

BAB II **TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori

Menurut Kerlinger (1973), teori adalah seperangkat konsep yang saling berhubungan, definisi, dan proposisi yang menyajikan pandangan sistematis tentang fenomena dengan menjelaskan hubungan antar variabel untuk memprediksi fenomena tersebut. Sedangkan Gay dan Airasian (2000) menyatakan bahwa teori adalah kerangka kerja logis yang menjelaskan bagaimana berbagai elemen yang diamati berhubungan satu sama lain.

Landasan teori untuk dapat memahami analisis resepsi *cyberbullying* dalam film "Budi Pekerti" mencakup beberapa konsep kunci, termasuk definisi *cyberbullying*, peran media sosial sebagai media komunikasi, dan konsep-konsep terkait dalam teori resepsi Stuart Hall. Agar penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik, diperlukan dukungan teori. Teori tersebut berfungsi sebagai landasan untuk mendukung keberhasilan penelitian ini.

2.2 Cyberbullying

Cyberbullying merupakan bentuk kekerasan atau perundungan yang dilakukan melalui media digital atau teknologi informasi, seperti internet, media sosial, dan pesan teks. Tindakan ini biasanya dilakukan secara anonim, meskipun pelaku bisa saja menggunakan identitas nyata mereka. *Cyberbullying* dapat berupa berbagai perilaku, termasuk penghinaan, pelecehan verbal, penyebaran rumor palsu,

pengucilan, dan ancaman, yang ditujukan untuk merendahkan atau menyakiti korban secara emosional (Hinduja & Patchin, 2009).

Dalam perkembangan selanjutnya, dampak dari *cyberbullying* menjadi semakin serius. Penelitian yang dilakukan oleh Cyberbullying Research Center (2014) menunjukkan bahwa *cyberbullying* dapat menimbulkan dampak psikologis yang besar bagi korban, termasuk penurunan harga diri, perasaan terisolasi, dan bahkan pemikiran untuk melakukan bunuh diri, yang menunjukkan pentingnya penanganan serius terhadap masalah ini.

Berdasarkan survei UNICEF, 45% remaja di Indonesia berusia 14 hingga 24 tahun pernah mengalami *cyberbullying*. Dari 1.217 responden U-report, bentuk perundungan yang paling umum adalah pelecehan melalui aplikasi chatting (45%), penyebaran foto atau video pribadi tanpa izin (41%), serta pelecehan lainnya (14%) (UNICEF, 2020). Selain itu, Badan Siber dan Sandi Negara juga menemukan bahwa mayoritas siswa SMA di 34 daerah Indonesia melaporkan kasus *cyberbullying* (30,62%), namun banyak yang mengabaikannya (24,56%), menunjukkan bahwa *cyberbullying* adalah masalah serius di kalangan remaja.

2.3 Definisi Film

Menurut Gatot Prakoso (dalam Romli, 2016:97), film adalah gambar hidup yang berasal dari seonggok seluloid, yang diputar dengan proyektor dan kemudian diproyeksikan ke layar untuk ditonton di gedung bioskop. Namun, seiring perkembangan zaman, film tidak hanya dipertunjukkan di gedung bioskop, melainkan juga sudah dapat ditayangkan melalui televisi. Bahkan, saat ini banyak

layanan streaming yang menawarkan film, sehingga memungkinkan penonton untuk menontonnya di mana saja dan kapan saja.

Film pertama kali muncul pada akhir abad 19 sebagai kebaruan teknologi, namun pada saat itu hampir tidak ada yang baru baik dari segi fungsi maupun kontennya (McQuail, 1987). Film cerita pertama yang dipertunjukkan berjudul *Workers Leaving the Lumière Factory*, yang ditayangkan di Grand Café, Boulevard des Capucines pada tanggal 28 Desember 1895. Pada tahun 1902, film berjudul *The Great Train Robbery* diputar di depan publik Amerika Serikat dengan durasi 11 menit. Film tersebut merupakan film pertama yang diputar dan mendapatkan pengakuan dari banyak orang (Effendy, dalam Romli, 2016:98). Namun, seiring perkembangannya, film mulai menunjukkan sisi baru dalam dunia hiburan, yang akhirnya menjadikan film sebagai industri bisnis. Menurut Romli (2016:99) film sampai saat ini berkembang hingga memiliki beberapa jenis, antara lain:

1. Film cerita

Film cerita adalah film yang menyampaikan sebuah cerita di dalamnya. Film jenis ini dibagi menjadi dua, yaitu film cerita pendek dan film cerita panjang. Film cerita pendek merupakan film yang berdurasi di bawah 60 menit, sedangkan film cerita panjang berdurasi lebih dari 60 menit.

2. Film berita

Film berita adalah film yang berisikan fakta atau peristiwa nyata yang terjadi dalam kehidupan. Film ini bertujuan untuk membantu publik dalam menyaksikan peristiwa yang sedang berlangsung.

3. Film dokumenter

Film dokumenter menggambarkan kejadian nyata mengenai kehidupan seseorang, periode dalam sejarah, atau rekaman suatu cara hidup makhluk. Meskipun mirip dengan film berita, film dokumenter lebih fokus pada penceritaan kejadian nyata, sedangkan film berita harus memiliki nilai-nilai berita yang harus segera disampaikan kepada penonton.

4. Film kartun

Film kartun adalah film yang menampilkan gambar-gambar yang telah dilukis. Dalam pembuatan film ini, seni lukis menjadi aspek utama. Salah satu contoh tokoh kartun terkenal adalah Mickey Mouse.

5. Film Edukasi

Adapun jenis film edukasi adalah jenis film yang dibuat dengan tujuan utama untuk mendidik penonton tentang topik atau isu tertentu. Film ini biasanya dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan moral, sosial, atau akademis dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Meskipun film edukasi bisa berbentuk dokumenter, animasi, atau fiksi, intinya adalah menyampaikan informasi atau nilai-

nilai yang dapat digunakan untuk pembelajaran dan pengembangan diri penonton³. Film edukasi sering digunakan dalam konteks pendidikan formal, seperti di sekolah atau universitas, serta dalam konteks informal, seperti kampanye sosial atau program pelatihan. Selain itu, film edukasi juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu tertentu, seperti kesehatan, lingkungan, atau hak asasi manusia.

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah menganalisis penggambaran *cyberbullying* dalam film Budi Pekerti. Film ini memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya nilai-nilai budi pekerti serta dampak yang ditimbulkan dari perilaku negatif di media sosial. Selain Budi Pekerti, terdapat sejumlah film lain yang juga mengangkat tema pendidikan moral dan sosial. Beberapa contoh film tentang *cyberbullying* di Indonesia, yaitu:

1. Aib: Cyberbully (2018)

Film dengan genre horor ini diangkat dari kisah nyata, dimana seorang remaja di *bully* hingga melakukan bunuh diri. Film ini berkisah tentang delapan orang sahabat yang terjebak dalam sebuah permainan berujung maut, hingga satu per satu dari mereka mendapatkan berbagai teror. Kematian yang terbilang tidak wajar dari salah satu sahabatnya, membuat mereka saling menjatuhkan dengan membuka aib satu sama lain yang berakhir dengan rusaknya persahabatan mereka.

2. I Don't Love Him

Selain film, ada pula series Indonesia soal bullying yang menarik untuk ditonton. Series tentang bullying yang bisa disaksikan adalah I Don't Love Him. Series I

³ Wikipedia diakses pada 12 Agustus 2024

Don't Love Him menceritakan tentang penulis yang kariernya sedang melonjak namun tiba-tiba ia terkena fitnah telah melakukan plagiarisme. Fitnah tersebut membuatnya diputus kontrak oleh penerbit. Karena *cyberbullying* tersebut, hidupnya pun berubah. Ia lantas mencoba memulai hidup baru dengan cara yang berbeda.

3. Budi Pekerti 2023

Film ini berkisah tentang seorang guru bernama Bu Prani yang menghadapi berbagai tantangan setelah video dirinya berdebat dengan pengunjung menjadi viral. Situasi ini memunculkan berbagai bentuk *cyberbullying* yang memengaruhi kehidupan pribadi dan karirnya.

2.4 Film sebagai Media Komunikasi

Sebagai salah satu media komunikasi, film tentu saja berfungsi sebagaimana fungsi dari media massa. Melalui alur cerita yang mendukung, film dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan (Ambarwati & Widiyansyah, 2023). Dalam perkembangannya, film berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan melalui tanda-tanda dan simbol-simbol yang memberikan makna, serta memungkinkan berbagai interpretasi oleh penonton dan individu yang menontonnya, tergantung pada cara mereka berpikir dan mengalami sesuatu (Taruna & Permata Sari, 2022).

Film sebagai media komunikasi masa memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens dalam jumlah yang sangat besar secara serempak. Hal ini membuat film menjadi alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi opini publik, dan mendidik masyarakat tentang berbagai aspek

kehidupan. Fungsi film sebagai media massa ini sangat luas, dan mencakup beberapa tujuan utama, seperti:

1. Fungsi Informasi

Film dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens, baik berupa berita, pengetahuan, atau pemahaman tentang suatu topik tertentu. Dalam konteks ini, film menjadi sarana yang efektif untuk memberikan wawasan kepada masyarakat, terutama mengenai isu-isu sosial dan budaya.

2. Fungsi Pendidikan

Sebagai media pendidikan, film memberikan kesempatan bagi audiens untuk belajar dan memahami berbagai konsep melalui cerita visual yang mudah diakses. Film dokumenter atau film edukasi, misalnya, banyak digunakan untuk tujuan pembelajaran di berbagai bidang, termasuk sejarah, sains, dan etika.

3. Fungsi Persuasif

Selain informatif dan edukatif, film juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi audiens. Melalui cerita dan karakter yang dibangun, film dapat mengubah cara pandang penonton terhadap suatu isu, memengaruhi sikap dan perilaku mereka. Misalnya, film yang mengangkat isu lingkungan hidup dapat menginspirasi penonton untuk lebih peduli terhadap alam.

Sebagai media massa, film juga memiliki kapasitas untuk menyampaikan pesan yang sama secara serempak dan memiliki sasaran yang beragam (Romli, 2016:101).

Terdapat lima langkah untuk menyusun dan menyampaikan suatu pesan, termasuk dalam komunikasi massa dan film, yang dikenal sebagai "*motivated*

sequence," yang dikemukakan oleh Alan H.⁴ Pada akhir tahun 1930-an. Langkah-langkah tersebut meliputi perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi, dan tindakan. Agar sebuah pesan dapat berdampak pada orang lain, pertama-tama peroleh perhatian mereka, kemudian bangkitkan kebutuhannya, selanjutnya berikan petunjuk untuk memuaskan kebutuhannya tersebut, gambarkan keuntungan maupun kerugian yang ada jika pesan tersebut diterapkan, dan terakhir, penonton akan memilih untuk bertindak atau tidak berdasarkan kelima langkah tersebut. Hal inilah yang membuat film memiliki dampak kepada penontonnya. Dampak ini dapat berupa pandangan, pola pikir, ide, dan sebagainya. Dampak yang diberikan oleh film tidak hanya terjadi saat penonton menonton film tersebut, namun juga dapat bertahan dalam waktu yang lama.

2.4.1 Penggunaan Media Sosial dalam Promosi Film

Penggunaan media sosial dalam promosi film telah menjadi strategi penting dalam industri film modern. Platform seperti Instagram, Twitter atau X, TikTok, YouTube, dan Facebook digunakan oleh studio film, rumah produksi, serta individu untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif. Berikut beberapa cara media sosial dimanfaatkan dalam promosi film:

1. Trailer dan Teaser

Trailer dan teaser film sering kali pertama kali dirilis di media sosial, memanfaatkan fitur video pendek seperti *Reels* (Instagram) atau *Stories* (Instagram dan Facebook). Ini memungkinkan konten untuk disebarluaskan secara cepat dan viral.

⁴ <https://blog.mastoming.com/2021/09/psikologi-komunikasi-pengeritain-pesan.html> diakses pada 5 November 2024

2. Konten di Balik Layar

Membagikan klip di balik layar, wawancara aktor, atau cuplikan pembuatan film dapat meningkatkan minat audiens. Penonton sering kali tertarik dengan cerita di balik produksi film, memberikan mereka pengalaman lebih personal.

3. Penggunaan Hashtag

Hashtag seperti #FilmName atau #BehindTheScenes digunakan untuk memudahkan pengguna dalam menemukan konten terkait film. Kampanye hashtag juga memicu tren dan challenge yang bisa menarik perhatian lebih banyak orang.

4. *Influencer Marketing*

Kolaborasi dengan influencer atau selebriti media sosial dapat meningkatkan jangkauan promosi film. Influencer dapat membuat konten yang relevan, seperti ulasan film, reaksi terhadap trailer, atau menghadiri pemutaran perdana dan mempromosikannya di akun mereka.

5. *Engagement* dengan Penggemar

Media sosial memungkinkan interaksi langsung dengan penggemar. Polling, Q&A, dan komentar aktif dengan pengikut dapat menciptakan buzz dan membuat penggemar merasa lebih dekat dengan proyek film tersebut.

6. TikTok *Challenges* dan *Meme*

TikTok telah menjadi platform populer bagi banyak film untuk membuat tantangan atau meme yang berhubungan dengan cerita atau karakter film, yang membantu film tersebut mencapai lebih banyak orang dengan cara yang menyenangkan dan mudah diakses.

7. Poster dan Visual

Poster film yang menarik biasanya dibagikan di media sosial untuk memperkenalkan karakter dan visual film. Konten visual yang kuat bisa dengan cepat menarik perhatian.

8. *Countdowns* dan Pengumuman

Menggunakan fitur hitung mundur di Instagram atau tweet pengumuman di Twitter atau X membuat penonton lebih terlibat dan bersemangat menunggu rilis film.

9. Partisipasi Audiens

Ada kampanye interaktif di mana penggemar bisa terlibat secara langsung, seperti voting untuk ending alternatif, membuat konten buatan penggemar (fan art), atau memilih desain poster.

2.4.2 Dampak media sosial terhadap penerimaan dan popularitas film

Media sosial memiliki dampak besar terhadap penerimaan dan popularitas film, terutama dalam cara film dipromosikan, dinilai, dan dibahas oleh penonton.⁵

⁵ <https://www.filminquiry.com/social-medias-influence-criticism/> diakses pada 13 November 2024

Berikut adalah beberapa dampak utama yang dirangkum dari jurnal Farrel A.Y & Triana R.H (2023):

1. Media sosial memberikan platform yang kuat untuk menyebarkan informasi tentang film dengan cepat. Melalui kampanye viral, teaser, trailer, dan konten promosi lainnya, film dapat mencapai audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Jika sebuah film mendapat banyak sorotan di media sosial, hal ini bisa meningkatkan popularitasnya secara signifikan bahkan sebelum film tersebut dirilis.
2. Pengguna media sosial sering berbagi pendapat mereka secara langsung setelah menonton film, baik melalui tweet, postingan, ulasan di YouTube, atau platform lain. Efek dari “*word of mouth*” ini bisa sangat berpengaruh terhadap penerimaan sebuah film. Ulasan positif atau negatif yang beredar secara luas dapat mengubah ekspektasi dan bahkan keputusan penonton untuk menonton film tersebut.
3. Beberapa film menjadi populer atau ikonik karena elemen-elemen yang mudah dijadikan meme atau tren viral, terutama di platform seperti TikTok dan Instagram. Konten viral seperti tantangan (#challenges) yang terinspirasi dari film, potongan dialog yang lucu, atau cuplikan aksi yang menarik dapat memicu gelombang popularitas yang meluas, seperti yang terjadi dengan film-film seperti *Joker* atau *Squid Game*.
4. Media sosial memungkinkan film untuk membangun basis penggemar sebelum dan setelah rilis. Penggemar bisa terlibat dalam diskusi, teori, dan spekulasi tentang film melalui grup atau thread, menciptakan komunitas online yang berpengaruh. Film-film seperti *Harry Potter* atau *Marvel Cinematic Universe* sangat berhasil

dalam menciptakan komunitas penggemar yang loyal dan sangat aktif di media sosial, yang kemudian meningkatkan popularitas dan kelangsungan *franchise* tersebut.

5. Komentar dan diskusi di media sosial sering kali mempengaruhi performa film di box office. Film yang mendapat ulasan buruk bisa mengalami penurunan drastis dalam penjualan tiket di minggu-minggu awal, sementara film yang mendapat pujian dapat menarik lebih banyak penonton di pekan-pekan berikutnya. Tren ini sering disebut sebagai "box office buzz," di mana pembicaraan media sosial menentukan seberapa sukses film di pasaran.

6. Selain kritikus film tradisional, banyak kritikus film baru muncul di media sosial, seperti di YouTube atau Instagram. Ulasan dari individu-individu ini sering kali dianggap lebih "otentik" dan "dekat dengan penonton biasa," sehingga mampu mempengaruhi opini publik secara luas. Popularitas ulasan atau reaksi dari influencer juga sering kali mempengaruhi penerimaan umum film.

7. Sisi negatifnya, media sosial juga bisa memperkuat kontroversi atau kampanye negatif terhadap film. Misalnya, jika ada unsur-unsur dalam film yang dianggap bermasalah oleh sebagian orang (seperti representasi yang kurang tepat, elemen politis, atau isu sensitif), kritik tersebut dapat menyebar dengan cepat, memengaruhi penerimaan film. Ada beberapa kasus di mana kampanye boikot atau kritik besar-besaran di media sosial menyebabkan kerugian bagi film.

8. Beberapa film yang mungkin awalnya tidak mendapat banyak perhatian dari media arus utama bisa mencapai kesuksesan besar melalui media sosial. Film

independen atau film dengan anggaran rendah, misalnya, bisa menjadi populer berkat dukungan dan promosi komunitas penggemar di media sosial, yang kemudian meningkatkan kesempatannya meraih penghargaan atau pengakuan di festival film.

2.5 Teori Resepsi Stuart Hall

Teori resepsi pertama kali dikenalkan oleh Stuart Hall, teori ini biasanya digunakan untuk menganalisis audiens yang dipasangkan dengan analisis resepsi.⁶ Stuart Hall menganggap resepsi atau pemaknaan penonton merupakan adaptasi dari model *encoding-decoding* yang merupakan model komunikasi yang ditemukannya pada tahun 1973. Berbeda dengan teori-teori media lain yang memperbolehkan pemberdayaan penonton, Stuart Hall memajukan gagasan bahwa anggota audiens dapat memainkan peran aktif dalam mendekodekan (*decoding*) pesan karena mereka bergantung pada konteks sosial mereka sendiri, dan mungkin mampu mengubah pesan sendiri melalui tindakan kolektif.

Teori resepsi Stuart Hall adalah kerangka kerja teoritis yang digunakan dalam studi media dan budaya untuk memahami bagaimana pesan-pesan media diterima, diterjemahkan, dan diberi makna oleh audiens atau penerima pesan. Dasar dari teori ini adalah pemahaman bahwa makna tidaklah inheren atau tetap dalam pesan media itu sendiri, tetapi dibangun melalui interaksi antara pesan tersebut dengan audiens yang menerimanya. Stuart Hall berpendapat bahwa perbedaan pasti akan ada antara proses *encoding* oleh produsen dan proses *decoding* oleh

⁶ Snow, D. A., & Benford, R. D. (2000). *Framing processes and social movements: An overview and assessment*. *Annual Review of Sociology*, 26, 611–639.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.26.1.611>

konsumen. Perbedaan tersebut menegaskan bahwa audiens memiliki kemampuan untuk memproduksi makna mereka sendiri dengan cara yang berbeda dengan pemaknaan dominan (Cahyo, 2014:23).

2.5.1 Encoding

Proses *encoding* adalah proses dimana pembuat film sebagai komunikator memaknai pesan yang akan disampaikan kepada penontonnya. Untuk memaknai bagaimana *encoding* dari sebuah film diperlukan *preferred reading*. *Preferred reading* adalah konsep dalam studi komunikasi dan budaya yang diperkenalkan oleh Stuart Hall dalam model *decoding/encoding*. Konsep ini mengacu pada interpretasi teks atau media yang sejalan dengan maksud atau pesan yang dimaksudkan oleh pembuatnya. Dalam *preferred reading*, audiens memahami dan menerima pesan sesuai dengan kode-kode dominan yang digunakan oleh pembuat teks atau media.⁷

2.5.2 Decoding

Pemaknaan (*decoding*) penonton diketahui melalui cara penonton memaknai suatu kode yang dikodekan (*encoding*) oleh media yang mana dalam hal ini berupa film, melalui adegan-adegan yang ditampilkan. Hall berpendapat bahwa penonton dipandang sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam menerima pesan dan memproduksi makna, bukan hanya sebagai individu pasif yang hanya menerima pemaknaan yang diberikan oleh media massa. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan latar belakang setiap individu yang dipengaruhi

⁷ Hall, S. (1980). "Encoding/decoding." Dalam *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79*. Routledge.

oleh kerangka pengetahuan, relasi produksi, dan infrastruktur teknis. Philip Elliott (dalam Hall dkk., 2005:119) yang menyatakan bahwa penonton televisi merupakan sumber sekaligus penerima pesan yang berarti, penonton sebagai komunikan juga dapat memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan melalui media.

2.5.3 Proses *Decoding* Menurut Stuart Hall

Sebagai bagian dari analisis penerimaan pesan, Teori Stuart Hall (1973) memberikan kerangka kerja yang sangat membantu dalam memahami bagaimana individu menerima, menafsirkan, dan memaknai suatu pesan. Hall membagi proses *decoding* pesan ini ke dalam beberapa elemen penting, yaitu *Frame of Knowledge*, *Relations of Production*, dan *Technical Infrastructure*, yang membantu kita melihat bagaimana pesan dipahami oleh setiap individu sesuai dengan konteks pengetahuan dan pengalaman pribadi mereka (Hall, 1973).

1. *Frame of Knowledge* (Kerangka Pengetahuan)

Pemaknaan penonton akan suatu hal dapat dipengaruhi oleh banyak hal, seperti nilai, pengetahuan, dan lainnya. Perbedaan latar belakang setiap individu kemungkinan akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda pula dalam memaknai suatu pesan yang disampaikan melalui media.

a. Pengetahuan

Pengetahuan personal mempengaruhi sejauh mana penonton mengerti dan paham akan sebuah isu. Setiap individu memiliki pengetahuan yang berbeda beda yang tentu saja mempengaruhi pandangannya terhadap suatu isu.

2. *Relations of Production* (Relasi Produksi)

Relasi penonton dalam mengonsumsi pesan yang disediakan oleh media memberikan pengaruh terhadap pemaknaan penonton akan suatu pesan. Hubungan antara individu dengan topik yang ingin disampaikan, dalam hal ini adalah pelecehan seksual dapat memberi pengaruh terhadap penerimaan penonton dalam memaknai pesan yang diberikan oleh pembuat pesan.

a. Hubungan individu terhadap topik *cyberbullying*

Hubungan individu terhadap topik *cyberbullying* dapat mempengaruhi cara pandang individu tersebut. Penonton dapat lebih mudah menerima pesan mengenai *cyberbullying* apabila mereka pernah berada di posisi tersebut.

b. Relasi individu dengan orang yang pernah terlibat *cyberbullying*

Relasi individu dengan orang yang pernah terlibat dengan *cyberbullying* juga dapat mempengaruhi cara pandang individu dalam memaknai pesan mengenai *cyberbullying*. Dengan memiliki relasi dengan orang yang pernah terlibat *cyberbullying*, penonton memiliki sudut pandang melalui pengalaman orang lain.

3. Technical Infrastructure (Infrastruktur Teknis)

Infrastruktur teknis adalah media yang menjadi alat dalam proses pemaknaan pesan. Alat atau media dalam hal ini dapat berupa media yang digunakan dalam menonton film, sumber informasi yang digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai *cyberbullying*, dan lainnya.

a. Media yang digunakan untuk mengakses informasi mengenai *cyberbullying*

Saat ini, teknologi juga sudah sangat berkembang, perkembangan teknologi juga sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi. Orang-orang memiliki akses informasi yang terbatas sebelum masa seperti saat ini, media massa seperti

koran ataupun televisi dijadikan sebagai sumber informasi utama, sedangkan saat ini informasi sudah sangat mudah didapatkan melalui internet, hanya dalam waktu singkat, informasi disebarkan ke seluruh masyarakat dna dunia.

b. Alat yang digunakan dalam mengonsumsi teks tentang *cyberbullying* (dalam hal ini film Budi Pekerti)

Pendekatan Teori Stuart Hall ini memberikan wawasan mendalam tentang proses pemaknaan pesan oleh informan, di mana mereka tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi menafsirkannya melalui perspektif pribadi yang dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman sosial, dan pilihan media mereka.⁸

Analisis resepsi dapat menunjukkan pemaknaan yang beragam oleh penonton terhadap suatu pesan yang sama. Analisis resepsi mencoba untuk memberikan sebuah makna atas pesan yang disebarkan melalui media dengan memahami bagaimana cara penonton memaknai pesan tersebut. Pesan yang diproses oleh pembuat pesan memiliki makna tersendiri yang diharapkan dapat diterima oleh penonton, kemudian penonton sebagai penerima pesan akan memaknai pesan tersebut. Dalam hal ini, Hall (2005:125) mengelompokkan pemaknaan antara pengirim dan penerima pesan serta bagaimana pesan tersebut dimaknai ke dalam tiga kategori, antara lain:

1. *Dominant-Hegemonic Position* (Posisi Dominan-Hegemonis)

Posisi ini terjadi disaat penonton menerima pesan yang diberikan oleh media secara apa adanya. Dengan demikian, audiens telah sejalan dengan kode

⁸ Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. University of Birmingham.

dominan yang sedang dibangun oleh pengirim pesan. Pada posisi ini respon penonton dianggap sesuai dengan harapan pengirim pesan.

2. *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi)

Posisi ini merupakan posisi dimana penonton menerima sebagian kode dominan yang diberikan oleh pengirim pesan, namun menolak sebagian lainnya. Dalam hal ini, penonton tidak menerima pesan yang diberikan oleh media secara apa adanya, melainkan akan menolak suatu pesan jika pesan tersebut bertolak belakang dengan keyakinannya.

3. *Oppositional Position* (Posisi Oposisi)

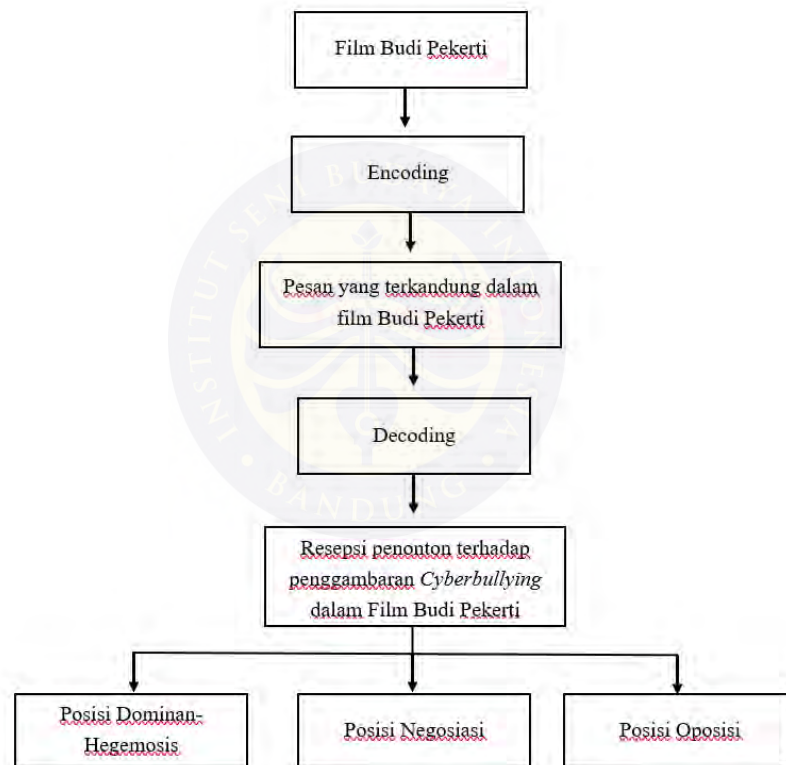
Pada posisi ini, penonton memahami isi pesan yang diberikan oleh media namun memilih untuk menolak pesan tersebut. Dalam hal ini, penonton keberatan dengan kode dominan karena adanya alternatif lain yang dianggap lebih relevan.

2.6 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis bermaksud untuk menganalisis bagaimana penonton memahami adanya isu *cyberbullying* yang disajikan dalam film "Budi Pekerti" melalui perspektif teori resepsi Stuart Hall. Fokusnya adalah pada bagaimana pesan yang terdapat dalam film tersebut diinterpretasikan oleh penonton, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang sosial, gender, usia, pengalaman, dan keyakinan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana penonton merespon dan memaknai isu *cyberbullying* dalam konteks film tersebut, dengan membandingkan dan mengelompokkan resepsi yang berbeda berdasarkan konsep-konsep yang diajukan oleh Hall.

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi telah meningkatkan insiden *cyberbullying* yang meluas (Unicef, 2018), termasuk dalam konteks film "Budi Pekerti". Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai pemaknaan penonton terhadap fenomena *cyberbullying* yang terdapat dalam film tersebut. Untuk mencapai tujuan ini, penulis menggunakan analisis resepsi Stuart Hall sebagai kerangka teoretis.

Bagan 2.6 Alur Pemikiran



Sumber: Diolah oleh peneliti

Alur pemikiran penelitian ini dijelaskan dalam bagan di atas, yang dimulai dari pesan yang ada dalam film *Budi Pekerti* yang dimaknai oleh pembuat film. Kemudian, film tersebut ditonton oleh penonton, yang selanjutnya akan memaknai film tersebut, lalu menghasilkan resepsi penonton yang dapat dikategorikan ke dalam kategori-kategori yang telah dijelaskan oleh Stuart Hall.