**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 10 (2021): September, 10.21070/ijccd2021761
Village Development Articles

# Table Of Content

**Journal Cover** . . . . . 2
**Author[s] Statement** . . . . . 3
**Editorial Team** . . . . . 4
**Article information** . . . . . 5
Check this article update (crossmark) . . . . . 5
Check this article impact . . . . . 5
Cite this article . . . . . 5
**Title page** . . . . . 6
Article Title . . . . . 6
Author information . . . . . 6
Abstract . . . . . 6
**Article content** . . . . . 7

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

## Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

## Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode


Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 10 (2021): September, 10.21070/ijccd2021761
Village Development Articles

# Editorial Team

## Editor in Chief

Dr. Totok Wahyu Abadi (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

## Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

Rohman Dijaya (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Scopus]

## Member of Editors

Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana (Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia) [Sinta]

Bobur Sobirov (Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan) [Google Scholar]

Farkhod Abdurakhmonov ("Silk Road" International University of Tourism, Uzbekistan) [Google Scholar]

Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SUrabaya, Indonesia) [Scopus]

Complete list of editorial team (link)
Complete list of indexing services for this journal (link)
How to submit to this journal (link)

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 10 (2021): September, 10.21070/ijccd2021761
Village Development Articles

# Article information

## Check this article update (crossmark)

## Check this article impact (*)

## Save this article to Mendeley

(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

**Indonesian Journal of Cultural and Community Development**
Vol 10 (2021): September, 10.21070/ijccd2021761
Village Development Articles

# Audience Reception of Sara's Mystery Diary Content on Sara Wijayanto Youtube Channel

## *Resepsi Audiens Terhadap Konten Diary Misteri Sara di Youtube Channel Sara Wijayanto*

**Oktaviani Dewi Suprobo, oktavianidewisuprobo@gmail.com, (0)**
*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

**Djarot Meidi Budi Utomo, djarotmeidibudiutomo@umsida.ac.id, (1)**
*Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia*

(1) Corresponding author

**Abstract**

Kemunculan media baru membuat media lama bergeser eksistensinya. Salah satu media baru yang paling digandrungi di era sekarang ini yakni aplikasi youtube. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui resepsi audiens terhadap konten 'Diary Misteri Sara' di youtube channel Sara Wijayanto di masyarakat Desa Suko Kecamatan Sidoarjo. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis menurut Miles dan Huberman yaitu dengan mereduksi data, menyajikan data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini ditinjau dari latar belakang pengalaman audiens ada beberapa informan yang memiliki experience yang sama dengan konten Diary Misteri Sara, dan ada juga yang tidak. Informan yang tidak memiliki pengalaman mistis mengetahui cerita-cerita 'hantu' dari teman atau orang terdekat mereka. Dari tujuh informan terpilih, lima diantaranya berada di posisi dominan, yang artinya mereka menerima seluruh pesan yang disampaikan Sara Wijayanto. Dua informan ada di posisi negosiasi dimana informan menyeleksi pesan yang disampaikan oleh Sara. Dan tidak ada satu-pun informan yang berada di posisi oposisi. Masyarakat berusia 17 sampai 45 tahun mampu mengoperasikan media baru dengan bijak. Pada usia tersebut, mereka masuk pada kategori pengguna media baru yang aktif. Youtube merupakan aplikasi yang sering digunakan audiens untuk menghabiskan waktu luang mereka.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

# Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu, pola pikir masyarakat semakin maju dan berkembang. Hal ini berdampak pada kemajuan teknologi yang kita dapat di fase sekarang. Jika kita menengok kembali ke belakang, banyak sekali perubahan yang terjadi. Diantaranya; dulu dalam menyampaikan pesan atau kabar jarak jauh menggunakan surat dan harus mengirimkannya melalui kantor pos, sekarang sudah berganti dengan e-mail atau surat elektronik yang bisa dikirim kapanpun dimanapun kita berada. Begitu pula dengan penyebaran informasi yang semakin mudah untuk di dapat. Dengan membuka portal berita online kita sudah bisa mengakses berbagai peristiwa yang terjadi di seluruh penjuru dunia.

Mengingat kembali masa lampau, televisi dahulu merupakan alat atau media penyebaran informasi yang paling diminati oleh masyarakat. Karena informasi yang tersedia bukan hanya teks hitam diatas kertas, namun juga dapat kita lihat dan kita dengar, yang artinya semua panca indera kita memproses pesan yang masuk. Sehingga informasi tersebut dapat kita proses lebih cepat daripada hanya mengandalkan salah satu panca indera saja. Akan tetapi berita yang disiarkan hanya di waktu yang dijadwalkan saja (bisa jadi tidak ada pengulangan informasi). Dari sinilah masyarakat mulai berfikir bagaimana cara agar informasi itu dapat dinikmati dimana saja tidak terbatas ruang dan waktu.

Beberapa ahli membedakan fungsi komunikasi massa untuk individu atau untuk kelompok. Dari berbagai pendapat mengenai hal diatas di rangkum sebagai berikut; informasi, pendidikan, hiburan, fungsi meyakinkan, fungsi membius, menciptakan rasa kebersamaan, fungsi integrasi dan empati, transmisi budaya, surveillance (pengawasan), meningkatkan aktivitas politik[1].

Kemunculan media baru membuat media lama bergeser eksistensinya. Hal ini dikarenakan orang-orang lebih memperhitungkan kecepatan penyampaian pesan serta harga produksi yang murah dan ramah lingkungan. Selain itu, media baru juga fleksibel yang berarti dapat menyajikan beragam bentuk informasi yang berupa kata, gambar, audio, video, dan lain sebagainya. Salah satu media baru yang paling digandrungi di era sekarang ini yakni aplikasi youtube.

Youtube merupakan platform media sosial berbagi video yang diciptakan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada bulan Februari 2005. Melalui youtube, kita bisa mengetahui semua peristiwa yang ada di belahan dunia manapun. Dan kelebihannya, media ini tidak terbatas ruang dan waktu. Misal peristiwa yang sudah terjadi sebulan yang lalu, masih bisa kita akses ulang. Jangankan sebulan yang lalu, setahun-dua tahun-tiga tahun yang lalu pun dapat kita akses dengan mudahnya. Selain itu, aplikasi youtube sudah terpasang di seluruh smartphone sehingga semakin memudahkan orang-orang untuk mengaksesnya.

Sara Wijayanto adalah aktris tersohor Indonesia. Wanita satu ini memiliki anugerah yang bisa jadi tidak dimiliki orang lain yakni dapat ‘merasakan’ kehadiran sosok-sosok yang tidak kasat mata. Dalam youtube channel-nya, ia sering mengunggah video aktivitas-aktivitas demikian tersebut. Dia menamai aktivitas tersebut dengan Diary Misteri Sara (DMS). Dalam konten DMS dikisahkan kalau Sara Wijayanto dapat berinteraksi dengan makhluk-makhluk beda alam dengan kita. Tidak hanya Sara Wijayanto, para kru juga sedikit-banyak dapat merasakan kehadiran mereka.

Sara Wijayanto memulai tayangan DMS pada tahun 2016, lebih tepatnya 28 Januari 2016. Di hari itu, Sara Wijayanto hanya mengunggah video trailer DMS. Lalu video eksekusi DMS pertama kali di upload pada 22 Februari 2016 berdurasi sekitar 10 menit dan telah ditonton oleh kira-kira 360.000 orang. Sampai hari ini, terdapat 85 video DMS yang telah dipublikasi di channel Sara Wijayanto dengan durasi video paling pendek 7 menit hingga paling panjang 1 jam bahkan lebih.

Dilansir oleh socialblade.com , youtube channel Sara Wijayanto mendapatkan rating A- yang artinya tidak sedikit netizen yang menonton tayangan yang disuguhkan oleh Sara. Sebanyak sekitar 2.5 miliar orang menonton tayangan Sara Wijayanto. Dikutip melalui laman diatas, Sara Wijayanto masuk dalam kategori top 250 youtuber se-Indonesia dengan urutan ke 128. Yang artinya, sosok Sara Wijayanto di kenal oleh banyak orang di Indonesia.

Resepsi audiens merupakan penerimaan khalayak terhadap suatu informasi. Tujuan dari riset resepsi ialah mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media dipadukan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya[2]. Proses resepsi ini melibatkan proses encoding-decoding. Encoding merupakan proses produksi media, para profesional media yang terlibatkan di dalamnya menentukan bagaimana peristiwa “mentah” diproduksi oleh media dalam wacana. Decoding ialah proses momen pemaknaan teks media yang dilakukan oleh khalayak secara bebas dan dimaknai berdasarkan ideologi khalayak[3].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rodyrgo L. T. Santos, dkk, yang berjudul “Characterizing the Youtube video-sharing community”, penonton youtube di dominasi oleh orang-orang yang berusia 17 sampai 20 tahun, disusul oleh orang-orang yang berumur 21 sampai 26 tahun[4].

Penelitian ini di dukung oleh penelitian Adia Titania Supriyatman yang berjudul Analisis Resepsi Penonton Remaja Video *Mukbang* dalam Kanal Youtube “Yuka Kinoshita” menyimpulkan bahwa informan mampu menerima dan

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

paham akan makna-makna yang disampaikan dalam video mukbang Yuka Kinoshita dan tidak menolak pesan-pesan yang disampaikan di video tersebut[5].

Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan riset “Resepsi Audiens Terhadap Youtube Channel Sara Wijayanto”. Peneliti ingin mengetahui lebih detail bagaimana resepsi khalayak youtube channel Sara Wijayanto di desa Suko kecamatan Sidoarjo.

# Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Mengacu pada judul penelitian ini yakni Resepsi Audiens Terhadap Youtube Channel Sara Wijayanto (Studi di Desa Suko Kec. Sidoarjo) maka tipe penelitian ini yaitu deskriptif dan dasar riset ini adalah kualitatif. Karena data-data yang dihasilkan bertujuan untuk mengurai lebih dalam tentang pemaknaan audiens di desa Suko terhadap youtube channel Sara Wijayanto.

Teknik Penentuan Informan

Informan merupakan orang yang akan diwawancarai, dimintai jawaban oleh pewawacara[6]. Informan ialah orang yang sekiranya mengetahui lebih dalam bagaimana peristiwa atau kejadian itu terjadi. Penelitian ini menggunakan 7 orang informan untuk melengkapi data yang diminta oleh penulis. Pada intinya, *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan informan dengan kriteria-kriteria tertentu[7]. Dan dalam penelitian ini kriteria-kriteria tersebut akan peneliti sampaikan sebagai berikut :

1. Masyarakat yang tinggal atau berdomisili di desa Suko kecamatan Sidoarjo
2. Masyarakat laki-laki atau perempuan yang berusia 17-45 tahun yang masuk dalam klasifikasi remaja akhir, dewasa awal dan dewasa akhir
3. Masyarakat yang menyukai tayangan Diary Misteri Sara (DMS) di channel youtube Sara Wijayanto.
4. Masyarakat yang telah menonton tayangan DMS di channel youtube Sara Wijayanto minimal sebanyak tiga kali.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan strategi-strategi untuk mengumpulkan data. Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh[8]. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Data sekunder yang digunakan ialah dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman mengatakan bahwa dalam mengolah data kualitatif menggunakan tiga cara yakni mereduksi data, menyajikan data dan penarikan kesimpulan[9].

Keabsahan Data

Teknik uji keabsahan data kualitatif biasanya menggunakan triangulasi. Triangulasi ini digunakan untuk mengecek kebenaran data dan dilakukan untuk memperkaya data. Menurut Nasution, triangulasi juga dapat berguna untuk menyelidiki validitas tafsiran peneliti terhadap data, karena itu triangulasi bersifat reflektif[10].

Menurut Denzin (Ferianto, 2013), membedakan triangulasi menjadi empat jenis yakni dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan triangulasi dengan memanfaatkan sumber. Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber data dilakukan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.

# Hasil dan Pembahasan

Profil Diary Misteri Sara

Secara historis Sara Wijayanto mengisi acara-acara serupa di stasiun televisi. Tapi tidak sesuai dengan kemauan dan konsep acara yang diinginkan Sara. Sara sendiri mempunyai mimpi untuk membuat sebuah program penelusuran misteri di televisi. Di salah satu stasiun televisi ternama, dengan acara bernama ‘Memburu Misteri’ merupakan salah satu acara yang sesuai dengan konsep yang diinginkan Sara. Namun tidak berjalan lama acara tersebut berakhir. Tidak berhenti disitu, lalu tercetuslah ide untuk membuat acara sendiri di sebuah platform baru.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Kemudian youtube terpilih sebagai media Sara untuk berbagi cerita.

Nama 'Diary Misteri Sara' sudah lahir sejak tahun 2016. Video pertama Diary Misteri Sara yang diunggah berupa trailer, yaitu pada 29 Januari 2016 di channel youtube 'Sara Wijayanto'. Video penelusuran pertama Diary Misteri Sara berjudul 'Pastur Tanpa Kepala Jeruk Purut (Mitos Hantu) | #DiaryMisteriSara' yang diunggah pada 23 Februari 2016. Dengan mengandung comedian Papham dan Oghet sebagai bintang tamunya.

Meskipun sudah terlahir sejak tahun 2016, formasi DMS baru terbentuk pada 20 Oktober 2018. Team DMS pada saat itu hanya Nyai, Mas Wisnu, Pak Dem, Pak Iwan, dan sesekali bersama bang Fadi dan Kak Nico Oliver sebagai co-host. Tentunya pada saat itu masih dengan perlengkapan shooting seadanya.

DMS (Diary Misteri Sara) memulai debut pertamanya pada 31 Oktober 2018, dengan adanya opening scene. Dan seiring berjalannya waktu, team DMS mulai bertambah dan peralatan shooting yang mulai berkembang, hingga akhirnya DMS dapat berjalan dengan konsisten.

Konsep Diary Misteri Sara sendiri adalah mengupas misteri dari tempat-tempat yang 'berhantu', tempat-tempat yang ditinggalkan dengan area yang lebih global dan luas dan ditayangkan di youtube. Rencana DMS kedepannya mengadakan penelusuran di luar area Jakarta, misal ke Bali, Jogja dan lain-lain. Awalnya Sara dan tim sempat berpikir negatif apakah acara DMS ini akan disukai banyak orang atau seperti acara lainnya yang pernah dipandu Sara. Namun semakin kesini respon masyarakat semakin baik. Bahkan tahun 2020 ini subscriber youtube channel Sara Wijayanto mencapai tujuh juta orang. Hal itu membuat Sara dan tim semakin semangat untuk berbagi cerita.

Pembahasan

Posisi Dominan

Pada proses pemaknaan yang dilakukan audiens dalam konten DMS, pengalaman yang pernah mereka alami sedikit banyak mengambil peranan yang cukup penting. Sehingga audiens bisa menerima apa yang disampaikan Sara Wijayanto dengan baik. Hal ini terlihat dari beberapa audiens menyatakan mempunyai pengalaman yang hampir sama dengan yang ada dalam DMS.

Salah satu pengalaman yang dialami informan yaitu melihat sosok pocong di dalam rumahnya. Kejadian ini sama hal nya dengan diceritakan dalam DMS bahwa dimana pun tempatya, pasti ada hal-hal gaib yang tak kasat mata, dan kita hidup berdampingan. Dalam salah satu video nya Sara yang berjudul "Perumahan Kosong – DMS [Penelusuran]" juga menjumpai sosok pocong. Pun ketika informan mengatakan jika merasa merinding atau merasakan firasat, bisa jadi memang di tempat tersebut memang ada makhluk-makhluk yang tak nampak. Peristiwa ini berkesesuaian dengan kondisi yang dialami Sara ketika berada di tempat penelusuran.

Sehingga teori yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm (2016) relevan dengan penelitian ini yaitu dimana komunikasi akan lebih efektif apabila 'field of experience' dari para pelaku komunikasi memiliki banyak kesamaan. Sehingga 'signal' yang dihasilkan semakin luas karena masing-masing pihak sender dan receiver memiliki pengalaman dan latar belakang yang hampir sama.

Dengan demikian Sara Wijayanto yang bertindak sebagai *encoder*/komunikator dan masyarakat desa Suko yang berperan sebagai *decoder*/komunikan, memiliki beberapa kesamaan *field of experience* sehingga *signal* yang dihasilkan cukup luas. Alhasil audiens berhasil mengartikan dan menerima konten DMS dengan baik.

Dalam pelaksanaannya, Sara Wijayanto melakukan komunikasi massa dengan tujuan untuk menceritakan penulusuran yang dilakukan Sara. Kemudian audiens melakukan pemaknaan pesan apa yang ingin disampaikan Sara dalam kontennya. Disini audiens bukan hanya satu-dua orang saja, beratus-ratus orang bahkan jutaan orang melihat konten DMS. Hal ini sudah dibuktikan semakin bertambah nya tahun, semakin banyak *subscriber* youtube channel Sara Wijayanto.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Roger D. Winmer dan Joseph R. Dominick (2016), dimana komunikasi massa adalah segala bentuk komunikasi yang ditransmisikan melalui media yang secara bersamaan dan mencapai sejumlah besar orang.

Saat melakukan komunikasi massa, media massa atau alat yang dipilih Sara untuk mentransmisikan pesannya dan memvisualisasi tontonan melalui media baru. Dimana media baru adalah media yang menggunakan teknologi digital atau jaringan teknologi komunikasi dan informasi seperti internet.

Sara Wijayanto memilih media baru sebagai wadah untuk berbagi kisah penelusurannya. Karena selain harga produksi yang lebih terjangkau, juga dengan kelebihannya dapat diakses disegala ruang dan waktu. Media yang dipilih Sara sangat mendongkrak popularitas Sara serta konten yang digeluti Sara; Diary Misteri Sara.

Situs web sharing video yang dipilih Sara sebagai media membagikan pengalamannya adalah Youtube. Dimana disana Sara terus tumbuh dan berkembang dalam mengekspresikan diri dan memperkaya karyanya. Sesuai dengan misi pendiri youtube, dimana disana kebebasan menggunakan peluang terbuka lebar selagi dalam ranah positif.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

Awal mula Sara menggunakan youtube untuk mengisi waktu luang. Dia hanya mengunggah kegiatan sehari-harinya seperti mengover lagu, belajar make-up, dan *daily activity* lainnya. Namun setelah acara yang dia geluti di pertelevisian berakhir, dia mencoba untuk meneruskan program tersebut di platform kekinian. Dia beralih ke channel youtube yang dimilikinya untuk melanjutkan dan lebih menyeriusi hobinya; yaitu melakukan penelusuran di tempat-tempat yang dibilang sebagian orang angker dan mistis.

Sara belajar dari pengalaman sebelumnya bahwa tidak semua orang menyukai program yang Sara hadirkan. Sehingga dia memilih youtube agar memudahkan mereka yang menyukai tayangan Sara dapat berlangganan di channel youtube Sara Wijayanto. Hal ini terbukti efektif terlihat dari sesi komentar di setiap postingan video Sara, banyak dari Saraddicts yang memberikan ucapan semangat, atau memuji *crew*, atau memberikan *quotes-quotes*, bahkan ada beberapa yang memberikan masukan dan saran rekomendasi tempat untuk ditelusuri lebih lanjut oleh tim DMS.

Studi resepsi menurut Stuart Hall (2005) berkaitan dengan proses *encoding-decoding*. Dimana tim Sara Wijayanto bertindak sebagai *encoder* yaitu memproduksi sebuah tayangan konten Diary Misteri Sara yang mengandung pesan dan inti yang akan disampaikan. Masyarakat desa Suko (informan) bertindak sebagai *decoder* yaitu melakukan pemaknaan pesan yang telah disampaikan oleh Sara Wijayanto. Selama bertindak sebagai *decoder*, informan memaknai tayangan Diary Misteri Sara secara bebas sesuai dengan ideologi dan latar belakang khalayak masing-masing.

Dalam proses *encoding* dan *decoding*, terdapat tiga kategorisasi yang mempengaruhi produksi pesan dan pemaknaan audiens. Tiga kategorisasi yang dimaksud adalah kerangka kerja pengetahuan (*frameworks of knowledge*), hubungan produksi (*relations of production*), dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*).

Bermula dari kerangka kerja pengetahuan, hubungan produksi dan teknik infrasturktur, Sara Wijayanto selaku *encoder* mengemas program Diary Misteri Sara sebagai bentuk wacana yang bermakna. Sehingga visualisasi konten Diary Misteri Sara dapat dinikmati oleh Masyarakat Desa Suko. Lalu masyarakat desa Suko melakukan pemaknaan sesuai dengan latar belakang kategorisasi yang sama.

Hasil *decoding* yang dilakukan oleh audiens, terdapat tiga posisi yang mengategorikan mereka setuju atau tidak setuju dengan program yang di buat. Tiga posisi tersebut ialah posisi dominan (menerima seluruh pesan tanpa adanya penolakan), posisi negosiasi (menyeleksi pesan yang mereka terima), dan posisi oposisi (menolak semua pesan).

Dari wawancara yang sudah dilakukan ke tujuh informan, lima diantaranya berada di posisi dominan. Hal ini diketahui dari jawaban-jawaban yang sudah mereka berikan. Pada posisi ini, informan menerima seluruh pesan yang disajikan oleh Sara Wijayanto.

Salah satu konten Diary Misteri Sara yang paling diminati oleh audiens adalah episode Tante Kun – DMS [Penelusuran]. Video ini berdurasi 46 menit 15 detik. Lokasi penelusuran berada di salah satu tanah kosong perumahan elit di Jakarta. Selain itu, konten DMS episode ini pernah menjadi trending nomor satu di bulan Februari tahun 2020 di Youtube. Sesuai dengan judulnya, video ini mengisahkan sesosok kuntilanak berwujud seram namun baik hati yang bersedia menjaga sosok anak kecil berumur 8 tahun.

Menurut salah satu informan yang telah di wawancarai, video ini sangat berkesan bagi dirinya. Karena banyak sekali pelajaran yang dapat di ambil sebagai pengingat. Informan lainnya mengaku bahwa setelah melihat konten DMS diatas, yang berhasil menduduki *trending* satu youtube Indonesia, jadi lebih sering mengikuti konten penulusuran DMS dengan mensubscribe channel Sara Wijayanto.

Satu diantara *scene* yang disuguhkan oleh Sara adalah ketika Sara dirasuki oleh sosok-sosok yang ada di sekitar lokasi *shooting*. Berdasarkan fakta di lapangan, memang ini dilakukan agar Sara lebih memahami dan mencoba lebih dekat kepada mereka yang tidak terlihat. Cara ini dilangsungkan supaya sosok tersebut mau bercerita kepada Sara pengalaman hidup seperti apa yang sudah mereka alami.

Informan yang berada di posisi dominan percaya bahwa apa yang dilakukan Sara tersebut adalah peristiwa yang *real* murni terjadi di lokasi penelusuran. Rasa percaya informan diperkuat dengan didatangkannya beberapa bintang tamu atau Saraddicts untuk ikut terjung bersama Sara.

Tujuh informan yang terpilih memiliki rentang usia 23 tahun – 27 tahun termasuk dalam kategori usia remaja akhir dan memasuki dewasa awal. Dimana usia tersebut adalah usia yang cukup aktif mengonsumsi media. Khususnya media digital yang terbilang baru dan dapat dikatakan cukup bijak untuk memilih tontonan apa yang ingin dia konsumsi.

Ketika bersinggungan dengan media, rata-rata audiens memilih menonton tayangan hiburan. Dikarenakan audiens ingin mengalihkan rasa penat mereka dari kegiatan sehari-hari mereka. Sehingga perlu untuk menyegarkan pikiran. Dalam sehari, audiens bisa mengonsumsi media selama berjam-jam ketika ada waktu luang.

Waktu luang setiap informan yang di wawancara berbeda-beda. Mereka yang bekerja dapat menonton youtube

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

ketika sore atau malam hari. Mereka yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga bisa melihat youtube ketika bermain bersama anak-anak mereka atau ketika anak-anak mereka tidur. Dan mereka yang berprofesi sebagai mahasiswa biasanya lebih sering melihat youtube di malam hari untuk menemani waktu mereka belajar.

Posisi Negosiasi

Dari tujuh informan yang terpilih, dua diantaranya berada dalam posisi oposisi. Dimana posisi ini diduduki oleh audiens yang menyeleksi pesan *encoder*. Artinya di satu sisi *decoder* menerima pesan, namun di bagian tertentu mereka menolak pesan yang disampaikan *encoder*. Lebih tepatnya, mereka tidak menerima semua yang dikatakan oleh *encoder* secara mentah.

Dilihat dari latar belakang pengalaman dua informan yang berada di posisi ini, salah satu dari mereka memiliki *experience* yang hampir sama dengan apa yang diungkap Sara di konten DMS. Sedangkan informan lain tidak memiliki pengalaman mistis satu pun. Hanya berupa pertanda seperti memiliki prasangka kurang baik atau merinding saja.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharma (2018) yaitu apa yang nyata bagi seseorang belum tentu nyata bagi seseorang lainnya. Pengalaman sehari-hari akan menuntun tiap individu untuk memiliki tipifikasi yang khas dan dapat diekspresikan melalui pola-pola tingkah laku yang spesifik saat beriteraksi dengan individu lainnya[11].

Rata-rata informan yang berada di posisi dominan sudah mensubscribe channel youtube Sara Wijayanto agar tidak tertinggal episode baru. Berbeda dengan informan yang berada di posisi oposisi, mereka tidak mensubscribe dan hanya melihat beberapa video DMS yang menurut mereka menarik perhatian mereka saja.

Informan yang berada dalam posisi ini ialah mereka yang menganggap tayangan DMS tidak settingan, namun di beberapa *part* atau *scene* dianggap kurang nyata. Seperti ketika Sara Wijayanto dirasuki oleh makhluk halus, menurut informan bisa saja itu dilebih-lebihkan. Mereka berasumsi senyata-nyatanya tayangan DMS, sedikit-banyak pasti ada yang diubah untuk memenuhi kebutuhan konten.

Dua informan berpendapat meskipun konten DMS adalah konten penelusuran atau bisa dikatakan konten mistis, jika sudah ditayangkan di youtube maka akan menjadi konten hiburan. Selain itu mereka berasumsi bisa saja Sara yang seorang indigo ini hanya berakting atau melebih-lebihkan peran sehingga menarik minat audiens yang lain.

Informan yang berada di posisi ini tidak sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan Sara. Mereka masih bisa menangkap niat baik Sara Wijayanto untuk membuat program Diary Misteri Sara ini. Diantaranya untuk lebih mawas diri ketika berada di tempat asing, dan lebih mendekatkan diri kepada Allah, serta berusaha untuk membuka wawasan bahwa meskipun tidak nampak tapi kita hidup di dunia yang berdampingan dengan eksistensi sosok-sosok tersebut.

Posisi Oposisi

Dari hasil wawancara yang dilakukan, seluruh informan menerima dengan baik tayangan Diary Misteri Sara. Sehingga tidak ada informan yang berada dalam posisi ini. Hal ini menandakan bahwa secara umum penonton menyukai konten yang dibuat oleh Sara Wijayanto.

# Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa resepsi audiens terhadap konten Diary Misteri Sara di channel youtube Sara Wjayanto di masyarakat Desa Suko Kecamatan Sidoarjo, yaitu ditinjau dari latar belakang pengalaman audiens ada beberapa informan yang memiliki *experience* yang sama dengan konten Diary Misteri Sara, dan ada juga yang tidak. Informan yang tidak memiliki pengalaman mistis mengetahui cerita-cerita ‘hantu’ dari teman atau orang terdekat mereka. Walaupun ada beberapa informan yang tidak memiliki pengalaman mistis, mereka tetap menyukai tayangan Diary Misteri Sara. Dari tujuh informan terpilih, lima diantaranya berada di posisi dominan, yang artinya mereka menerima seluruh pesan yang disampaikan Sara Wijayanto. Dua informan ada di posisi negosiasi dimana informan menyeleksi pesan yang disampaikan oleh Sara. Dan tidak ada satu-pun informan yang berada di posisi oposisi. Masyarakat yang berusia 17 sampai 45 tahun mampu mengoperasikan media baru dengan bijak. Pada usia tersebut, mereka masuk pada kategori pengguna media baru yang aktif. *Web sharing video* (youtube) merupakan aplikasi yang sering digunakan audiens untuk menghabiskan waktu luang mereka.

# References

1. Vera, Nawiroh. 2016, Komunikasi Massa, Bogor: Ghalia Indonesia.
2. https://sinaukomunkasi.wordpress.com/2012/02/16/mengkaji-khalayak-media-dengan-metode-penelitian-resepsi/ (diakses 2 Desember 2019 jam 23:04).

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.

3. Hardy, Stella. 2018, Pemaknaan Khalayak Terhadap Reality Show Karma ANTV: Kajian Analisis Resepsi Terhadap Khalayak Di Jakarta.
4. Santos, Rodyrgo L.T., dkk. Characterizing Youtube video-sharing community
5. Supriyatman, Adia Titania. 2019, Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube "Yuka Kinoshita", e-Proceeding of Management: Vol.6, No.1 April 2019.
6. Riduwan. 2013, Dasar-Dasar Statistika, Alfabeta CV.
7. Arikunto, Suharsimi. 2013, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis, Jakarta: Rineka Cipta
8. Akbar, Ali. 2018, Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV).
9. Ferianto, Dedi. 2013, Hubungan Disiplin Kerja Dengan Prestadi Kerja Karyawan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kabupaten Malang.
10. Hall, Stuart. 2005, Culture, Media and Language, Taylor and Francis e-Library.
11. Dharma, Ferry A. 2018, Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial., Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol: 7 No: 1 September 2018.

ISSN 2615-6180 (online), https://ijccd.umsida.ac.id, published by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). To view a copy of this license, visit https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/.