**Interpretasi Penonton Terhadap Konten YouTube dari Layaria**

**(Analisis Resepsi Tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” Dan “Ngantor Series”)**

**Aditya Rizky Gunanto 1); Ahmad Mulyana 2)**

**1)** [**adityarizkyg@gmail.com**](mailto:adityarizkyg@gmail.com)**, Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana**

**2)** [**ahmadmulyana@mercubuana.ac.id**](mailto:ahmadmulyana@mercubuana.ac.id)**, Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana**

|  |  |
| --- | --- |
| **Article Info:**  **Keywords:**  **Reception Analysis,**  **Social media,**  **Youtube, Audience.**  **Article History:**  Received :  Revised :  Accepted :  **Article Doi:**  http://dx.doi.org/12.12244/jies.2019.5.1.001 | **Abstract**  Research into this object departs from the content of YouTube Layaria in displaying its impressions, ranging from short films, comedy situation series to soft news, amid rampant YouTube impressions that compete in the era of social media today. This study aims to determine the interpretation of Layarian audience. Besides interpretation, this research is also to know the meaning of reality from Layaria show. The approach used in the form of qualitative research with research method that is the reception analysis from Stuart Hall. Informants from this study have 5 people determined from the audience of the choice of Layarian. From the results of this study there are 4 categorizations, as well as in the classification according to the categories Negotiated, Oppositional and Dominant Reading. Where informants tend to receive Layaria impressions as a medium of entertainment in watching YouTube |

Abstrak

Penelitian yang menjadi objek ini berangkat dari hadinya konten YouTube Layaria dalam menampilkan tayangannya, mulai dari film pendek, serial situasi komedi hingga *soft news*, ditengah maraknya tayangan YouTube yang bersaing di era sosial media saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui interpretasi penonton Layaria. Selain interpretasi, penelitian ini juga untuk mengetahui makna realitas dari tayangan Layaria. Pendekatan yang digunakan berupa penelitian kualitatif dengan metode penelitian yaitu analisis resepsi dari Stuart Hall. Informan dari penelitian ini terdapat 5 orang yang ditentukan dari penonton pilihan Layaria. Dari hasil penelitian ini terdapat 4 kategorisasi, serta di klasifikasi sesuai dalam kategori *Negotiated*, *Oppositional* dan *Dominant Reading*. Dimana para informan cenderung dapat menerima tayangan Layaria sebagai media hiburan dalam menonton YouTube.

**Kata Kunci:** Analisis resepsi, media sosial, *YouTube*, Audiens

# PENDAHULUAN

**1.1. Latar Belakang Masalah**

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](http://id.wikipedia.org/wiki/Blog), sosial network atau [jejaring sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial), wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Kenyataan bahwa media sosial bisa berfungsi sebagai media pemasaran, kampanye, dan brandingsudah tidak dapat dipungkiri lagi. Menurut Antony Mayfield dari [iCrossing](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf), media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang dengan pesat.

Sosial media saat ini menjadi hal yang paling digandrungi. Beberapa kelompok usia menggandrungi sosial media. Media yang baru saat ini telah menjadi dari bagian kehidupan. Technisica.com, membuat survey pengguna internet dan sosial media; dari 309 juta pengguna Handphone, 73 juta pengguna internet handphone, dan 72 juta diantaranya mempunyai dan menggunakan aplikasi – aplikasi sosial media. Hal ini jelas mengindikasi bahwa sosial media adalah sebuah hal yang paling digandrungin dan diminati banyak orang. Menurut Hebert Blumer dan Elihu Katz (1974) , teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna maedia adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik untuk usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternative untuk memuaskan kebutuhannya.

Seiring berkekmbangnya zaman serta kemajuan teknologi digital media, makin banyak media sosial yang bermunculan. YouTube merupakan salah satu website terpopular era kini. YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Domain yang bernama YouTube ini diasakan oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Web yang aktif sejak 15 Februari 2005 itu sangat diminati oleh banyak kalangan masyarakat di dunia, mulai dari anak kecil hingga dewasa. YouTube yang fenomenal mempunyai persepsi yang beragam, ada Pro dan Kontra, berasal dari berbagai Negara. Berbagai video sharing YouTube yang ada memiliki berbagai dampak sebagai media massa berbasis web ini. Mulai dari yang berdampak positif, negatif, dan juga dampak sebagai komunikasi massa. Efek yang ditimbulkan oleh YouTube sangat mempengaruhi kehidupan masa kini.

Kehadiran YouTube memberikan caranya sendiri dalam berkomunikasi. Batasan komunikasi ini lebih menitikberatkan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, dan media massa (seperti koran, majalah, TV, radio, film), serta khalayak. YouTube hadir sebagai pemuas dahaga audiens dalam mencari hiburan dalam bentuk audio visual. Cenderung berformat video seperti; music video, short film, universal clip, video tutorial, promo clip, feature & documenter.

Komunikasi massa adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Bittner, 1980). Komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara (De Fleur dan Dennis McQuail, 1985).

Munculnya YouTube di kalangan masyarakat dunia memunculkan  persepsi orang dalam bentuk pro dan kontra. Bagi mereka yang pro terhadap fenomena mutakhir YouTube, mereka memanfaatkan YouTube sebagai media pembelajaran musik dan disisi lain sebagai sarana menuju popularitas yang instant dan berkembang menjadi mesin pencetak popularitas. Budaya populer di ciptakan sebagai sebuah industri yang terorganisir untuk meraih profit, menciptakan produk yang sama dan terstandarisasikan bagi penyesuaian terhadap segelintir kelompok pemirsa dan dibutuhkan sebuah proses industri yang mentransformasikan pencipta sebagai pekerja yang terlelap atas ekspresi individual.

Raditya Dika hadir dengan konten – konten Daily Vlog serta promosi dari karyanya. Reza “Arab” Oktovian mengisi channel YouTube miliknya dengan “Video Gaming” yang memberikan tutorial serta walktrough dalam bermain game. Hanin Dhiya yang saat ini memiliki lebih dari 500.000 subscriber di channel miliknya, kita dapat menikmati cover lagu – lagu yang sedang tren. Dari sebagian banyak kreator channel YouTube, hadir sebuah channel yang menarik perhatian penulis, Layaria. Layaria merupakan official partner YouTube yang mendorong kreator untuk membangun karir melalui video online. Kami menyediakan studio, program konsultasi, dan mentoring untuk pembentukan karakter para kreator. Layaria juga membantu para kreator membentuk tim produksi yang solid mulai dari produser, cameramen, penulis naskah , dan sebagainya.

Didirikan oleh Dennis Adhiswara (Ada Apa Dengan Cinta?, Jomblo) sebagai CEO, Layaria hadir di YouTube dengan karakteristik yang unik. Mengupload konten (video) dengan konsisten setiap hari, dengan berbagai konsep dan tema, Layaria memberikan tontonan di YouTube dengan kesehariannya. Dibandingkan beberapa kreator channel YouTube lainnya, kehadiran konten – konten dari Layaria yang konsisten, setiap harinya meng-upload satu video, membuat audiens tertarik dan selalu penasaran dengan kelanjutan dari video – video selanjutnya.

Dengan menggandeng kreator YouTube yang lebih “lokal”, Layaria memperkaya channel YouTube mereka dengan berbagai konten – konten bervariasi, sehingga dapat mengeruk audiens yang hadir dari berbagai macam kalangan.

Layaria hadir dengan konsistensinya, mendekatkan diri kepada audiens dengan membuat program bernama Kantor Layaria. Program ini menghadirkan keseharian pegawai kantor Layaria dengan kesibukan masing – masing, yang menarik perhatian para audiens untuk menonton dan memberikan komentar mereka terhadap tayangan yang mereka konsumsi

**1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut diatas, dapat coba kita simpulkan, bagaimana Layaria dengan berbagai macam kontennya dapat menghadirkan ketertarikan serta membuat audiens puas dengan kontennya.

Bagaimana akun channel milik Layaria, dapat disenangi dan dinantikan para audiens, sehingga penonton selalu memberikan respon terhadap video yang dihadirkan oleh Layaria.

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah: bagaimana interpretasi audiens terhadap konten yang dihadirkan Layaria dalam YouTube, pada tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” dan “Ngantor”?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini mengetahui dan menganalisis interpretasi penonton pada tayangan Layaria dalam tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” dan “Ngantor”.

**1.4 Manfaat Penelitian**

**1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Manfaat dari penelitian ini memberiakn pandangan terhadap kalangan akademis untuk menjadikan kajian audiens sebagai pilihan peneliatian dalam dunia komunikasi.

2. Penelitian ini diharapkan menambah bahan bacaan dan sumber kajian seputar studi mengenai yang berkaitan dengan audiens, new media dan cultural studies.

**1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat diharapakan bermanfaat bagi para kreator YouTube untuk lebih memahami audiens mereka berada pada posisi segmen yang mana, serta melihat respon dari audiens.

**KAJIAN LITERATUR**

Penelitian komunikasi dalam ranah new media, terutama YouTube, dan audiens semakin berkembang. kritis makin berkembang serta memberikan banyak kajian – kajian yang kita peroleh. Hal ini membuktikan bahwa ilmu – ilmu sosial seperti ilmu komunikasi, adalah dinamis dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Tujuan Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
| 1 | Ido Prijana Hadi | Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis | untuk mengukur khalayak media adalah menggunakan reception analysis, dimana analisis ini mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak. | Analisis resepsi | Secara konseptual khalayak mengkonsumsi media dalam berbagai cara dan kebutuhan. Artikel ini merujuk pada pemikiran interpretif yang menekankan pada pengalaman subyektif (meaning-contruction) seseorang dalam memahami suatu fenomena. |
| 2 | Ani Suryani | Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Video YouTube ‘Keong Racun’ Sinta dan Jojo | Memahami fenomena tayangan YouTube dalam poupularitas video | Analisis resepsi | Memahami fenomena tayangan YouTube dalam popularitas yang dicapai melalui media YouTube serta video ‘Keong Racun’. |
| 3 | Tri Nugroho Adi | Mengkaji Khalayak Media Dengan Metode Penelitian Resepsi | mengkaji bagaimana audiens dipengaruhi oleh konten media | Analisis resepsi | Audiens dengan mudah dipengaruhi oleh konten media. Terutama media yang bersifat audio visual dimana media tersebut cenderung lebih mudah mempengaruhi. |
| 4 | Kandi Aryani | Analisis Penerimaan Remaja Terhadap Wacana Pornografi Dalam Situs – situs Seks Di Media Online | Mengetahui aktivitas remaja terhadapat pornografi dalam situs media online | Analisis resepsi | Cyberspace menjadi sebuah ruang public ( public sphere) baru yang memungkinkan partisipasi publik secara luas dan bebas bagi setiap orang. Sehingga semua orang dapat mengakses situs seks di media online |
| 5 | Mutia Rahmi Pratiwi | Interpretasi khalayak terhadap Program Tv ‘Islam Itu Indah’ di Trans Tv | Memahami interpretasi penonton terhadap penyampaian dakwah islam melalui program televisi | Analisis resepsi | Memahami penonton tentang penerimaan program teleivisi yang menyampaikan dakwah |

**METODE**

**3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini akan meliputi kumpulan dari konten produksi Layaria yang di unggah di YouTube, yang dikonsumsi oleh khalayak atau audiens, dimana penelitian ini akan mengkaji studi mengenai hubungan antara media dan khalayak.

**3.2 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam mengkaji penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Dimana paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antitesi dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan relaitas atau ilmu pengetahuan. Dalam paradigma ini mengkaji dan memandang ilmu sosial sebagai analisis sitematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang menyangkut dalam menciptakan serta memelihara atau mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003: 3).

Dalam penelitian yang menggunakan paradigma konstruktivis karena dalam penelitian ini ingin mengetahui pemahaman yang mendalami dan membantu proses interpretasi terjadinya suatu peristiwa. Sedangkan subjek penelitiannya adalah para penonton aktif Layaria yang menonton tayangannya secara rutin di YouTube. Walaupun sebelumnya sudah ada penelitian yang membahas analisis resepsi penonton, tetapi dalam penelitian ini lebih mengkaji dari keberagaman latar belakang informan yang berbeda, sehingga menghasilkan pemaknaan yang unik.

Secara metodologi, reception analysis termasuk dalam paradigma interpretive konstruktivis, dimana menurut Neuman (2000: 71) pendekatan interpretive “is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and interpretations of how people create and maintain their worlds”. Artinya paradigma interpretif dalam konteks penelitian sosial digunakan untuk melakukan interpretasi dan memahami alasan-alasan dari para pelaku terhadap tindakan sosial yang mereka lakukan, yaitu cara-cara dari para pelaku untuk mengkonstruksikan kehi-dupan mereka dan makna yang mereka berikan kepada kehidupan tersebut.

Paradigma konstruktivis dalam memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural. Dalam kajian ilmu komunikasi, paradigma konstruktivis seringkali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

Dari sisi ontologis, paradigma konstruktivis, Kriyantono (2008:51-52) realitas merupakan konstruksi sosial. Kebenaran suatu realitass bersifat relatif, berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Realitas diartikan sebagai hasil konstruksi mental dari individu pelaku sosial, sehingga realitas dapat dipahami secara beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman, konteks dan waktu.

**3.3 Metode Penelitian**

Penelitian yang dikaji ini menggunakan pendekatan kualitatif. Disampaian Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2010:248) analisis data dari kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja beriringan dengan data, mengorganisasikan data, menggeneralisasikannya menjadi sebuah satuan yang bisa dikelola, mensintesiskannya, membedah dan menemukan pola, menemukan apa yang penting serta dipelajari dan memutuskn apa yang dapat diceritakan pada khalayak lain.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Cresswell, 1998: 15). Bogdan dan Taylor (Moleong,2007: 3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata- kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

**3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sutopo (2006: 9), metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum dikelompokkan ke dalam dua jenis cara, yaitu teknik yang bersifat interaktif dan non-interaktif. Metode interaktif meliputi interview dan observasi berperanserta, sedangkan metode noninteraktif meliputi observasi takberperanserta, tehnik kuesioner,  mencatat dokumen, dan partisipasi tidak berperan.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan adalah Focus Group Discussion.

Focus Group Discussion (FGD) adalah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok. Teknik ini digunakan untuk mengungkap permaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. FGD juga dimaksudkan untuk menghindari permaknaan yang salah dari seorang peneliti terhadap focus masalah yang sedang diteliti (Sutopo, 2006: 73).

Sedangkan menurut Irwanto (1998) mengemukakan pendapatnya mengenai definisi diskusi kelompok terarah atau Fokus Grup Discussion adalah sebuah proses pnegumpulan informasi suatu masalah tertentu yang sanagt spesisifik melalui diskusi kelompok. Menurut Hening dan Coloumbia (1990) menyebutkan bahwa diskusi kelompok terarah atau Fokus Grup Discussion merupakan wawancara dari sekelompok kecil orang yang dipimpin oleh seorang narasumber atau moderator yang secara halus mendorong peserta untuk berani berbicara terbuka dan spontan tentang hal yang dianggap penting yang berhubungan dengan topik diskusi yang sedang dibahas.

**3.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verivikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data , penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verivikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2009: 339).

**3.6 Klasifikasi Informan**

Dalam penelitian ini, adapun sampel dan informan dalam penelitian ini dicari dalam bentuk klasifikasi berikut;

1. Informan adalah penonton (viewers) Layaria, dalam tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight”, dan “Ngantor”.

2. Informan telah men-subscribe channel YouTube Layaria

3. Informan adalah kategori remaja akhir.

4. Informan merupakan penonton yang cenderung menonton melalui handphone.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan menganalisi data dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai Interpretasi Penonton Terhadap Konten YouTube dari Layaria pada tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” Dan “Ngantor”. Hasil pengumpulan data dilakukan melalui FGD yang dilaksanakan pada 26 Januari 2018. Dimana para informan yang dipilih merupakan penonton setia Layaria.

**4.1 Gambaran Objek Penelitian**

Tayangan YouTube Layaria







Gambar 4.1 : Tayangan Layaria

Layaria memiliki banyak tayangan yang dikategorikan dalam beberapa tipe konten. Diantaranya, Layaria Highlight, berupa tayangan yang menampilkan info – info update seputar dunia internet dan hal yang sedang viral di YouTube.

Layaria memberikan sebuah tayangan yang berbeda dengan konten creator youtube lainnya saat merilis “Ngantor Series”. Dimana tayangan ini menampilkan keseharian kantor Layaria, dengan karakter – karakter karyawan, bos, anak magang, office boy, serta karakter lainnya.

Dari beberapa film pendek hasil produksi Layaria, “Sound Of Us” memiliki viewers yang paling banyak diantara konten film pendek lainnya. Sedangkan “Ngantor Series” yang berupa episodic dalam kehadirannya, beberapa episode spesial maupun kehadiran bintang tamu juga memiliki total tayang yang cukup tinggi. Layaria Highlight dengan konten yang menyampaikan info terkini serta hal yang sedang viral, mendongkrak total viewers karena seringkali membahas hal yang sedang viral.

**4.2 Matrix Hasil Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Penelitian | Dominant Reading | Oppositional Reading | Negotiated Reading |
| **Informan memilih YouTube sebagai media hiburan** | Memiliki pilihan tayangan daripada televisi.  Youtube memberikan ruang kepada penontonnya dalam memilih tontonannya, ketimbang tv.(Wawancara Ervan, 26 Januari 2018).  Youtube kita bisa milih, terutama buat orang tua, bisa pilih mana yang buat anak, mana yang di konsumsi sendiri. Kalo di Tv kan kita nontonnya gitu aja, gaada filternya lagi. (Wawancara Sukmarizkialdi, 26 Januari 2018).  itulah kenapa gw suka youtube, gw bisa nonton hal – hal yang gak di sensor hahahaha. Cukup memenuhi karena punya banyak pilihan konten. (Wawancara Raihan, 26 Januari 2018).  dan gw bisa pilih sesuka hati mau nonton apa, juga gak terpaku sama larangan-larangan dari KPI. (Wawancara Ferry, 26 Januari 2018).  Youtube yang makin mudah di tonton kapan aja dimana aja. dibanding sama media social lain, youtube kan video gitu, orang-orang lebih seneng nonton video ketimbang melihat kata – kata. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018). |  |  |
| **Motif Penggunaan Media**  **Penggunaan Handphone dalam Menonton Tayangan Layaria**  **Penggunaan Komputer dalam Menonton Tayangan Layaria** | soalnya buat sambil males-malesan menikmati berbagai posisi enak banget. Lebih sering pake handphone, karena lebih mudah dibawa kemana-mana.(Wawancara Ferry, 26 Januari 2018).  kalo pake handphone bisa dibawa kemana – mana, simple, kalo pake handphone bisa cari wifi gratisan. Jadi nonton dimana pun bisa. (Wawancara Raihan, 26 Januari 2018).  soalnya dari resolusi yang dibuat dari content creator tentunya punya kapasitas resolusi masing-masing, jadi lebih enak pake PC atau laptop. Kita bisa nikmatin teknik pengambilan gambar dan editingnya juga lebih jelas. ya sama, kalo lagi break ngampus, break kelas, lebih enak buka laptop, walaupun agak ribet buka-buka laptop, tapi lebih puas aja. Bisa sambil kerjain tugas juga. (Wawancara Ervan, January 2018) |  | pake handphone ya enak, bisa sambil tiduran, nge-browsing, youtube, cari info lainnya. Tapi kalo dikamar lebih enak pake PC sih. Tapi pake handphone lebih enak, sambil tidur-tiduran rebahan, kenikmaatannya itu. soalnya dikantor sering ada jeda, sambil istirahat, gak ada kerjaan ya nonton Layaria.(Wawancara Sukmarizkialdi, 26 January 2018)  ya kalo di handphone jelas ya, lebih simple, aksesnya juga. Tapi, gw lebih seneng nikmatin dari PC, karena dari sound dan visualnya lebih jelas. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018) |
| **Tayangan Layaria Sebagai Referensi Gaya Hidup** |  | Tidak ada, karena secara latar belakang dan pergaulan, kantor layaria beda dengan kantor saya. (Wawancara Sukmarizkialdi, 26 Januari 2018).  Kalau secara pakaian mungkin engga. Gaya bicara juga engga, karena jokes-nya seringkali gak sampe. (Wawancara Ferry, 26 Januari 2018  gabisa dijadiin referensi juga sih, buat sehari – hari, ya beda aja. Karena secara suasana juga pasti beda.(Wawancara Raihan, 26 Januari 2018). | Yaa sebenarnya bisa memberikan gambaran, ternyata gaya hidup dunia kantoran seperti itu ya. Saya yang masih kuliah pun mempunyai wawasan tentang gaya hidup kantor seperti apa. Dalam gaya bicara, hingga pakaian para pekerja industry kreatif seperti apa. (Wawancara Ervan, 26 Januari 2018)  Kalo style pakaian sih engga, tapi kalo style karakter, saya pilih Eno, sarkas dia dalam menyampaikan konten bagus banget. Kena. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018). |
| **Tanggapan informan terhadap tayangan Layaria**  **Ngantor Series**  **Tanggapan informan terhadap tayangan Sound Of Us** | gw yang kerja di dunia bank, lebih banyak tau tentang, oh kerjaan agency tuh kayak gini ya, dunia kreatif tuh kayak gini ya. Udah gitu, gw nonton Ngantor di kantor, jadi suka bandingin aja sama kehidupan kantor gw. (Wawancara Sukmarizkialdi, 26 Januari 2018).  itu yang paling suka sih di Sound Of Us, soalnya itu related banget sama kehidupan kita. Semua orang pernah SMA kan, dan semua orang pernah rasain jatuh cinta pada masa itu, jadi menarik aja sih buat saya. (Wawancara Ervan, 26 Januari 2018).  iya, kalo Sound Of Us real banget kayaknya sama kehidupan masa SMA, beda sama tayangan lain. Udah gitu kan semua orang pasti pernah jatuh cinta. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018).  ini cerita cinta SMA, semua pernah alamin itu, tadi juga dibilang sama yang lain. Ada cewek sama cowok temenan, yang satunya suka, nyimpen perasaan, udah gitu yang cewek takut kemurahan, yang cowok takut geeran. Itu nyata, itu yang gw suka. (Wawancara Ferry, 26 January 2018).  ya dengan nonton Ngantor, ternyata gw punya pandangan ya tentang dunia kerja industry kreatif tuh kayak apa, ternyata, di Layaria cuma main – main aja, hahahaha dan Sound Of Us emang deket banget sama kehidupan saya waktu SMA. (Wawancara Raihan, 26 Januari 2018). |  | Jokes internalnya Layaria banyak banget yang ada di video, jadi gw ga sebagai viewers ga terlalu ngerti. Lets say, gw nonton 10 video Ngantor, yang bener gw ngerti ga seluruhnya, ada episode emang bercanda harian yang gw ga ngerti. (Wawancara Ervan, 26 Januari 2018).  kalo dari konten, Ngantor, menghibur, sebagian isinya itu kan jokes, bercandaan, semua orang pasti suka jokes. kalo dari konten, Ngantor, menghibur, sebagian isinya itu kan jokes, bercandaan, semua orang pasti suka jokes. Dan setelah menonton ngantor Layaria, yaa kita bisa tau ya, kalo di Layaria tuh gak pernah kerja, hahahaha. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018).  gw beberapa lupa ada jokes mereka yang bikin roaming, mereka cukup sering untuk ngasih jokes – jokes internal,jadi gw cukup sering bingung juga. Gw ga ada persiapan buat ketawa, karena gw ga menyadari ini adalah sebuah jokes. (Wawancara Ferry, 26 January 2018). |
| **Jalan Cerita dan Konsep Film “Sound Of Us”** | cuma gw ngerasa kalo Sound Of Us lebih menarik aja, lebih deket sama dunia kita. Dan jalan ceritanya tuh formula drama banget. yaa, ini cerita cinta SMA, semua pernah alamin itu, tadi juga dibilang sama yang lain. Ada cewek sama cowok temenan, yang satunya suka, nyimpen perasaan, udah gitu yang cewek takut kemurahan, yang cowok takut geeran. Itu nyata, itu yang gw suka. (Wawancara Ferry, 26 Januari 2018).  iya, kalo Sound Of Us real banget kayaknya sama kehidupan masa SMA, beda sama tayangan lain. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018). |  |  |
| **Karakterisasi “Ngantor Series”** | Kalo karakteristik sih pasti masin masing punya ya, kalo gw suka banget Eno kalo lagi bahas-bahas tentang pemilihan gubernur yang kemarin. Sarkasnya bagus sih. (Wawancara Bintang, 26 Januari 2018).  Kalo saya, Bu Susi dan Dennis. Ya, mereka berdua kan bos yah di dalam serial itu. Tapi dua – duanya saling melengkapi. Disaat Dennis yang fun dengan karakternya, Bu Susi hadir dengan image yang disiplin. (Wawancara Ervan, 26 Januari 2018).  Nadine, hahahaha. Abisnya cantik sih, jadi pengen nonton aja. Terus abis nonton komen deh. Hahaha. (Wawancara Raihan, 26 Januari 2018).  Sama, Nadine juga, hahahah. Ya cantik sih. (Wawancara Ferry, 26 Januari 2018). |  | Tomi. Soalnya kocak aja, udah gitu mukanya lucu. Kadang kalo si Lim di Ngantor, agak lebay, kita tau dia (maaf) orang Cina, tapi pas kalo lagi ngomong gausah di sok – sok cinain gitu lah. Jadinya malah bikin gak nyaman aja nontonnya. (Wawancara Sukmarizkialdi, 26 Januari 2018) |

**4.3 Resepsi Penggemar Terhadap Tayangan Layaria**

Disampaikan oleh Stuart Hall, daam Baran (2003: 269-270), bahwa “analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (decoding), yang berarti pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas media teks, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media.”

Dalam merumuskan dalam kategorinya, maka hasil analisis dari masing – masing wawancara terhadap informan dapat dikategorikan menurut “the three hypothetical positions” untuk menempatkan posisi decoding resepsi penonton terhadap tayangan Layaria:

1. Dominant Reading

Dikatakan oleh Stuart Hall dalam Baran, (2003, 129-30) , “The media produce the message, the masses consume it. The audience reading coincide with the peferred reading”. Ini adalah situasi dimana media menyampaikan pesannya dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Atau disebut sebagai Dominant Reading.

Dalam hal ini, tidak ditemukan perbedaan, kontradiksi antara pesan konten kreator dengan hasil yang diterima penonton yaitu penotnon Layaria. Dimana hal ini dapat disimpulkan bahwa dari seluruh informan menyatakan setuju bahwa YouTube sebagai tontonan alternatif dan hiburan, serta mereka memenuhinya dalam menonton YouTube.

Dari respon informan yang ditanggap, YouTube sebagai media cenderung disukai karena YouTube salah satu sosial media perangkat dan platform yang memungkinkan pengguna secara global untuk membuat dan berbagi informasi disampaikan satu sama lain. (Gupta & Brooks; 2013).

Kehadiran YouTube sendiri menjadi pilihan dari tayangan televisi yang cenderung monoton secara konten, serta banyak yang beranggapan bahwa tidak sesuai klasifiakasi usia kebanyakan penonton. Adapun tayangan televisi saat ini kerapkali ditayangkan di YouTube secara steraming maupun Live On Demand serta hasil taping.

1. Negotiated Reading

Informan dalam situasi ini cukup memahami apa yang disampaikan secara dominan dan masih dianggap negosiasi dalam penerimaannya. Dalam penelitian ini, hasil informan cenderung merujuk pada Negotiated Reading. “The Audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case”. Dalam hal ini khalayak melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat. Stuart Hall, (1973).

Hal ini dikarenakan banyaknya respon yang menganggap dalam tayangan ini terlalu banyak bahan materi bercanda yang tidak dipahami penonton. Stuart Hall (1973), menyampaikan bahwa khalayak melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat. Budaya dalam hal ini merupakan budaya, atau bahan gaya bercanda dari tayangan Layaria. Dimana budaya setempat (pola lawakan dan bahan candaan) Layaria kurang dapat dipahami oleh penonton, tetapi penonton masih menyukai gaya atau pola candaan Layaria yang lainnya. Tapi dalam hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Negotiated Reading para informan cenderung mendekati memilih Dominant Reading, karena masih dapat menerima tayangan tersebut.

Dalam penelitian yang dirangkum dalam tabel 4.4, para informant cenderung merujuk pada Dominant Reading dalam hal kenikmatan menggunakan Handphone, atau Laptop dan komputer saat menonton. Dimana para penonton cenderung menggunakan handphone, dan lebih menyukai menggunakan handphone saat menonton Layaria. Media sosial menurut Utari dalam Uma (2014), sebuah media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas. Hal ini dipermudah dengan penggunaany menggunakan handphone.

Raihan menyampaikan, ia memilih menggunakan handphone dikarenakan akses yang lebih mudah dalam jangkauan internet, ia menyatakan bahwa penggunaan handphone lebih mudah untuk dibawa kemana – mana. Hal yang serupa disampaikan oleh Ferry, dengan menggunakan handphone ia dapat sambil melakukan aktivitas lain seperti bermalas – malasan.

Pernyataan berbeda disampaikan oleh Bintang, ia menyampaikan bahwa penggunaan handphone memang lebih mudah secara akses, tetapi penggunaan computer atau laptop akan lebih nikmat dalam menonton tayangan Layaria karena dapat menikmati segi audio dan visual lebih banyak. Hal serupa juga disampaikan Ervan, dalam menggunakan komputer atau laptop bisa lebih nikmat dalam menonton hasil kamera dan editing yang disajikan oleh konten kreator.

1. Oppositional Reading

Dalam penelitian yang dirangkum dalam tabel 4.5 yang membahas tayangan Layaria sebagai referensi kehidupan sehari – hari, mendapatkan respon yang Opposional Reading, dimana audiens menolak makna pesan atau kode yang disampaikan oleh media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan oleh media.

Hal ini tersampaikan bahwa pernyataan para informan tidak menggunakan tayangan Layaria sebagai referensi gaya hidup mereka. Dimana disampaikan pada tabel 4.5 para informan yang mempunyai latar belakang berbeda, juga memiliki gaya hidup yang berbeda sebelumnya saat menonton tayangan Layaria. Hanya saja dalam tabel 4.5 disampaikan oleh Ervan, ia bisa menerima tayangan Layaria sebagai referensi gaya hidup, karena ia memiliki wawasan serta gambawan tentang dunia kantor industry kreatif, sehingga ia yang masih duduk di bangku kuliah dapat mengetahui wawasan itu.

**4.4 Makna Realtias Penonton Terhadap Tayangan Layaria**

Dalam tahapan decoding pada proses memproduksi makna dan membagikan maknanya kepada orang lain. Dalam meedia, YouTube sebagai media cenderung disukai karena salah satu sosial media perangkat dan platform yang memungkinkan pengguna secara global untuk membuat dan berbagi informasi satu sama lain. (Gupta & Brooks; 2013).

Dari hasil analisis FGD di atas, kebanyakan informan menyampaikan mereka memaknai tayangan Layaria kerap dihubungkan terhadap keseharian mereka. Dalam hal ini, informan atau penonton juga sebagai khalayak media yang aktif. Khalayak bisa didefinisikan dalam berbagai cara, salah satunya menurut Rose & Nightingale (2003), yang membagi khalayak kedalam 4 tipologi:

1. Audience as ‘the people assembled’. khalayak jenis ini disebut penonton,yaitu kelompok orang yang memberi perhatian terhadap produk media pada waktu tertentu
2. Audience as ‘the people addresed’. mengacu pada khalayak sasaran yang diimaginasikan oleh media
3. Audience as ‘happening’. Mengacu pada pengalaman interaktif dengan orang lain yang terkontekstualisasikan tempat dan hal-hal lain.
4. Audience as ‘hearing’ or ‘audition’. mengacu pada khalayak partisipatoris yang terlibat dalam program acara media.

Dari analisis paparan diatas, para informan menyatakan makna realitas dari tayangan Layaria, khususnya dalam memaknai realitas tersebut dilihat dari persepsinya sebagai penonton, dan dikaitkan terhadap kehidupannya sehari – hari. Makna realitas tayangan “Sound Of Us” menurut informan Ferry, terasa dekat dengan dirinya karena hal – hal serupa yang ditayangkan dalam “Sound Of Us” pernah ia temui pada saat masa SMA. Dimana pada saat itu ia merasakan jatuh cinta kepada sahabatanya, dan tidak bisa mengungkapkan. Hal serupa disampaikan oleh informan Ervan, dimana ia menyampaikan bahwa selama duduk di bangku SMA, pasti pernah merasakan jatuh cinta, dan ia menyadarai bahwa cerita seperti itu cenderung ada di sekitarnya.

**PENUTUP**

Pada bab kelima ini merupakan kesimpulan dan saran dalam penelitian bertajuk Interpretasi Penonton Terhadap Konten YouTube dari Layaria pada tayangan “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” Dan “Ngantor”. Adapun hasil penelitian ini telah dilakukan melalui teknik Focus Group Discussion pada bab pembahasan sebelumnya.

**Simpulan**

1. YouTube dalam era digital yang makin berkembang saat ini telah menjadi pilihan para responden untuk menjadikannya sebagai media alternatif hiburan saat ini. Dimana tayangan Youtube yang dipilih adalah Layaria, dengan konten “Sound Of Us”, “Layaria Highlight” dan “Ngantor”. Dimana dasar pemilihan ketiga tayangan tersebut merupakan jumlah penonton terbanyak.

Dan menurut responden, saat ini YouTube telah memenuhi kebutuhan mereka sebagai media hiburan dibanding televisi, karena YouTube memiliki banyak pilihan tontonan sesuai yang diinginkan.

2. Pendapat para responden mengenai ketiga tayngan tersebut menuai hasil yang beragam.

a) tayangan Layaria Highlights yang memiliki jumlah penonton cukup banyak kurang begitu disukai oleh para responden, karena sifat tayangannya hanya berupa informasi, kurang dari segi hiburan.

b) tayangan Sound Of Us menjadi favorit responden. Karena kedekatan tema yang dihadirkan berupa kehidupan cinta masa SMA. Dimana hal ini seringkali ditemui setiap orang pada masa SMA.

c) Sedangkan tayangan Ngantor merupakan tayangan yang cukup disukai. Karena tayangan ini memberikan gambaran kehidupan kerja kantoran Layaria. Dimana memberikan wawasan terhadap responden untuk memahami dunia industry kreatif.

Namun, tayangan Ngantor tersebut mendapati beberapa respon yang dihadirkan dari responden. Bahwa tayangan Ngantor terlalu banyak lawakan, bahan bercandaan yang hanya dimengerti oleh internal mereka. Hal ini menyebabkan penonton kurang mendapati lawakan atau bahan bercanda serta materi konten, sehingga pada akhir tayangan terasas kurang klimaks saat menonton.

3. Media habit merupakan salah satu kajian dalam penelitian ini. Dimana para responden cukup menyukai menonton Layaria melalui handphone, dikarenakan lebih mudah secara akses internet, dan dapat dibawa kemanapun dan dapat ditonton kapanpun.

Namun beberapa hal dalam menonton tayanagn YouTube lebih dipilih menggunakan komputer atau laptop karena lebih menyukai tampilan dan suara dengan definisi tinggi.

4. Setelah menonton tayangan Layaria, para responden cenderung langung memberikan likes setelah menonton. Hal ini merupakan bentuk apresiasi terhadap tontonan dan karya yang ada di YouTube. Untuk memberikan komen, cenderung tidak memberikan, karena dominan dari responden bingung ingin menyampaikan apa dalam kolom komentar.

5. Tayangan Layaria tidak dapat dijadikan sebagai referensi pergaulan sehari – hari, karena para responden telah memiliki gaya hidup serta pergaulan masing – masing, sehingga tidak mempengaruhi keseharian mereka setelah menonton.

**Saran**

Saat ini Layaria telah memilik beragam konten harian serta mingguan, yang penuh dengan perbedaannya masing – masing. Dimana tayangan yang paling sering ditonton adalah ketiga tayangan yang menjadi penelitian ini.

Konsistensi Layaria dalam menghadirkan tayangan yang berbeda dari kreator lainnya seperti film pendek, lalu trending dan highlights yang berkolaborasi dengan YouTuber lainnya, serta tayangan khas Layaria lainnya.

Yang perlu diperhatikan oleh Layaria merupakan batasan – batasan canda mereka yang dijadikan dalma konten. Karena beberapa konten mereka seringkali menggunakan candaan, jokes mereka yang bersifat internal. Sehingga mengakibatkan penonton tidak mengerti apa yang disampaikan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Hadi, Ido Pridana [2009]. “Penelitian Khalayak Dalam Prespektif Reception Analysis”. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009. Ilmu Komunikas Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra.

McQuail. D. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Michael Quinn Patton, Metode Evaluasi Kualitatif, cetakan kedua, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009).

Nightingale, V. (2004). Contemporary Television Audience s Publics, Markets, Communities and Fans. In J. D. Downing (Ed.), The Sage Handbook of Media Studies (Vol. 1). California: Sage Publication Inc.

Rianto, P. (2007). Riset Audiens dalam Kajian Komunikasi. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer).