA*. <https://doi.org/10.46348/car.v4i1.173>
- Silaban, D. E., Suku, M., Toba, B., Jambi, K., & Defrianti, D. (2021). Migrasi Suku Batak Toba ke Kota Jambi 1961-2018. *Jurnal Siginjai*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/js.v1i1.11885>

- Simamora, C. S., Marbun, K., & Simanjorang, S. S. (2015). Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon: Konsep dan Pengaruhnya Bagi Pembentukan Karakter Masyarakat Batak Toba. *PERSPEKTIF*. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=1d538c46341afc78JmltdHM9MTcxNjMzNjA wMCZpZ3VpZD0zYjM0ZTYzNi0wZmQzLTZiNTEtMDJjYS1mMjc1MGU4Zj ZhNDQmaW5zaWQ9NTE5OQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3b34e636-0fd3-6b51-02ca-f2750e8f6a44&psq=Hamoraon%2c+Hagabeoan%2c+Hasangapon%3a+Konsep+dan+Pengaruhnya+Bagi+Pembentukan+Karakter+Masyarakat+Batak+Toba&u=a1aHR0cHM6Ly9hZG10eWF3YWNhbmEuaWQvb2pzL2luZGV4LnBocC9qcGYvYXJ0aWNsZS9kb3dubG9hZC82Mi82MS8xMDM&ntb=1>
- Simandalahi, M. (2016). *Kamus Batak*.
- Simanjuntak, B. A. (2009). *Konflik Status dan Kekuasaan Orang Bata Toba: Bagian Sejarah Batak* (Revisi). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Simanjuntak, B. A. (2015). *Karakter Bata Masa Lalu, Kini, dan Masa Depan* (B. A. Simanjuntak, Ed.; 1 ed.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Simarmata, N. I. P. (2024). Model of Bata Toba Values and Perceived Organizational Support on The Psychological Well-Being of Bata Toba Civil Servants in North Sumatera. *Journal of Educational, Health and Community Psychology*, 13(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/jehcp.v13i3.29737>
- Simatupang, T. M., & Yulifar, L. (2023). “UMPASA” TRADISI KOMUNIKASI VERBAL MASYARAKAT BATAK TOBA DALAM MEWARISKAN NILAI KEARIFAN LOKAL (Studi Etnografi Sejarah Budaya Komunikasi). *Khazanah Pendidikan*, 17(2), 159. <https://doi.org/10.30595/jkp.v17i2.17841>
- Siregar, J., Siahaan, R. Y. K. P., & Sihombing, M. (2022). Nilai Sosiologis Dalam Lagu Anakhon Hi Do Hamoraon Di Ahu karya Nahum Situmorang. *KODE: Jurnal Bahasa*, 11. <https://doi.org/10.24114/kjb.v11i2.36132>

- Sitepu, Y. (2022). The Socio-Cultural Role of the Batak Community in the Development of Lake Toba Tourism. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)*, 5(3). <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6740>
- Situmorang, L. (t.t.). *TINJAUAN KONSEP HAMORAON, HAGABEON, HASANGAPON PADA MASYARAKAT BATAK TOBA DI KOTA RANTAUPRAPAT.* <https://doi.org/10.36987/civitas.v2i1.3206>
- Situmorang, L. (2021). TINJAUAN KONSEP HAMORAON, HAGABEON, HASANGAPON PADA MASYARAKAT BATAK TOBA DI KOTA RANTAUPRAPAT. *CIVITAS (Jurnal Pembelajaran dan Ilmu CIVIC).* <https://doi.org/10.36987/civitas.v2i1.3206>
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society.* <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Sulfany, A., & Jalesvevano, F. A. (2023). Analisis Hukum Terkait Sistem Waris Patrilineal Adat Batak di Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 12–19.
- Tambunan, S. F. (2019). *ETNOFILOSOFI PEMERTAHANAN IDENTITAS BUDAYA DAN BAHASA ETNIK BATAK TOBA BAGI INTEGRITAS NASIONAL.*
- Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, Pub. L. No. 33 (2009).
- Wazis, K. (2022). *Komunikasi Massa: Kajian Teoritis dan Empiris.*
- Widiastuti, T., & Syafiyah, F. N. (2023). ANALISIS RESEPSI PADA PEMAKNAAN KELUARGA IDEAL DALAM FILM LAYANGAN PUTUS THE SERIES. *Jurnal Media Kom,* XIII(2). <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=b539e8d745f37b7eJmltdHM9MTcyMTI2MDgwMCZpZ3VpZD0zYjM0ZTYzNi0wZmQzLTZiNTEtMDJjYS1mMjc1MGU4ZjZhNDQmaW5zaWQ9NTIxMA&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=3b34e636-0fd3-6b51-02ca-f2750e8f6a44&psq=ANALISIS+RESEPSI+PADA+PEMAKNAAN+KELUARGA>

A+IDEAL+DALAM+FILM+LAYANGAN+PUTUS+THE+SERIES&u=a1aHR0cHM6Ly9wdWJsaWthc2kubWVyY3VidWFuYS5hYy5pZC9pbmRleC5waHAvbWVkaWFrb20vYXJ0aWNsZS9kb3dubG9hZC8yMTQ1MC84MDQ3&ntb=1

Xie, Y., Al Imran Bin Yasin, M., Agil Bin Shekh Alsagoff, S., & Hoon Ang Article Info, L. (2022). *An Overview of Stuart Hall's Encoding and Decoding Theory with Film Communication*. 8(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.5894796>

Yosephine, S. A., & Wibawa, D. S. (t.t.). GAMBARAN SUBJECTIVE WELL-BEING PADA PEREMPUAN YANG MENGALAMI INVOLUNTARY CHILDLESSNESS DALAM KELUARGA BATAK. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA* 2022, 11(1), 86–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/manasa.v11i1.3376>

Yunisha, R., & Pangesti, N. R. (2023). *Representasi Budaya Patriarki dalam Film Negeri-negeri Sedap Karya Benedion Rajagukguk*. 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24114/sasindo.v12i1.44875>

