

## Tanggapan Followers Mengenai Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Remotivi

**Farhan Aprilian Ruslan<sup>\*</sup>, Kiki Zakiah**

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

<sup>\*</sup>Farhanaprilian05@gmail.com, kikizakiahdawmawan@gamil.com

**Abstract.** Media owners take advantage of technological advances. Social media is a means to disseminate news and other information to the public. The existence of social media causes the spread of news quickly and has negative or positive effects. This makes audiences more selective in choosing the media they access. Presenting the issue of marginalized discrimination attracts attention for researchers. Marginalization is a phenomenon of imbalance in obtaining opportunities in economic, social, and educational aspects by a group of people. Unisba Journalism students are active users of social media. They chose Remotivi as a trusted medium. Not only do they actively use Twitter and access Remotivi, they are also active in writing comments in the column provided by Remotivi. The purpose of this study was to find out the hypothetical position of the Unisba Fikom Journalistic Students regarding Remotivi's broadcast, namely discrimination against marginalized communities. The method used in this research is qualitative with Stuart Hall's reception analysis approach and the theory used is Stuart Hall's meaning theory. The results of this study show that how the reception and mortgage positions of UNISBA journalism students are after watching Remotivi's shows.

**Keywords:** *Social Media, Analysis, Stuart Hall's Theory of Meaning.*

**Abstrak.** Keberadaan media sosial tersebut menimbulkan tersebarluasnya berita secara cepat dan menimbulkan efek negative ataupun positif. Hal tersebut membuat khalayak lebih selektif dalam memilih media yang diaksesnya. Menampilkan isu tentang diskriminasi kaum marjinal menarik perhatian bagi peneliti Marjinalisasi adalah fenomena ketidakseimbangan dalam memperoleh peluang dalam aspek ekonomi, social, dan pendidikan oleh sekumpulan masyarakat. Mahasiswa Jurnalistik unisba merupakan pengguna aktif media sosial. Mereka memilih Remotivi sebagai media yang terpercaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi hipotekal Mahasiswa Jurnalistik Fikom Unisba mengenai tayangan milik remotivi yaitu diskriminasi masyarakat marjinal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall dan teori yang digunakan adalah teori pemaknaan Stuart Hall. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bagaimana resepsi dan posisi hipotekal mahasiswa jurnalistik unisba setelah menonton tayangan milik remotivi.

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Resepsi, Teori Pemaknaan Stuart Hall.*

## A. Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, masyarakat semakin bergantung pada media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari. Dapat kita buktikan dalam website milik Data Indonesia.id bahwa jumlah aktif pengguna media social tahun 2022 mencapai 191 juta orang. Saat ini masyarakat lebih memilih aktif di media social untuk berkomentar dalam kolom yang telah disediakan oleh para pemilik media. Umumnya media sosial saat ini berperan sebagai acuan bagi khalayak untuk mendapat berbagai informasi dari banyaknya platform media di dalamnya. Transisi ini menyederhanakan proses memperoleh informasi; Jika Anda mempunyai smartphone, Anda pasti sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Bahkan para pemilik platform media sosial kini berlomba-lomba untuk mendapatkan peringkat teratas dengan menampilkan lebih banyak berita terkini, dan beberapa media bahkan menyiarkan berita di platform media sosial mereka secara real time, dengan semua berita terbaru muncul secara instan.

Kondisi ini tentunya melibatkan khalayak secara langsung untuk lebih jauh berinteraksi dan berdiskusi mengenai berita-berita yang diposting dalam media sosial ini. Tanggapan dari khalayak tersebut bisa menimbulkan pro dan kontra terlebih jika *posting-an* media tersebut menimbulkan banyaknya persepsi dari khalayak pembaca. Keuntungan media sosial tersebut bisa di akses dalam handphone yang setiap harinya bahkan kapanpun dan dimanapun khalayak ingin membaca berita kita sebagai khalayak tinggal mengaksesnya. Adanya media sosial ini sangat membantu bagi masyarakat yang senang mengakses dan membaca berita terbaru. Akibatnya, berbagai media sering berupaya menyajikan laporan investigasi melalui tulisan atau video dokumenter. Hal ini disebabkan sebab berbagai arus informasi modern dianggap sangat kuat dan canggih dalam menciptakan citra yang harus dipercaya oleh publik berdasarkan aspek kebenaran.

Sisi positif arus informasi di media sosial tidak hanya menggambarkan akurasi, perkembangan, dan penjelasan, tetapi juga memudahkan audiens menganalisis berbagai data yang dilampirkan pada berita yang diupdate langsung oleh pemilik media atau, seperti yang dinyatakan sebelumnya, oleh media, wartawan itu sendiri. Dengan demikian, penonton akan tetap membutuhkan realitas isu yang diangkat baik melalui media tulis maupun audio visual.

Salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan milenial saat ini ialah Twitter, yang dikenal dengan update berita terbaru yang sangat cepat dan segudang fitur, terutama untuk topik yang sedang dibahas; Fitur yang dijuluki sebagai trending topic ini akan muncul di halaman beranda sebelah kanan saat kita mengakses Twitter. Banyak sekali pemilik media yang memanfaatkan *Twitter* sebagai alat bertukar informasi dan interaksi langsung dengan khalayak. Dalam kondisi ini khalayak bisa secara langsung mengkritik atau memberi masukan kepada pemilik media. Interaksi tersebut menghasilkan berbagai macam tanggapan dari para pembaca lain dan ikut serta membahas tentang berita yang telah di update, tentunya hal tersebut memberikan keuntungan bagi pemilik media sosial karna secara langsung banyaknya khalayak yang interaksi dalam fitur komentar itu maka semakin terangkat juga rating dari media dan juga berita tersebut.

Tidak hanya tulisan dan foto berita saja yang dapat di bagikan dalam akun *Twitter* tetapi para pemilik media bisa juga berbagi cuplikan pendek ataupun video dokumenter. Beberapa media bahkan menampilkan konten berbagai macam tanggapan dari khalayak tentang suatu isu yang mengundang khalayak lain untuk menanggapi juga sehingga video tersebut menjadi *Trending Topic* di media sosial tersebut. Hal ini yang membuat sebagian masyarakat muda lebih tertarik untuk menggunakan media sosial *Twitter*.

Remotivi ialah media yang sering diakses oleh para peneliti. Yang merupakan outlet media dengan 111,5 ribu pengikut, menurut bio di profil Remotivi, didedikasikan untuk meneliti dan menerbitkan esai asli tentang media dan komunikasi. Menurut peneliti Remotivi banyak mengedukasi para *Followers*-nya dengan informasi-informasi yang disampaikan terkadang Remotivi memberikan ruang bagi khalayaknya untuk berdiskusi dalam kolom komentar mengenai suatu isu yang sedang hangat diperbincangkan. Selain mengedukasi pembacanya media ini menampilkan visualisasi pemberitaan yang menarik pembaca untuk terus mengakses Remotivi.

Marginalisasi ialah suatu keadaan atau proses yang menghalangi individu atau kelompok untuk berpartisipasi secara penuh dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik yang dinikmati oleh masyarakat yang lebih besar. Salah satu syarat marginalisasi ialah jika seorang individu atau kelompok dikucilkan atau dicegah dari partisipasi penuh dalam masyarakat. Marginalisasi juga dapat dipandang sebagai proses dinamis yang menghambat pencapaian penghidupan (pendapatan), kemajuan manusia, dan kesetaraan warga negara (alakhunova, 2015:8).

Dari beberapa pembahasan yang menarik perhatian peneliti ialah cuplikan pendek diskriminasi kaum marjinal dalam media sosial *Twitter* milik Remotivi. Antusias dari para pembaca remotivi ini ditampilkan langsung dalam kolom komentarnya juga fitur *Retweet* yang berjumlah 1.843 dan yang menyukai 2.489 akun. Cuplikan tersebut menarik perhatian karna saat ini masyarakat khususnya mahasiswa Unisba hanya mengetahui beberapa tokoh saja yang termajinkan padahal kenyataannya ada banyak kelompok marjinal yang jarang dijumpai atau bahkan keberadaannya dipinggirkan. Inilah yang ingin peneliti ketahui mengenai kaum-kaum atau kelompok-kelompok marjinal yang tidak diketahui oleh mahasiswa Unisba khususnya mahasiswa Jurnalistik Fikom Unisba. Kelompok marjinal pada umumnya dimiskinkan sebab kurangnya permodalan dan akses terhadap sumber pendanaan serta peluang usaha yang tidak menguntungkan kelompok marjinal. Remotivi menyajikan data dari kelompok terpinggirkan yang sebelumnya dikecualikan dalam cuplikan ini.

Dijelaskan dalam artikel Undangan Menulis : Media dan Marjinalitas di media sosial Remotivi Kelompok marjinal ialah mereka yang mengalami hambatan structural maupun kultural dalam pemenuhan hak-hak kewarganegaraannya. "Marginalisasi" didefinisikan oleh Ideaspeak sebagai proses di mana individu atau kelompok menjadi lebih rumit secara sistematis dalam interaksi mereka dengan institusi ekonomi dan politik yang dominan, baik sebagai akibat dari kelas ekonomi, identitas sosial, afiliasi politik, jenis kelamin, usia, atau perbedaan dalam kemampuan fisik dan mental. Dalam situasi itu banyak studi mengindikasikan jika media punya kontribusi baik dalam membantu pemenuhan hak-hak kelompok marjinal maupun dalam melegitimasi bahkan memicu tindakan diskriminasi terhadap mereka (Briant et al 2011; Troshanovski 2016; Gillespie et al 2013) peran media tersebut terwujud dalam bentuk representasi.

Cuplikan yang ditampilkan oleh media sosial Remotivi ini merupakan pemantauan tentang bagaimana kelompok marjinal di Indonesia direpresentasikan di media. Bisa juga berupa analisis yang menghubungkan pemberitaan media atau iklim media sosial dengan diskriminasi yang dialami kelompok marjinal.

Opini-opini yang berkembang dalam pemberitaan tersebut membuka jurang yang semakin lebar, komunikasi dan ruang publik sangat didominasi oleh elit-elit politik dan juga para pemilik modal. Mereka mempunyai akses yang besar terhadap media massa sehingga pendapat dan isu-isu yang mereka gulirkan bisa dengan cepat menyebar di ruang publik (Supriadi, 2021 :13)

Dalam penelitian ini peneliti menemukan salah satu film documenter yang cukup menarik dari akun media sosial Remotivi. Peneliti melihat banyaknya pengguna aktif di media social *Twitter* termasuk mahasiswa Jurnalistik Unisba bisa dilihat saat peneliti tidak sengaja menemukan banyaknya *followers* di media social tersebut. Menampilkan banyaknya diskriminasi kaum marjinal yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Remotivi menampilkan data-data para kaum yang mendapatkan diskriminasi. Documenter tersebut hanyalah dokumen singkat yang berlangsung selama 59 detik, dalam video tersebut yang peneliti tangkap dengan menampilkan kaum-kaum yang selama ini tidak terekspos oleh masyarakat mengingatkan jika mereka telah berjuang untuk mendapatkan haknya mereka ada hanya untuk didengarkan haknya diberi haknya bukan untuk disingkirkan. Mereka ada bukan menunjukkan jika mereka mempunyai kuasa mereka ada dan berbeda tapi bukan berarti tidak setara. Melalui hastag #KamiAda mengingatkan jika kaum marginalisasi ini keberadaannya sudah dipinggirkan namun bukan berarti mereka menghilang hanya saja keberadaannya kadang tak dianggap dan dihiraukan oleh para pemilik perusahaannya.

Maka dari itu peneliti ingin mengangkat dan juga mengetahui bagaimana tanggapan posisi hipotekal mahasiswa Jurnalistik Unisba yang mengakses media sosial *Twitter* dan mengikuti media sosial Remotivi juga menonton tayangan cuplikan pendek mengenai kelompok marjinal yang mendapat diskriminasi ini

Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Posisi Domionan Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Reotivi.
2. Untuk Mengetahui Posisi Negosiasi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Remotivi.
3. Untuk Mengetahui Posisi oposisi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Reotivi.
4. Untuk mengetahui resepsi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal setelah tayangan dalam Laporan Remotivi.

## B. Metodologi Penelitian

Film adalah gambar bergerak yang disajikan dan disebarluaskan kepada masyarakat dengan tujuan sebagai media hiburan. Pesatnya perkembangan film memudahkan masyarakat untuk mengakses dan dimanjakan oleh banyaknya genre hiburan mulai dari percintaan, komedia, drama asia, drama barat dan lain sebagainya. Selain media hiburan, film juga berperan sangat penting untuk menunjukkan visualisasi informasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian masyarakat. Documenter adalah sebuah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara dan berkisah tentang perjalanan yang dibuat sekitar tahun 1980-an. Menurut Griksen, seperti dikutip oleh Susan Hayward documenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas (dalam Effendy, 2009:3).

Film documenter biasanya disajikan dalam jumlah durasi yang cukup panjang juga pengerjaannya membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan film-film lainnya selain itu film documenter membutuhkan riset dan penelitian terlebih dahulu untuk mencapai keberhasilan untuk mengungkapkan sebuah berita atau informasi sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangannya. Yang ada dalam film documenter adalah realita berbeda dengan film fiksi yang isi ceritanya berdasarkan imajinatif seseorang. Dalam hal ini film documenter memiliki interpretasi yang kreatif bukan interpretasi yang imajinatif..

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Internet sebagai media interaksi sosial telah dikenal di seluruh dunia. Perkembangan penggunaan internet juga terus bertambah. Jumlah penggunaan telepon genggam yang telah menjadi budaya massa, tentu menjadi penyebab kemudahan mengakses media social. Melalui media sosial, komunikasi baik secara individu maupun kelompok akan terjadi secara lebih mudah (Alyusi,2016:2)

Pada dasarnya *Twitter* ini merupakan sebuah layanan jejaring social dan juga microblog yang memungkinkan penggunanya berkirim dan membaca pesan yang tidak lebih dari 280 karakter yang disebut sebagai tweet. Sebelumnya pesan di twitter hanya sampai 140 karakter tetapi pada tanggal 7 November 2017 ditambah menjadi 280 karakter. Twitter sendiri didirikan pada 21 maret 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams. Social media twitter sendiri rilis ke public pada 15 juli 2006. Markasnya berada di San Francisco, California, Amerika serikat. Marjinalisasi adalah fenomena ketidakseimbangan dalam memperoleh peluang dalam aspek ekonomi, social dan pendidikan oleh sekumpulan masyarakat (Alcock 1993) ialah bersumber daripada berbagai factor yang saling berkaitan dan kompleks. Akibat dari marginalisasi inilah, masyarakat tersebut menjadi miskin dan berada dalam keadaan serba naif. Masyarakat yang marginal ini mendapat peluang yang terbatas akibat daripada ketidakupayaannya mereka dalam beberapa aspek yang akhirnya memberi kesan negative kepada akuisisi hasil kemajuan negara.

Diskriminasi dalam kehidupan social atau hubungan antar individu maupun kelompok sebenarnya merupakan fenomena yang umum terjadi pada masyarakat di belahan dunia manapun. Namun fenomena tersebut dapat menjadi sesuatu yang serius ketika memasuki ranah yang tidak bisa di toleransi dan melanggar hak asasi manusia dan prinsip-prinsip

kemanusiaan. Diskriminasi sering kali terjadi karena diawali dengan adanya prasangka kita membuat perbedaan antara kita dengan orang lain. Perbedaan ini terjadi karena makhluk social yang secara alami ingin berkumpul dengan orang yang memiliki kemiripan dengan kita.

Analisis resepsi merupakan sebuah pendekatan baru dalam sebuah penelitian mengenai yang meneliti tentang khalayak media. Menurut Fiske dalam reception analysis khalayak telah menjelaskan bahwa, seseorang merupakan pihak yang berupaya mencari makna dari sebuah pesan pada teks media. Khalayak yang dimaksud disini adalah khalayak yang tidak pasif dan berdiam diri saat menerima berbagai terpaan media dari segala penjuru yang disampaikan. Analisis resepsi juga merupakan prespektif baru dari teori komunikasi dalam menjelaskan suatu aspek wacana dan social.

Media massa menurut Cangara (2003:134) merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Pada hakikatnya, media massa dibentuk untuk memberikan informasi dengan menggunakan medium tertentu hingga sebuah pesan informasi sampai kepada khalayak. Istilah media massa sendiri berkembang penggunaannya ketika digunakan untuk menjelaskan bahwa komunikasi digunakan dalam skala yang lebih besar. Media massa seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi manusia.

### **Paradigma dan Metode Penelitian**

Penelitian Ini menggunakan metode kualitatif Pemanfaatan teori kualitatif menuntut peneliti untuk terjun langsung ke lapangan, yang mengharuskan mereka mengumpulkan fakta serta tanggapan langsung terhadap masalah yang mereka bahas. Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk mengamati dan membuat kesimpulan dari data. Bognan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai "prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan, serta orang dan perilaku yang dapat diamati".

Peneliti menggunakan Teori Arti Stuart Hall dalam penelitian ini. Interpretasi makna individu, menurut Hall, dapat membuat perbedaan. Kode dikodekan (*encoded*) dan diterjemahkan dalam interpretasi ini (*encoded* di belakang). Hubungan antara pemahaman dan kesalahpahaman dalam pertukaran pesan komunikasi tidak selalu sistematis atau simetris; ini tergantung pada encoder dan decoder. Istilah "*Encoder*" dan "*Decoder*" mengacu pada generator dan penerima pesan, masing-masing. Ketika audiens memecahkan kode komunikasi, ada posisi hipotetis, yaitu:

1. Posisi *Dominan-Hegemonik* ialah klasifikasi khalayak yang menerima pesan dari media secara keseluruhan dan menafsirkannya secara tepat seperti yang dimaksudkan media.
2. Posisi *Negosiasi* ialah khalayak yang memahami apa yang digambarkan oleh media, namun tidak semuanya mempunyai arti yang sama. Penerimaan terdiri dari dua komponen, yaitu unsur adaptif dan unsur oposisional. Ini menunjukkan jika pesan tersebut telah ditawarkan.
3. Ketika audiens sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh media, mereka berada dalam posisi oposisi. Mereka menolak pesan tersebut sebab bertentangan dengan pengetahuan dan nilai-nilai mereka sebelumnya.

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi audiens menjelaskan proses pembuatan makna audiens. Proses penciptaan makna digunakan untuk mengamati dan memahami tanggapan, penerimaan, sikap, dan makna khalayak atau pembaca yang dihasilkan oleh suatu media, antara lain media sosial, majalah, atau tayangan televisi.

Peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan informan. Menurut teori resepsi Stuart Hall, tidak ada interpretasi pesan yang menghalangi kemungkinan keragaman dan tidak selalu simetris. Mungkin ada miskomunikasi selama proses pertukaran pesan. Ini bervariasi sesuai dengan encoder dan decoder. Pendekatan resepsi yang dipadukan dengan teori makna Stuart Hall menjadi pedoman peneliti dalam penelitian ini. Mahasiswa jurnalistik angkatan 2018 yang memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti membantu peneliti

dalam mengurai Twitter Remotivi. Kemudian, penerimaan yang diterima setiap nara sumber menjadi objek untuk diteliti juga.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Posisi Dominan-Hegemonik ialah klasifikasi khalayak yang menerima pesan dari media secara keseluruhan dan menafsirkannya secara tepat seperti yang dimaksudkan media. Sub bab ini akan mengkaji resepsi posisi hegemoni dominan yang bersifat pandangan *audience* pada suatu berita yang dilihat di dalam media sosial *Twitter* Remotivi, kajian tersebut akan bersisi seputar resepsi mengenai unggahan dengan tema kaum marginal di Indonesia.

Kajian Hegemoni Dominan pada pembahasan ini akan meliputi posisi di mana postingan dengan kalimat yang disampaikan di dalam unggahan video yang dipublikasikan oleh Remotivi diberikan atau dibagikan kepada seluruh masyarakat umum pengguna media *Twitter* dan secara tidak langsung *audience* yang melihat memiliki nilai makna terhadap postingan terkait, Setiap *audience* memiliki penafsirannya masing-masing pada unggahan mengenai kaum marginal tersebut.

*Audience* yang dijadikan sample pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik.

Dari hasil temuan penelitian dengan wawancara dengan informan peneliti bahwa postingan tentang tema kaum marginal di sebuah akun twitter Remotivi memiliki banyak penafsiran dari berbagai pihak, dengan diangkatnya tema kaum marginal kita jadi tau siapa kaum marginal tersebut dan dimana mereka berada. Kaum marginal ini membutuhkan bantuan dari pihak – pihak yang bisa membantu setidaknya berupa support dan mengakui bahwa keberadaan mereka itu ada.

### Pembahasan Posisi Negosiasi

Posisi Negosiasi ialah khalayak yang memahami apa yang digambarkan oleh media, namun tidak semuanya mempunyai arti yang sama. Penerimaan terdiri dari dua komponen, yaitu unsur adaptif dan unsur oposisional. Ini menunjukkan jika pesan tersebut telah ditawarkan.

Kajian posisi negosiasi dalam penelitian ini berfokus pada pemaparan konflik selain mediasi dan dialog. Posisi negosiasi dalam jurnalistik akan menekankan pada unsur pertukaran usulan yang diimplikasikan pada media *Twitter* yang terkait dengan unggahan video yang dipublikasikan mengenai kaum marginal yang terdiskriminasi oleh laporan Remotivi, perbedaan pendapat karena ketidaksesuaian resepsi yang dialami para *audience* atau pengguna *twitter* yang melihat unggahan tersebut untuk mencapai titik kesamaan pendapat. Umumnya, posisi negosiasi dapat kita temui dalam interaksi sosial pada publik.

*Audience* yang dijadikan sample pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik.

Remotivi mencoba mengingatkan khalayak untuk memberikan motivasi melalui unggahan terkait kaum marginal, unggahan tersebut menimbulkan pro dan kontra dalam media sosial terkait lingkup kaum marginal, harapannya kaum marginal dapat menanggapi dengan bijak akan perbedaan pendapat seluruh unsur masyarakat yang melihat unggahan tersebut.

Perbedaan setiap masyarakat tidak akan ada habisnya, perbedaan sudah terjadi dan tertanam dalam pikiran setiap kalangan masyarakat dengan pengalaman dan pengetahuan mereka terkait suatu hal, setiap masyarakat memiliki tanggapan tersendiri akan suatu hal yang mereka anggap dapat menimbulkan hal positif maupun negative dan pendapat untuk lebih memberikan tanggapan motivasi atau kritikan pedas yang diharapkan dapat membangkitkan topik terkait.

### **Pembahasan Posisi Oposisi**

Ketika *audiens* sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan oleh media, mereka berada dalam posisi oposisi. Mereka menolak pesan tersebut sebab bertentangan dengan pengetahuan dan nilai-nilai mereka sebelumnya.

Kajian posisi oposisi pada pembahasan ini akan meliputi posisi di mana postingan dengan kalimat yang disampaikan di dalam unggahan video yang dipublikasikan oleh Remotivi beberapa pihak menilai tidak perlu disampaikan dengan pendapat yang beragam, ada yang beranggapan itu tidak diperlukan ada yang beranggapan hal tersebut akan menimbulkan ketersinggungan, oposisi dalam hal ini bersifat menolak bentuk pesan yang disampaikan oleh Remotivi dengan tema kaum marjinal yang terdiskriminasi.

*Audience* yang dijadikan *sample* pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik.

Pemaparan yang telah dinyatakan oleh seluruh informan mengenai unggahan laporan Remotivi dengan tema kaum marjinal peneliti mendapatkan informasi yang akan di analisa, penafsiran tersebut dengan berfokus pada komentar negatif maupun penolakan terkait pembahasan kaum marjinal.

Penolakan yang dimaksud dengan berfokus pada kolom komentar, dimana beberapa yang melihat cuitan tersebut terdapat perbedaan atau bahkan menolak postingan tersebut semakin tersebar. Postingan tersebut dianggap akan menimbulkan konflik antar beberapa masyarakat, konflik tersebut nantinya muncul karena setiap individu memiliki pola pemikiran yang berbeda-beda.

Remotivi disini hanya mencoba mengingatkan khalayak untuk tidak mengasingkan kaum marjinal yang dianggap sebagai kaum anarkis atau kurang baik dalam lingkup sosial bermasyarakat, unggahannya ada yang menilai dengan positif dan juga negatif, namun sisi oposisi disini cenderung menumbuhkan konflik pendapat di media sosial, waktu postingan dapat dikatakan sudah tepat waktu, dari reaksi masyarakat tentu saja saat ini era digital membuat umat manusia melupakan segala hal dari sisi kemanusiaan, hal ini akan mengedukasi masyarakat untuk bersadar diri dan saling mengingatkan satu sama lain.

Setiap masyarakat memiliki hak untuk berpendapat namun kembali lagi kepada masyarakat yang khususnya adalah kaum marjinal bagaimana menilai postingan tersebut yang nantinya akan berpengaruh pada lingkup sosial mereka dengan masyarakat sekitar, beberapa pihak yang mengetahui hal tersebut harus ditanggapi dengan bijak, oposisi waktu postingan menurut laporan Remotivi secara realita sosial sudah cukup tepat karena lingkup masyarakat cenderung berfikir dengan ego nya sendiri dan aspek tersebut diharapkan mampu membuat masyarakat yang beruntung mau membantu kaum marjinal dengan lebih baik lagi untuk masa depan setiap masyarakat Indonesia.

### **Pembahasan Resepsi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal setelah Melihat tayangan dalam Laporan Remotivi.**

#### **Pembahasan Followers sebagai Khalayak Aktif**

Penjelasan mengenai teori ini telah melihat bahwa, audiens secara aktif menginterpretasikan teks media dengan cara memberikan makna atas pemahaman dan pengalamannya sesuai dengan apa yang dilihatnya. Sementara itu, makna pesan tidak bersifat permanen, sehingga makna dikonstruksi oleh audiens melalui komitmen dalam suatu kegiatan interpretatif. Dengan kata lain, khalayak pada penjelasan ini yaitu bersifat aktif dalam menginterpretasi dan memaknai teks media. Berdasarkan bukunya mengenai Teori Komunikasi Massa, McQuail (Palmgren, Lawrence, & Rosengren, 1985)

Mengkaji Followers aktif dalam penelitian ini akan berfokus pada akun sosial media twitter yang dianggap aktif dalam hal berkomentar pada pembahasan yang diunggah oleh laporan Remotivi mengenai kaum marjinal yang terdiskriminasi, beberapa akun yang dianggap aktif pada satu topik tentunya menarik untuk dilihat

Audience yang dijadikan sample pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik.

Setelah kelima informan memberikan pernyataan mengenai khalayak *followers* yang aktif dalam membahas atau melakukan diskusi terkait postingan kaum marjinal yang dipublikasikan oleh Remotivi memperoleh hasil bahwa ketika ada *followers* aktif yang membahas atau melakukan diskusi ketika diskusi tersebut tetap pada tema dan mengambil pesan positif dari postingan tersebut menjadi hal yang sangat baik namun ketika komentar itu kurang baik atau diskusi itu diluar tema postingan tersebut maka lebih untuk tidak dilakukan komentar yang negatif.

### **Pembahasan Followers sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, pemirsa**

*Audiens* atau *followers* diartikan sebagai penerima pesan-pesan dalam komunikasi massa, keberadaannya tersebar, beragam atau heterogen dan berjumlah banyak. Dapat dikatakan seluruh unsur pengguna media tidak memiliki batasan usia sehingga setiap informasi hingga menjadi viral akan mempengaruhi lingkup sosial skala besar.

Mengkaji *Followers* yang dapat dikatakan tidak terbatas pada penelitian ini dalam media *twitter* terdapat fitur *retweet* yang berate setiap pengguna yang melihat dapat menyebarkan postingan orang lain secara bebas kepada para pengikut penggunanya, kejadian tersebut akan menumbuhkan individu yang melihat, mendengar cerita berdasarkan postingan bahkan pengikut yang memantau siklus pembahasan dari awal hingga akhir, viralnya video cuplikan mengenai diskriminasi kaum marjinal di *twitter* Remotivi menarik beberapa pengguna *twitter* untuk memosisikan sebagai penonton, pembaca, pendengar, dan pemirsa.

Seperti teori berit ini *Audiens* diartikan sebagai penerima pesan-pesan dalam komunikasi massa, keberadaannya tersebar, beragam atau heterogen dan berjumlah banyak. (Palmgren, Lawrence, & Rosengren, 1985) *Audience* yang dijadikan *sample* pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti bahwa kelima informan terlibat sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, dan pemirsa pada cuplikan pendek diskriminasi kaum marjinal di akun *twitter* Remotivi.

### **Followers sebagai media massa**

*Audiens* di sini menekankan ukurannya yang besar, heterogenitas, penyebaran, anonimitasnya serta lemahnya organisasi sosial dan komposisinya yang berubah dengan cepat dan tidak konsisten. (Palmgren, Lawrence, & Rosengren, 1985).

Pada penelitian ini pengikut dari Remotivi melakukan penyebaran yang secara tidak langsung membuat unggahan Remotivi terkait kaum marjinal semakin banyak atau tersebar kepada seluruh pengguna *Twitter* secara global. *Audience* yang dijadikan sample pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik. Berdasarkan hasil wawancara salah satu informan berpendapat bahwa *followers* pada media *twitter* khususnya akun Remotivi berpera sebagai media massa dimana *followers* bisa menyebarkan lebih luas berita yang disampaikan, salah satunya cuplikan pendek diskriminasi kaum marjinal pada akun *twitter* Remotivi.

### **Pembahasan Followers sebagai politik atau kelompok sosial**

*Audiens* didefinisikan sebagai praeksistensi dari kelompok sosial yang aktif, interaktif, dan sebagian besar otonom yang dilayani oleh media tertentu, tetapi keberadaannya tidak bergantung pada media. (Palmgren, Lawrence, & Rosengren, 1985).

Kelompok sosial dalam pembahasan ini merupakan masyarakat yang memiliki kesadaran bersama dan saling berinteraksi. Kelompok sosial terbentuk dari interaksi antara individu yang terfokus pada postingan Remotivi terkait pembahasan mengenai kaum marjinal yang terdiskriminasi. Para individu tersebut melakukan kontak dan komunikasi antar sesama pengguna *Twitter*. Audience yang dijadikan sample pengujian merupakan mahasiswa yang memiliki karakteristik berpikiran kritis sehingga setiap pertanyaan yang diajukan dapat dijawab dengan kalimat yang positif mengenai postingan yang di unggah, pemilihan informan didapat dari Universitas Islam Bandung (UNISBA) yang berfokus pada pengetahuan seputar Jurnalistik. Berdasarkan wawancara kelima informan dapat diketahui tidak ada yang memangku kepentingan untuk politik namun terlepas dari banyaknya followers Remotivi, informan berpendapat bahwa bisa saja pihak lain memanfaatkan viralnya berita untuk kepentingan tersendiri.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Bagaimana Resepsi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Remotivi?” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisa Posisi Dominan Followers mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal dalam Laporan Remotivi. Dari hasil penelitian ini peneliti menemukan empat informan yang menempati posisi dominan yaitu Dimas Fathony, Nadika Rachmadi, Della Trisnawati, dan Hazel Rayhan. Keempat informan menempati Posisi Dominan karena keempat informan tidak ada keraguan atau perbedaan pesan yang di terima.
2. Analisa Posisi Negosiasi Followers mengenai cuplikan pendek diskriminasi kaum marjinal dalam laporan Remotivi. Dari hasil penelitian ini peneliti menemukan seorang informan yang menempati Posisi Negosiasi yaitu Jufadli Rahman. Jufadli menempati Posisi Negosiasi karena informan menerima pesan yang disampaikan namun memiliki pandangannya sendiri terhadap pesan yang disampaikan oleh Remotivi
3. Analisa Posisi Oposisi follower mengenai cuplikan pendek diskriminasi kaum marjinal dalam penelitian ini peneliti tidak menemukan informan yang menduduki Posisi Oposisi, karena kelima informan dapat menerima pesan yang disampaikan Remotivi sepenuhnya, meskipun ada satu informan yang memiliki pandangannya sendiri.
4. Analisa Resepsi Followers Mengenai Cuplikan Pendek Diskriminasi Kaum Marjinal setelah melihat tayangan dalam Laporan Remotivi. Dibagi dalam beberapa pandangan yaitu, mengkaji followers sebagai khlayak aktif, followers sebagai kumpulan penonton, pembaca, pendengar, dan pemirsa. Followers sebagai media massa, followers sebagai politik atau kelompok sosial, followers sebagai pasar.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] Adi, T.N. Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi, dalam.Jurnal Acta Diurna. Vol 8, No 1,1,26
- [2] Akhmad, S. (n.d). Analisis Pengaruh Komunikasi, Pengalaman Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Profesionalisme Karyawan Pada Bank Sarana Prima Mandiri Pamekasan. Skripsi. Surabaya: Univeristas Wijaya Putra Surabaya
- [3] Alcock, P. 1993. Understanding Proverty. New York: Macmillan Pres Ltd.
- [4] Alwasilah, A. 2011. Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Jakarta: Pustaka Jaya.
- [5] Annas, M. 2017. Analisis Resepsi Informasi dan Hiburan Penonton Tayangan Tonight Show. Skripsi. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara Tangerang
- [6] Dahalan, M.A. 2008. Manusia Komunikasi, komunikasi manusia. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- [7] Dyah, Shiefti, A. 2016. Media social. Jakarta: Kecnana Prenadamedia Group.
- [8] Effendy. 2003. Ilmu Teori dan Filasafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- [9] Effendy, O.U 2009. Komunikasi teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [10] Hall, Stuart. 2011. Budaya Media Bahasa: Teks Utama Pencanang Cultural Studies 19721979. Penerjemah: Saleh Rahmana. Bandung: Jalasutra,
- [11] Idham,H. 2019. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubing YangDitampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @indocluing. Tesis.Surabaya: Universitas Airlangga
- [12] Moleong, Lexy J. 1995. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [13] Montgomery, T. L. 2005. Interpretation: writing, reading, and critical thinking. New York: Pearson Education
- [14] Mulyana, Deddy. 2014. Ilmu Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [15] McQuail, Denis 2011. Teori Komunikasi Massa Mcquail, Jakarta : salemba Humanika
- [16] Sugiyono. 2008. Metode Penelitian kuatitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [17] Sugiyono. 2011. Metode Penelitian kuatitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [18] Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- [19] Susanti, B. 2016. Analisis resepsi Terhadap Rasisme Dalam Film (studi Analisis Resepsi12 Years a Slave pada Mahasiswa Multi Etnis). Skripsi. Surakarta.Universitas Muhammadiyah Surakart.
- [20] Supriadi, Yadi. 2021. Jurnalisme Publik. Bandung: Epigraf
- [21] Hidayah, Nuril. 2022. Membangun Budaya Kolaborasi Digital Melalui Fandom: Kasus Indonesian Dears with Love. Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital, 2(2), 141-150.