ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG *LETTERING CAPTURE* DALAM *OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM @SUB.LETTER*

(Studi*Followers Official Account Instagram @Sub.Letter*)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

DisusunOleh:

CHOIRUL BARIYAH

NIM B76214062

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirahmanirrahim,

Yang Bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Choirul Bariyah

NIM : B76214062

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG *LETTERING CAPTURE* DALAM *OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM* @SUB.LETTER (Studi *Followers Official Account Instagram* @Sub.Letter)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 5 Juni 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

90233AEF585946139

6000

ENAM RIBU RUPIAH

CHOIRUL BARIYAH

B76214062

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	: Choirul Bariyah
NIM	: B76214062
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG *LETTERING CAPTURE* DALAM *OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM @SUBLETTER* (Studi *Followers Official Account Instagram @Subletter*)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 5 Juni 2018

Dosen Pembimbing,

Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si

NIP. 197106021998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Choirul Bariyah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 23 Juli 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M. Ag

NIP. 196307251991031003

Penguji I

Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si

NIP. 197106021998031001

Penguji II

Prof. Dr. H. Aswadi, M. Ag

NIP. 195403141985031002

Penguji III

Dr. Lilik Hamidah, S. Ag, M. Si

NIP. 197312171998032002

Penguji IV

Drs. Yoyon Mudjiono, M. Si

NIP. 195409071982031003

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Choirul Bariyah
NIM : B76214062
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : choirulbariyah177@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG *LETTERING CAPTURE* DALAM *OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM* @SUB.LETTER (Studi *Followers Official Account Instagram* @Sub.Letter)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai *penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.*

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Agustus 2018

Penulis

(Choirul Bariyah)

ABSTRAK

Choirul Bariyah, B76214062, 2018. Analisis Resepsi Khalayak Tentang *Lettering Capture* Dalam *Official Account Instagram* @Sub.Letter (Studi *Followers Official Account Instagram @Sub.Letter*), Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci :Analisisresepsi, Khalayak, *Lettering Capture, instagram.*

Pada skripsi ini persoalan yang akan dikaji mencakup dua rumusan masalah yaitu: Bagaimana pemahaman khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter dan bagaimana pemaknaan khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretif yang merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mencari makna atau arti yang melekat pada karakter hermeneutik dalam penafsiran terhadap sebuah pesan, teks atau lainnya.

Hasil penelitian ini adalah analisis resepsi khalayak dalam memaknai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter bervariasi. Khalayak yang menganggap bahwa *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai media informasi mengenai komunitas (*dominant hegemonic position*). Namun disisi lain khalayak memaknai bahwasanya selain sebagai media informasi, *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter juga dimaknai sebagai media *partner* dalam acara workshop atau sebgainya (*negotitated position)*. Sedangkan khalayak yang memaknai bahwasanya *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai sesuatu hal yang berbeda atau bertolak belakang dengan apa yang ingin disampaikan oleh *official account instagram* @sub.letter tidak ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING..... iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI v

MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR BAGAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. LatarBelakang 1
B. RumusanMasalah 6
C. TujuanPenelitian 7
D. ManfaatPenelitian 7
E. KajianPenelitianTerdahulu..... 8
F. DefinisiKonsep..... 10
   1. AnalisisResepsiKhalayak..... 10
   2. Lettering Capture 11
   3. Official Account Instagram @Subleter..... 11
G. KerangkaPikirPenelitian 12
H. MetodePenelitian..... 13
   1. PendekatanDan JenisPenelitian..... 13
   2. Subyek, Obyek, Dan LokasiPenelitian..... 14
   3. JenisDan Sumber Data 16
   4. Tahap-tahapPenelitian..... 18
   5. TeknikPengumpulan Data 20
   6. TeknikAnalisis Data 22
   7. TeknikKeabsahan Data 24
I. SistematikaPembahasan 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. KajianPustaka 27
1. AnalisisResepsi 27
2. KhalayakAktif 28
3. Seni 31
4. Media Sosial 35
5. Instagram 41
B. KajianTeori 45

BAB III PENYAJIAN DATA

A. DeskripsiSubjekPenelitian 51
1. ProfilSubletter 51
a. Sejarah 51
b. Followers 53
c. FotoatauGambar 53
d. Logo 54
2. ProfilInforman 56
a. ProfilSingkatInforman 1 (Lukman) 56
b. ProfilSingkatInforman 2 (Ana) 56
c. ProfilSingkatInforman 3 (Rizal) 57
d. ProfilSingkatInforman 4 (Opi) 57
e. ProfilSingkatInforman 5 (Erik) 58
f. ProfilSingkatInforman 6 (Izza) 58
g. ProfilSingkatInforman 7 (Adhi) 58
h. ProfilSingkatInforman 8 (Laila) 59
i. ProfilSingkatInforman 9 (Fredo) 59
j. ProfilSingkatInforman 10 (Caca) 60
B. DeskripsiData Penelitian 60
1. PemahamanKhalayakTentang*Lettering Capture* Dalam *Official AccountInstagram*@Subletter 61
2. PemaknaanKhalayakTentang*Lettering Capture* Dalam *Official AccountInstagram*@Subletter 65

BAB IV ANALISIS DATA

A. TemuanPenelitian 71
B. KonfirmasiDenganTeori 78

BAB V PENUTUP

A. Simpulan 90
B. Rekomendasi 91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0 contohkarya*lettering* manual 34

Gambar 2.1 contohkarya*lettering* dengansentuhan digital..... 34

Gambar 2.2 contohparasenimanmembuatsketsaterlebihdahulu 35

Gambar 2.3 Logo *instagram*versi 10.1.0 42

Gambar 2.4 Tampilan*instagram* 42

Gambar 3.0 Contoh*lettering capture* yang ditampilkandalam*Official Account Instagram* @Subletter 54

Gambar 3.1 Logo *official account instagram*@sub.letter..... 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 4.0 PemaknaanKhalayakTentang*Lettering Capture Yang Ada didalamOfficial Account Intagram @sub.letter* 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan1.0 KerangkaPikirPenelitian 12

Bagan 2.0 KonsepPenelitian Stuart Hall's Model Encoding-Decoding 49

Bagan 4.0 Model Encoding dan Decoding Stuart Hall tentang Lettering Capture dalam*Official Account Instagram* 80

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Surabaya merupakan kota terbesar Indonesia nomor dua setelah Jakarta. Kota Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, dan pendidikan di Jawa Timur. Banyak orang dari penjuru Dunia dan Nusantara dengan latar belakang suku, agama, social, budaya dan kehidupan yang berbeda datang menuntut ilmu atau berbisnis di Kota pahlawan ini.[1] Keanekaragaman ini membawa dampak perubahan social, moral dan etika. Hiruk pikuk Kota Surabaya yang semakin ramai dengan aktifitas dan rutinitas pendudukanya membuat kota ini tidak pernah sepi dari pagi hingga larut malam.

Begitu pula di era yang semakin canggih dan maju ini, kreatifitas dan bakat sangat dibutuhkan dan bahkan mempunyai nilai lebih tersendiri dalam dunia kerja. Hal ini menjadi peluang tersendiri untuk khalayak yang mempunyai bakat tersebut. Mereka bisa memanfaatkan bakatnya melalui hal yang positif dan tidak merugikan orang lain pastinya. Dengan kemajuan era ini, salah satu teknologi yang berkembang adalah teknologi komunikasi *mobile*, yakni sebuah alat komunikasi yang bergerak. Artinya siapa saja dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun dengan adanya jaringan komunikasi.

Perangkat komunikasi yang mendukung diantaranya *smartphone*, *laptop*, tablet, PC dan lainnya. Internet sendiri merupakan wujud

[1]Wikipedia, "Surabaya" dalam *https://en.wikipedia.org/wiki/Surabaya*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan cepat. Kecepatan memperoleh informasi ini juga bisa memudahkan masyarakat untuk mengembangkan bakatnya atau bahkan untuk menunjukkan bakat yang dimilikinya.

Proses komunikasi melalui media sosial menyebabkan terjadinya pertukaran faktor-faktor budaya antar individu dengan individu lain, antar kelompok dengan kelompok lain serta antar kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Keberadaan internet sebagai wadah komunikasi akhirnya juga berpengaruh terhadap pertukaran informasi dan nilai-nilai budaya. Manusia akhirnya melakukan *exchange knowledge* atau pertukaran informasi sekaligus terjadi pertemuan budaya ketika proses komunikasi berlangsung.[2]

Melalui media sosial, mereka bisa berbagi, berkomunikasi secara virtual dengan mudah tanpa terkendala jarak dan waktu. Secara garis besar media sosial bisa dikatakan sebagai sebuah media *online*, dimana para penggunanya (*user*) memalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang didukung oleh tenologi multimedia yang kian canggih.

Media sosial seolah-olah telah menjadi "sarapan" di pagi hari dan "menu terakhir" menjelang tidur bagi masyarakat Indonesia. Beragam informasi dan notifikasi disodorkan oleh media sosial, mulai dari *games*,

[2] Rachel S. Smith dan Laurence F. Johnshon, *Social Networking, The Third Place and The Evolution of Communication,* 2007, hlm 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

musik, foto, film, komik dan sebagainya yang mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dengan kata lain, apa saja yang terjadi dimasyarakat tampaknya dapat dijadikan sebagai sebuah aplikasi di sosial media.

Seperti yang terjadi belakangan ini, media sosial dimanfaatkan sebagai wadah *publishing*, alasannya yakni untuk memperkenalkan, mempromosikan atau menunjukkan sesuatu yang dimilikinya. Salah satu media sosial yang sering digunakan sebagai alat *publishing* adalah *instagram. Instagram* yang merupakan media sosial yang memungkinkan *users* (pengguna) untuk mengambil foto, menerapkan *filter digital* (pemberian efek pada foto), dan membagikannya. Pengguna *Instagram* lebih diarahkan kepada perangkat berjalan, seperti *smartphone*.[3]Indonesia termasuk ke dalam pengguna instagram terbesar. Para penggunanya mayoritas anak muda yang memiliki ponsel pintar.

Instagram yang memiliki keistimewaan tersendiri ini membuat penggunanya nyaman, karena dengan sejumlah keistimewaan yang telah disediakan ini, setiap pengguna bisa memanfaatkannya untuk tujuan tertentu. Salah satunya adalah untuk media promosi, semakin banyak orang yang menyadari bahwa *instagram* merupakan media yang sangat ampuh untuk dijadikan media promosi, karena kecenderungan pengguna internet adalah lebih tertarik pada bahasa visual.[4] Untuk membuat foto

[3] Michelle Wifalin, *Efektivitas Instagram Common Grounds*, (Surabaya: Universitas Kristen Petra Vol. 4 No. 1, 2016), hlm 2
[4]Arya Febian, "Pengertian Instagram dan Keistimewannya" dalam *http://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan-keistimewaannya*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menarik biasanya kita akan mencari spot foto yang beda untuk menghasilkan foto yang mengesankan.

Berangkat dari fenomena ini banyak sekali tempat wisata, tempat makan, *cafe,* toko buku bahkan ruangan kerja saat ini dihias semenarik mungkin untuk membuat kenyamanan penghuninya dan salah satunya adlah untuk bisa menjadi *spot* foto. Banyak sekali cara menghias tempat-tempat tersebut, salah satunya adalah dengan gambaran-gambaran di dinding yang biasa disebut mural. Mural *cafe* atau restoran kini sudah tidak asing lagi. Mural merupakan salah satu seni menggambar atau melukis diatas media tembok atau benda permanent lainnya.

Gagasan modern mengenai seni visual sebagai sesuatu yang harus diapersiasi secara individualistik dengan melihatnya di galeri seni atau museum menutupi fakta bahwa seni pada mulanya memiliki fungsi untuk umum. Karya seni dulunya dimaksudkan untuk mendekorasi alun-alun atau memperingati sebuah peristiwa bermakna. [5] Namun saat ini, seni bisa dinikmati oleh semua orang dengan mudah.

Seni merupakan keindahan, ia lahir dari dorongan fitrah manusia yang cenderung kepada keindahan, seperti seni tulis-menulis. Istilah yang digunakan pada seni tulis-menulis ada banyak antara lain adalah *typography, lettering,* dan *caligraphy. Typography* atau tipografi adalah seni merangkai huruf dan mencetaknya. Ini adalah teknik mendasar bagi para desainer grafis yang memilih bidang tulis-menulis. *Lettering* merupakan seni menggambar huruf-huruf berdasarkan keterampilan juru

[5] Marcel Danesi, *Pesan, Tanda , dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi,* (Yogyakarta : Jalasutra, 2012), hlm 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambar. Meskipun *lettering* dapat dilakukan dalam bentuk tulisan tangan atau media digital, pada hakikatnya *lettering* merupakan karya tulisan tangan. Sedangkan *caligraphy* adalah seni menulis, dan sepenuhnya berdasarkan keterampilan menulis dengan pena.[6]

Sesuai dengan era dimana *lettering* berkembang, yaitu industri kreatif yang serba populer dan insta, aturannya tidak lagi kaku dan baku, penulisnya bebas berekspresi dan berekplorasi dengan caranya sendiri. Lebih dari sekedar membuat karya seni yang apik, melangkah lebih jauh dan menunjukkan hasil karya pada khalayak yang lebih luas akan lebih membantu menciptakan lebih banyak kesempatan untuk diakui atas apa yang dilakukan.

Dengan semua sumber daya yang tersedia saat ini secara *online*, sangat mudah untuk memamerkan hasil karya seseorang, demi kesempatan untuk ditemukan lantaran bakat dan keterampilan. Menjadi seorang seniman kreasi tulisan melibatkan pencarian diri tersendiri. Melakukan eksperimen dengan berbagai kesalahan akan membuat orang tersebut semakin tau akan bakatnya. Tidak masalah kalaupun mereka merupakan seniman atau pengusaha. Selalu ada sesuatu yang bisa dibuat atau dilakukan.

Media sosial yang yang mewadahi karya seni tulis menulis pun sangat beragam seperti *official account instagram* @kaligrafina dan @belmenID yang bisa dikatakan sebagai pelopor seni *caligraphy* dan *lettering* yang letaknya ada di Jakarta. Dari situlah mulai banyak

[6] Sy Abey, *The ABC's of Lettering*, (Depok : Haru Media, 2016), hlm 7-8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bermunculan komunitas lokal yang ada di berbagai kota, salah satunya adalah *official account instagram* @sub.letter yang ada di kota Surabaya.

Subletter merupakan komunitas yang mewadahi para pecinta atau penggiat seni kaligrafi dan *lettering* yang ada di Surabaya. Subletter berdiri pertama kali pada tanggal 10 Januari 2015 dengan nama Belmen Surabaya dan berubah nama menjadi Subletter pada bulan Juli 2015, di bentuk oleh tiga anak muda Surabaya yang mempunyai kecintaan yang sama yakni Fery, Bani, dan Lauren. Mereka dipertemukan dalam *official account instagram* @belmenID dan akhirnya membentuk sebuah komunitas sendiri di Surabaya, tapi masih dalam naungan komunitas Belajar Menulis Indonesia atau belmenID.

Sampai saat ini dalam komunitas Subletter ada sekitar 137 anggota dan diikuti oleh 2715 *followers*. Kegiatan yang dilakukan dalam komunitas ini beragam, mulai dari *meet-up, workshop, charity event,* dan pameran. Tidak ada syarat untuk gabung dalam komunitas ini, siapa saja boleh gabung dalam komunitas ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan secara spesifik agar penelitian ini bisa terfokus dan terarah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemahaman khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter?
2. Bagaimana pemaknaan khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemahaman khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemaknaan khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya membantu memberikan sumbangsih di bidang kajian media.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran sumbagan pemikiran kepada khalayak agar bisa bersikap kritis terhadap berbagai macam foto ataupun gambar yang dikonstruk oleh sebuah media dan agar dapat berperan sebagai khalayak aktif dalam menelaah pesan media. Selain itu diharapkan bagi khalayak untuk dapat melihat bagaimana norma sosial yang beroperasi di masyarakat mengenai gaya hidup di media saat ini.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai bahan studi referensi peneliti, berikut beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis resepsi:

1. Analisis Resepsi Budaya Populer Korea di Komunitas *Dance Cover*oleh Cahya Tunshorin, mahasiswa Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta, skripsi tahun 2016.

   Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan resepsi budaya populer Korea di komunitas EJDance Yogyakarta, dan dari hasil penelitian, menemukan bahwa penerimaan informan berasa dalam pola pemikiran *dominan reading* (beberapa informan lebih mudah menerima K-POP karena senada dalam kehidupan sehari-harinya). Sedangkan beberapa lainnya beraa dalam pola pemikiran *negotitaed reading* karena melakukan penerimaan pada K-POP namun tidak secara sepenuhnya. Untuk informan yang berada dalam pemikiran *opposional reading* tidak ada karena penelitian ini dilakukan dalam lingkup komunitas yang notabennya sudah memiliki ketertarikan tersendiri pada K-POP.

   Persamaan yang ada di penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis resepsi, sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan Cahya Tunshorin mengambil subyek KomunitasEJDance, sedangkan peneliti mengambil subyek*followersofficial account instagram* @sub.letter.

2. Interpretasi Khalayak Terhadap *Food Capture* dalam *Official Account Instagram* @Kulinersby (Studi *Reception Analysis Followers Official Account* Instagram @Kulinersby di Kota Surabaya) oleh Halimatus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sa'diyah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, skripsi 2017.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana khalayak kota Surabaya memahami dan memaknai melalui *food capture* dalam *official account instagram* @kulinersby, dan dari hasil penelitian, menemukan bahwa interpretasi khalayak sangat beragam, ada khalayak yang menganggap bahwa *foodcapture* dalam *official account instagram* @kulinersby merupakan gaya hidup yang biasa dilakukan anak muda, sosialita dan pecinta kuliner. Namun ada pula yang beranggapan bahwa akhir-akhir ini postingannya banyak memunculkan iklan-iklan promosi kuliner. Sedangkan adapula khalayak yang memaknai bahwasannya gaya hidup kulineran dalam *food capture official account instagram* @kulinersby bukanlah suatu hal yang harus ditiru.

Persamaan yang ada di penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan interpretif, sedangkan perbedaannya adalah pada subyek penelitiannya, Halimatus Sa'diyah mengambil *Followers Official Account* Instagram @Kulinersby, sedangkan peneliti mengambil *followersofficial account instagram* @sub.letter sebagai subyeknya.

3. Resepsi Pembaca Perempuan Banjar Muslim Terhadap Kolom Si Palui dengan Tema Perceraian dan Poligami di Surat Kabar Harian Banjarmasin Post dengan Pendekatan Encoding-Decoding Stuart Hall

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh Irene Santika Vidiadari, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, skripsi tahun 2013.

Penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan resepsi pembaca perempuan banjar muslim terhadap kolom si Palui tentang perceraian dan poligami, dan dari penelitian, menemukan bahwa pembacaan tidak berhenti pada persoalan perceraian dan poligami, tetapi juga pada persoalan konstruksi gender dan dominasi yang terjadi.

F. Definisi Konsep

1. Analisis Resepsi Khalayak

Analisis resepsi merupakan prespektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Analisis ini merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya. Jadi dengan kata lain khalayak disini berperan sebagai penerima pesan, berperan aktif dalam melakukan kritik terhadap pesan yang disampaikan melalui media misalnya berupa foto atau gambar[7]

Sedangkan khalayak disini bisa disebut dengan istilah penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audience, *decoder* atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Khalayak dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok dan

[7] Tri Nugroho Adi, *Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi*, dalam jurnal Acta diurnal Vol 8 No 1 (2012), hlm 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat. Menjadi tugas seorang komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung.[8]

Jadi bisa disimpulkan analisis resepsi khalayak adalah proses penerimaan pesan melalui praktek wacana dan budaya yang diterima oleh pembaca tersebut. Dari simpulan ini bisa dicari bagaimana pengetahuan, pemahaman serta pemaknaan khalayak mengenai *letteringcapture* dalam *official account instagram*@sub.letter.

2. *Lettering capture*

Lettering capture merupakan sebuah media visual berupa foto atau gambar *lettering* atau seni tulis menulis yang hampir sama dengan seni kaligrafi yang ditampilkan melalui *official account instagram* @sub.letter dalam kategori gambar *interpretive photograph* yang dibidik semenarik mungkin.

3. *Official Accaount Instagram* @sub.letter

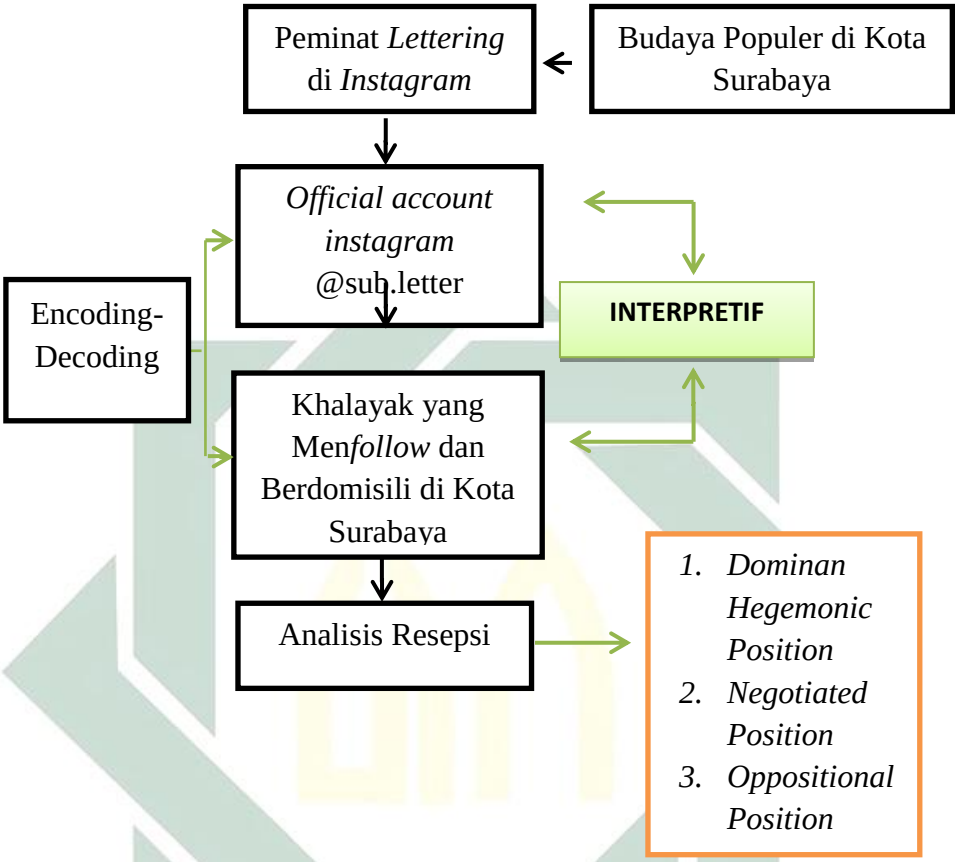
Official account instagram @sub.letter disini merupakan wadah yang digunakan untuk menampilkan berbagai karya anak bangsa mengenai *typography* di Kota Surabaya seperti *blackletter, lettering atau lettering dan* calligraphy serta variasi tulisan lainnya. Selain itu juga biasanya *official accountinstagram* @sub.letter juga membagikan informasi acara yang akan diadakan dalam waktu dekat melalui gambar atau foto.

[8] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm 159

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian

Bagan 1.0
Kerangka Pikir Penelitian



Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *reception analysis.* metode yang berupaya mencari makna isi pesan dari masyarakat yang tidak pasif dan hanya diam saat melihat dan menerima terpaan media secara langsung dan terus-menerus. Dan dasar dari penelitian resepsi ini adalah model *encoding (*sumber*)/ decoding (*penerimaan) Stuart Hall. Dimana dijelaskan bahwa komunikator memberikan pesan melalui media kepada komunikan dan menghasilkan respon sebagai umpan balik. Komunikator dan pesan merupakan sumber (*encoding),* pesan melalui media (*chanel)* diterima (*decoding)* menghasilkan respon. Disini peneliti menjelaskan bahwa penelitian ini dijabarkan dengan budaya populer yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditampilkan melalui foto atau gambar sebagai komunikator, pesan gambar berupa konsep isi dan tampilan *lettering capture,* sedangkan medianya terdapat pada *official account instagram* @sub.letter kepada penonton sebagai komunikan yang menerima pesan atau merespon pesan tersebut (*decoding*) yang menghasilkan umpan balik dari tayangan tersebut

Melalui *lettering capture,* memeberikan presepsi yang berbeda bagi khalayakyang berasal dari latar belakang serta pengalaman yang berbeda, akan terjadi pro dan kontra dan memaknai pesan dengan cara yang berbeda. Peneliti menggunakan metode *reception analysis* karena ingin menganalisi pemahaman khalayak tentang pesan dalam media.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan interpretif, yang menekankan bahwa pengetahuan bukanlah sesuatu yang kita konstruksi dengan menggunakan metode-metode yang berjarak dengan kita dari apa yang akan kita ketahui. Hal ini ditegaskan oleh keyakinan Heidegger bahwa tidak ada jalan bagi subyek atau pengamat untuk memisahkan diri dari obyek yang diamati. pencarian pengetahuan dikondisikan oleh kebudayaan, konteks dan sejarah.[9]

Dari uraian di atas bisa disimpulkan bahwa pendekatan interpretif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mencari makna atau arti yang melekat pada karakter hermeneutik dalam penafsiran terhadap

[9] Halimatus Sa'diyah, *Interpretasi Khalayak Terhadap Food Capture Dalam Official Account Instagram @kulinersby,* (Surabaya: Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017), hlm 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah pesan, teks atau lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil pendekatan interpretif karena penelitian ini berdasarkan pada sisi subyektifnya sehingga yang lebih tepat untuk menjadi paradigma penelitiannya adalah paradigma interpretatif.

Sedangkan jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan *reception analysis*. Analisi resepsi ini lebih memfokuskan pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media dan bagaimana individu atau subyek menginterpretasikan isi dalam media tersebut. Alasan peneliti mengambil *reception analysis* sebagai jenis penelitian adalah karena peneliti ingin mengetahui pemaknaan khalayak mengenai *food capture* dalam *official account instagram* @sub.letter. Asumsi dasar peneliti adalah adanya perilaku *dominant, negitiate* atau bahkan *opposition* terhadap informasi yang selalu di sampaikan melalui *official account instagran* @sub.letter.

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

   a. Subyek dan Lokasi Penelitian

      Subyek penelitian merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Subyek dipilih oleh peneliti dan dianggap memiliki loyalitas untuk menjawab dan memberikan informasi dan data kepada peneliti yang sesuai dengan permasalahan pada penelitian, karena subyek pada hakikatnya adalah sasaran penelitian.Adapun subyek dalam penelitian adalah komunitas *lettering* yang ada di Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan untuk lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian adalah *followers official account instagram* @sub.letter yang tinggal atau berdomisili di kota Surabaya. Alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan keberadaan pecinta *lettering* di Kota Surabaya sangat banyak, dan banyak tempat-tempat yang ada di Kota Surabaya dihiasi dengan *lettering*, mulai dari tembok-tembok di pinggir jalan hingga ruangan kerja. Pemilihan lokasi ini juga berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

1) Pemilihan *official account instagram* @sub.letter, dikarenakan akun tersebut merupakan satu-satunya komunitas yang mewadahi para penggiat atau pecinta seni *lettering* atau kaligrafi yang ada di Kota Surabaya, dan saat ini telah diikuti sekitar 2228 *followers*.
2) Banyaknya bangunan-bangunan di Kota Surabaya yang dihiasi dengan *lettering*

b. Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah mengenai resepsi khalayak terhadap *lettering capture*. Jadi, dengan obyek penelitian tersebut, dapat digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan yang masuk menjadi sebuah data *real* dan dapat mendeskripsikan tentang pemaknaan khalayak mengenai pemaknaan informasi yang ditampilkan melalui *letteringcapture* dalam *official account instagram* @sub.letter

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data penelitian

1) Data Primer

Data primer adalah data utama sebuah penelitian yang dalam hal ini merupakan data asli atau data langsung (tidak ada perantara) yang di kumpulkan peneliti untuk menjawab fokus penelitian. Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, tindakan dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.[10] Data dengan kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan data yang diambil oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dari informan secara langsung.

Dari data primer ini peneliti mampu mendapatkan data valid yang sesuai dengan tema dan rumusan masalah yang ada. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah khalayak yang berdomisili di Kota Surabaya usia 17-30 tahun.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung atau menguatkan data primer atau data utama, yang berupa refrensi buku-buku, jurnal, skripsi, koneksi internet dan sumber lainnya meliputi surat-surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai

[10]Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung : PT. Rosda Karya, 2004), hlm 15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instansi pemerintah. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara.

b. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data *library research* dan *field research*.

1) *Library Research*

Penelusuran data dengan menggunakan bantuan buku-buku yang ada di Perpustakaan. Digunakan untuk mencari landasan-landasan teori tentang unsur-unsur pada penelitian ini.

2) *Field Research*

Hasil wawancara secara tertulis atau secara lisan yang direkam oleh alat perekam, arsip tentang daftar orang yang menjadi informan dalam penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang yang berusia 17-30 tahun yang memiliki akun *instagram* pribadi dan men*follow official account instagram* @sub.letterserta berdomisili di Surabaya. Rentang usia dipilih untuk memberikan pandangan yang berbeda dari pemaknaan akan informasi yang ditampilkan dalam *lettering* pada *official account instagram* @sub.letter.

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni memilih informan secara sengaja dan tidak randdom. Dimana orang-orang dipilih untuk dijadikan informan dipilih atas dasar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.[11] Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai.

Adapun kriteria-kriteria penentuan informan kunci yang tepat dalam pemberian informasi dan data yang tepat dan akurat mengenai pemaknaan atau maksud yang ditampilkan melalui *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter adalah sebagai berikut:

a) Khalayak yang hobi *lettering,* sering membuat karya *lettering,* mengupload karyanya ke akun pribadi media sosial miliknya, men*follow official account instagram* @sub.letter dan berdomisili di Surabaya.
b) Khalayak yang tidak hobi *lettering* namun men*follow official account instagram* @sub.letter dan berdomisili di Surabaya.
c) Khalayak yang hobi *lettering* tapi jarang membuat karya, pernah meng*upload* karyanya ke akun pribadi media sosial miliknya, men*follow official account instagram* @sub.letter dan berdomisili di Surabaya.

4. Tahap-tahap Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reception analysis*, dimana metode ini mencoba untuk menginvestigasi,

[11]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 300

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menganalisis, interpretasi khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter. Peneliti ingin melihat bagaimana khalayak menerima sebuah teks dari media dengan mengetahui makna dan pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan. Khalayak sebagai individu yang menganalisis teks media dengan kajian resepsi pada pengalaman khalayak serta bagaimana makna diciptkan berdasarkan pengalaman tersebut. Tahap-tahap penelitian yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Menyeleksi

Pada tahap penyeleksian ini, peneliti melakukan pemilahan informan. Peneliti mencari sepuluh *followers official account instagram* @sub.letter yang minimal men*follow official account instagram* @sub.letter. Kemudian peneliti melakukan wawancara melalui telepon selular untuk menjaring calon informan yang sesuai dengan kriteria.

b. Mengklarifikasi

Penelitian ini menggunakan *reception analysis* berdasar model Stuart Hall (*Dominant*, *Negotiated* dan *Oppositional*). Selanjutnya akan mengklarifikasikan aspek perbedaan latar belakang, status sosial, khalayak yang hobi *lettering* dan men*follow official account instagram* @sub.letter, khalayak yang tidak hobi *lettering* tapi men*follow official account instagram* @sub.letter, khalayak yang pernah atau sering memposting *lettering* dan men*follow*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Mengolah data

Peneliti pada tahap ini melakukan transfer hasil rekaman wawancara kedalam bentuk deskripsi atau tulisan.

d. Menganalisis

Peneliti akan menganalisis foto-foto yang berupa *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter dengan mengkategorikan *lettering capture* tersebut. Selanjutnya peneliti menganalisis hasil transfer rekaman wawancara penerimaan khalayak berdasarkan latar belakang yang berbeda-beda dengan menggunakan metode *encoding-decoding* milik Stuart Hall. Dari situ akan ada tiga posisi hipotesis yakni *Dominant, Negotiated dan Oppositional.*

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada dasarnya penelitian mempunyai beberapa teknik dalam proses pengumpulan data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan empat teknik, antara lain:

a. Wawancara

Metode wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[12]

[12]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja RosdaKarya, 2004), hlm 186

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode interview adalah sebuah dialog atau tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih yaitu pewawancara dan terwawancara (narasumber) dilakukan secara berhadap-hadapan (*face to face*).[13] Peneliti akan menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang termasuk ke dalam kategori *in-depth interview* di mana pedoman pertanyaan dari wawancara ini tidak akan terlalu terstruktur dan peneliti akan bertanya lebih lanjut lagi jika jawaban dari pertanyaan kepada sumber dianggap belum cukup representatif.

Hal ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dari sumber data sehingga semakin memperkaya data serta untuk menggali lebih lanjut data-data yang disampaikan oleh sumber yang dianggap menarik dan merupakan suatu jawaban baru yang bahkan mungkin kontradiktif terhadap permasalahan yang dikemukakan

b. Observasi

Peneliti membangun hubungan yang dekat dengan khalayak dari obyek penelitiannya. Hal ini dimaksudkan agar peneliti bisa menyelami kehidupan mereka dan mereka mau berbagi mengenai perasaan terdalam dari masyarakat. Metode observasi bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup khalayak yang hobi kulineran dan khalayak yang tidak hobi kulineran. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan sehari-hari khalayak secermat mungkin

[13]Rony Hanitijo, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimeter*, (Jakarta: Ghalis, 1994), hlm 57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai pada sekecil-kecilnya. Pengamatan berperan serta sebagai penelitian yang bercirikan interaksi sosial.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti cara pengumpulan datadengan mencatat data-data yang sudah ada.[14] Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa cacatan buku, surat, transkip, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda dan sebagainya.

Data ini diperoleh peneliti dari berkas-berkas atau dokumen yang ada. Foto ataupun video menjadi data untuk melengkapi data yang ada agar tingkat keabsahannya kuat. Dalam hal ini adalah catartan seputar *official account instagram* @sub.letter dan dokumentasi kegiatan berlangsungnya wawancara mendalam. Selanjutnya dokumentasi ini juga berupa dokumen yang dibuat secara pribadi oleh peneliti berupa foto-foto tentang obyek penelitian yang diambil pada saat penelitian berlangsung.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi. Analisis resepsi merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan

[14]Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan Tinjauan Dasar*, (Surabaya: SIC, 1996), hlm 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

budaya kgalayaknya. Menurut Jensen ada tiga tahapan dalam metode resepsi ini yaitu:[15]

a. Mengumpulkan Data

Mengumpulkan data dari khalayak. Data dihimpun melalui wawancara mendalam. Wawancara berlangsung untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu menstimulasi wacana yang berkembang dalam diri khalayak. Hal ini mensyaratkan adanya pengetahuan tentang pesan pada diri khalayak yang diteliti. Tanpa adanya pengetahuan terhadap pesan, tidaklah mungkin khalayak mampu memahami dan memaknainya.

b. Analisis

Menganalisis hasil atau temuan dari wawancara. Setelah wawancara sebagaimana langkah pertama dilakukan maka tahap berikutnya, peneliti mengkaji catatan wawancara tersebut yang berupa transkrip wawancara yang di dalamnya dapat disarikan berbagai kategori pernyataan., pertanyaan, komentar dan sebagainya. Dalam tahap ini peneliti memanfaatkan teknik triagulasi data dalam rangka untuk melakukan *coding* terhadap hasil wawancara.

c. Interpretasi data resepsi

Tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya. Menjadi catatan disini bahwa seorang peneliti tidak sekedar mencocokkan model pembacaan

[15]Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Malang: Kelompok Intrans Publishing, 2015), hlm 173

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengelaborasikan dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehinga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian sesungguhnya.

7. Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas, karena dalam penelitian kualitatif kriteria utama pada data penelitian adalah *valid, reliable* dan obyektif. Teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit kebergantungan dan audit kepastian.[16]

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga teknik, meliputi:

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Kehadiran peneliti dalam setiap tahap penelitian kualitatif membantu peneliti untuk memahami semua data yang dihimpun dalam penelitian bahkan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Perpanjangan keikutsertaan digunakan peneliti untuk membangun kepercayaan para subyek terhadap peneliti dan juga kepercayaan

[16]Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT. Remaja Rosydakarya, 2004), hlm 327

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diri peneliti sendiri. Perpanjangan keikutsertaan dilakukan dengan cara menjalin komunikasi yang harmonis secara terus menerus dengan informan selama 2 minggu, dalam hal ini peneliti ikut serta melakukan kegiatan dengan informan seperti *hangeout*, bertukar pikiran via *handphone* dan *online message*.

b. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitannya dengan proses analisis konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan menggunakan seluruh panca indera meliputi pendengaran dan insting peneliti sehingga dapat meningkatkan derajat keabsahan data. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik ketekunan pengamatan dilakukan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap kegiatan dan diskusi yang dilakukan informan.

c. Triangulasi

Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Triangulasi dengan memanfaatkan peneliti untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data. Hal ini dilakukan peneliti dengan cara mengkonsultasikan hasil penelitian kepada dosen pembimbing skripsi.[17]

[17] *Ibid* hlm 127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Pembahasan penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab, yang masing-masing bab terdiri dari bebearpa sub bab. Maka peneliti mengklasifikasikan penulisannya yaitu sebagai berikut:

Bab pertama adalah Pendahuluan, yang meliputi, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Konsep, Kearngka Pikir, Metode Penelitian, Jadwal Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab Kedua adalah : Tinjauan Pustaka, pada bab ini berisi landasan teori uraian tentang: gambaran mengenai analisis resepsi.

Bab ketiga adalah sistem operasional diantaranya deskripsi singkat mengenai *lettering* di Kota Surabaya, Profil *official account instagram* @Sub,letter, identitas informan, data penelitian serta pemaparan fokus permsalahan yang diangkat peneliti.

Bab keempat mengeai pemaparan hasil penelitian yakni analisis resepsi khalayak tentang *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter beserta keterkaitan temuan penelitian dengan teori yang digunakan .

Bab ke lima Penutup, yang terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang dipandang berkenan dengan pembahasan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Analisis Resepsi

Analisis resepsi ini merupakan pendekatan baru dalam penelitian mengenai khalayak media. Menurut Fiske dalam *reception analysis* khalayak merupakan pihak yang berupaya mencari makna sebuah pesan pada teks media. Khalayak tidak pasif dan berdiam diri saat menerima berbagai terpaan media dari segala penjuru.

Analisis resepsi juga merupakan prespektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Analisis ini merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya. Jadi dengan kata lain khalayak disini berperan sebagai penerima pesan, berperan aktif dalam melakukan kritik terhadap pesan yang disampaikan melalui media misalnya berupa foto atau gambar[18]

Munculnya resepsi analisis ini berawal dari pendekatan Uses and Gratification. Analisis resepsi dikembangkan dari teori kitis, semiologi dan analisis diskursus. Inti dari pendekatan ini terletak pada atribusi dan konstruksi makna yang di dapat dari media oleh khalayak. Kebanyakan informasi sensorik, mentah dan tidak terorganisasi yang datang melalui penglihatan, pendengaran, dan indera lainnya ditata

[18] Tri Nugroho Adi, *Mengkaji Khalayak* ..... hlm 7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi sebuah keseluruhan yang bermakna oleh tanda-tanda/ jadi pemahaman mengenai dunia bukanlah pemahaman sensorik yang langsung. Ia dimediasi oleh tanda dan juga oleh citraan yang ditimbulkan dalam ruang pikiran kita sendiri.

Jensen mengatakan salah satu pikiran utama dalam *reception analysis* adalah para informan dari penelitian itu sendiri, untuk membangun sebuah laporan penelitian yangvalid dari respsi tersebu, penggunaan, dan pengaruh kuat dari media, harus menjadi analisa yang menganalisis baik informan maupu isi dari penelitan yang dilakukan. *Reception analysis* mengumpulkan data-data tersebut dan penerimanya adalah elemen pelengkap dari satu wilaya penyelidikan yng ditujukan untuk aspek-aspek yang saling tidak berhubugan maupun aspek-aspek komunikasi sosial. Pada intinya *reception analysis* berpendapat bahwa tidak akan pernah ada pengaruh tanpa makna.[19]

2. Khalayak Aktif

Pada hakikatnya khalayak itu aktif, khalayak bukanlah penerima yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak aktif memilih menggunakan isi program yang ditampilkan oleh media. Para anggota khalayak bisa secara bebas menyeleksi media dan program-programnya, saat mereka merasa program itu baik baginya, maka mereka bisa menggunakannya untuk pemuas kebutuhannya. Sedangkan khalayak pasif adalah khalayak yang hanya bereaksi pada

[19] Klaus Bruhn Jensen, *Handbook of Media and Communications Research*, (London: Routledge, 2002), hlm 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apa yang dilihat dan didengar dalam media. Khalayak pasif tidak ambil bagian dalam diskusi-diskusi publik, padahal khalayak adalah sasaran media massa.

Prosedur media mungkin tidak menyadari bahwa penggunaan media oleh khalayak yang menjadi sasaran program, dan anggota khalayak yang berbeda mungkin memanfaatkan program tersebut untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda pula. Media mampu menstimulus individu untuk menikmati sajian pesan atau program yang ditampilkan. Isi media mampu menjadi wacana perbincangan (penerimaan khalayak) yang menarik apabila dikaitkan dengan konteks budaya atau sosial, misalnya dampak dari visual yang ditimbulkan, penerima mampu memperoleh makna yang sesuai dengan konteks.

Menurut Silverstone, riset penerimaan khalayak kemudian cepat menjadi kajian empiris bukan hanya proyek murni teoritis. Meskipun

27

banyak masalah metodologis yang muncul dari pergeseran untuk penelitian resepsi empiris, proyek ini dengan cepat menjadi penting melalui penemuan bersama yang pertama, penonton sering berbeda dari peneliti dalam pemahaman mereka terhadap teks media, dan kedua bahwa penonton itu sendiri beragam, antara makna seharusnya melekat dala teks dan efek akibatnya pada penonton. Akibatnya, perhatian diarahkan untuk mempelajari konteks interpretatif yang dibingkai dan menginformasikan pemahaman pemirsa televisi.

Karena perkembangan gelombang kedua penelitian tentang efek media dan penerimaan media, menurut McQuail, telah mendjadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan umum bahwa khalayak adalah peserta aktif dalam proses pesan *media decoding*. Aliran penelitian ini telah mencapai kesimpulan bahwa pesan media milik produsen sampai saat ini dilepaskan melalui berbagai media komunikasi. Setelah mereka disiarkan atau dicetak, pesan meda masuk dalam alam pikiran dari reseptor yang secara aktif men-*decode* mereka, dalam sisem melambangkan berbagai hal, sesuai dengan latar belakang budaya dan sosial mereka sendiri. Ini mengurangi kekhawatiran bahwa perang propaganda dan daya mobilisasi telah dibesarkan di tahun-tahun pertama penelitian tentang efek media dan kekuasaan.[20]

Audiens tidak dapat dikategorisasikan sebagai massa yang tidak memiliki susunan, namun audiens terdiri dari berbagai komunitas yang berbeda di mana masing-masing memiliki nilai, ide dan ketertarikan. Isi media diinterpretasikan dalam komunitas berdasarkan makna yang dikembangkan secara sosial dalam kelompok tersebut dan individu lebih dipengaru oleh rekan-rekanya daripada oleh media. Audiens yang berbeda akan menginterpretasikan atau apa yang mereka baca dan lihat dalam cara yang berbeda. Audiens akan melakukan sesuatu terhadap apa yang mereka lihat dan baca dimana mereka betindak seperti apa yang mereka lihat. Ketika seseorang bergabung dalam suatu komunitas maka akan menerima kegiatan dan makna yang terus menerus dari komunitas atau kelompok tersebut. Bagaimana seseorang

[20]Lydia Nanda, *Interpretasi Khalayak Terhadap Retorik Politisi dalam Televisi*, (Jakarta: Skripsi Universitas Indonesia, 2012), hlm 9-10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertindak terhadap media dan pemaknaan yang muncul dari tindakan tersebut merupakan interaksi sosial.[21]

3. Seni

Kemampuan untuk menggambar dan mengambil makna dari gambar, untuk mencipta dan menikmati musik, untuk menari, untuk menggelar pentas, untuk menulis puisi, adalah anugerah yang benar-benar luar biasa dan misterius bagi spesies manusia. "Naluri seni" memungkinkan semua orang, terlepas dari golongan usia, atau keahlian, untuk memanjakan selingkupan perasaan dan emosi spiritual yang jelas membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya. Hal ini adalah bukti tak terrbantahkan aas kerja dari apa yang oleh Vico disebut sebagai *fantasia.* Diseluruh dunia, tradisi artistik diturunkan dari generasi ke generasi sebagai benda berharga karena secara uiversal tradisi ini dianggap tak terkekang oleh waktu, dianggap mengatakan seuatu yang sejati dan mendalam mengenai kondisi umat manusia.[22]

Seni adalah sesuatu yang dapat dikenali oleh semua orang, namun tidak ada yang dapat mendefinisikannya dengan tepat. Seni melibatkan representasi dalam wujud yang berdisiplin da mengandung keahlian, yang memerlukan sebuah cara yang distingtif dalam memandang dunia. Memang kata *art* (seni) berasal dari kata Latin *ars* yang artinya "keahlian". Inilah mengapa kata ini sering digunakan sebagai sinonim

[21]Stephen W. LittleJohn, *Theories of Human Communication,* (California: Sage Publication, 2005), hlm 296
[22] Marcel Danesi, *Pesan, Tanda dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi,* (Yogyakarta : Jalasutra, 2012), hlm 185.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk *keahlian* – misal “seni berkebun”, “seni catur”. Namun dalam makna luas, seni melibatkan bukan hanya keahlian khusus, melainkan juga kreatif dan sudut pandang atas dunia yang tergugat pada teks artistik.

Seni merupakan kemampuan lahiriah yang memungkinkan kita, sejak bayi, untuk mengambil makna dai gambar, musik, petunjukan dan hal-ha sejenis. Seni adalah pengakuan bahwa kita memang makhluk-makhluk spiritual yang mencari penjelasan mengenai alam semesta. Sementara sains mengajukan pertanyaan an mencari jawaban atas makna hidup melalui perpaduan pemikiran imajinatif dan logis, seni menyelidiki makna hidup dai emosi. Inilah mngapa pengalaman akan seni disebut pngalaman stetis, dan pengalaman akan sains disebut pengalaman intelektual. Namun, salah jika kedua jenis penyelidikan ini dilihat sebagai kategori yang bebeda. Keduanya digunakan oleh manusia untuk mnyelidiki pertanyaan-pertanyaan yang sama.[23]

Salah satu bagian dari seni adalah seni visual.Pertanyaan mengenai fungsi seni visual dalam kehidupan manusia telah menjadi bagian dari debat sosial umum. Salah satu versi terkenal dalam perdebatan ini dimuli oleh Andy Warhol (1928-1987), seniman pop Amerika yang menghasilka lukisan dan cetakan *silk-screen* yang menggambarkan benda sehari-hari, seperti kaeng sup dan foto selebritis. Misalnya, lukisan kaleng sup Campbell’s karyanya (1964). Saat ditanya *apa* makna lukisan ini, orang akan:

[23]*Ibid*, hlm 203

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Berkata bahwa maknanya tidak ada, atau
b. Memberi respon misalnya "ini simbol masyarakat kita yang konsumeris", "ini merepresentasi kan kedangkalan dan remehnya kehidupan kontemporer", dan seterusnya.

Pola respon yang kedua menyiratkan bahwa kita cenderung menafsirkan teks-teks tertentu sebagai "karya seni" kerena teks tersebut diberi makna dan nilai oleh para pembuatnya, oleh masyarakat tempat pembuatnya hidup, dan oleh mereka yang akan melihat itu kelak. Namun, "seni" semacam ini tidak menggugah respons yang sama di seluruh dunia, juga tidak menarik minat anak-anak (misalnya). Seni sejati mampu melampaui keadaan sosial, masa kini, dan hal-hal yang lazim belaka.[24]

Seperti halnya lukisan, *lettering* juga termasuk salah satu karya atau seni visual. *Lettering* merupakan seni menggambar huruf sesuai dengan keterampilan juru gambarnya, dibentuk secara spesifik dari berbagai bentuk untuk menghasilkan sebuah karya. Meskipun *lettering* bisa di kerjakan secara digital, pada dasarnya *lettering* merupakan karya tulisan tangan. Berbeda lagi dengan kaligrafi ataupun typografi, yang biasanya dianggap orang-orang sama saja dengan *lettering*, kaligrafi merupakan seni menulis, dan sepenuhnya berdasarkan keterampilan menulis dengan pena. Jauh berbeda dengan *lettering*, karena seni kaligrafi mencakup pembentukan huruf yang tepat, merangkai berbagai bagian. Sedangkan tipografi adalah seni merangkai

[24]*Ibid*, hlm 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

huruf dan mencetaknya. Ini merupakan teknik mendasar bagi para desain grafis. Dengan kata lain tipografi ini merangkai dan medukan jenis huruf atau font yng sudah ada yang telah dibuat oleh desainer untuk kemudian menghasilkan seni yang bermakna, dan yang jelas ini menggunakan media digital.

Gambar 2.0

contoh karya *lettering* manual

Karya (@jelvin)

Jelvin

Karya (@_rdwnsyh)

Irvan Ridwansyah

Gambar 2.1

contoh karya *lettering* dengan sentuhan digital

Karya (@awbyan)

Abyan Muwaffaq

Karya (@irawanhumble)

Deddy Irawan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.2

contoh para seniman membuat sketsa terlebih dahulu

Karya (@kaligrafina)

Karya (@aunur.rafiq)

Muhammad Aunur Rafiq

Sumber : Official Account *Instagram* masing-masing

Seni *lettering* di mulai dengan membuat kerangka atau garis bantu menggunakan pensil untuk memudahkan menggambar dan mengantisipasi adanya kesalahan, selanjutnya tahap penebalan, biasanya menggunakan *drawing pen*terlebih dahulu untuk memertegas dan memperjelas garis tepi sebelumnya, dan tahap akhirnya adalah *finishing*, pada tahap ini bisa menambahkan tekstur di dalam huruf atau hiasan-hiasan, dan biasanya setelah jadi, si juru gambarnya akan mengabadikan karyanya, entah dalam bentuk foto atau dipajang.

4. Media sosial

Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya wikipedia), blog dan microblogs (misalnya twitter),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunitas konten (misalnya youtube), situs jaringan sosial (misalnyafacebook, *instagram*), virtual game (misalnya world of warcraft), dan virtual social (misalnya second life).[25]

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Berbeda dengan media tradisional yang menggunakan media cetak dan media broadcast, media sosial ini menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *instagram* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakes media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhdap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia.

[25]Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Jakarta: Tesis Universitas Indonesia, 2012), hlm, 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Karakteristik media sosial

Dari berbagai penjelasan mengenai media sosial, Abbas menyebutkan karakteristik dari media sosial sebagaimana berikut:[26]

1) *Content* yang disampaikan dan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
2) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.
3) Isi disampaikan secara *online* dan langsung.
4) *Content* dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
5) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai *creator* dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
6) Dalam *content* media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (*interaksi*), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (*relasi*), reputasi (*status*) dan kelompok (*group*).

b. Jenis-jenis media sosial

Kaplan & Haenlein dalam Abbas membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri

[26]M. Rifai Abbas, dkk, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*, (Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), hlm 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penggunaannya. Menurut Kaplan & Haenlein, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, antara lain yaitu:[27]

1) Proyek kolaborasi, yaitu sebuah *website* yang mengizinkan *user*-nya mengubah, menambah dan membuang *content-content* yang berada di website, contohnya Wikipedia.
2) *Blog* dan *microblog,* yaitu *user* bebas mengekpresikan sesuatu seperti curhat/kritik terhadap kebijakan pemerintah, contohnya *Twitter.*
3) *Content* yaitu *user* dan pengguna *website* untuk saling *share content*, seperti video, gambar, suara, contohnya *YouTube, SoundCold, Tumblr* dan lainnya.
4) Situs jejaring sosial yaitu sebuah aplikasi yang mengizinkan *user* saling terhubung dengan orang lain dan berisikan informasi pribadi dan dapat dilihat orang lain, contohnya *Facebook, Blackberry Messanger, Messanger, Path, WatsApp* dan sebagainya.
5) *Virtual Game World* yaitu dunia virtual yang menggunakan teknologi 3D, dimana *user* berbentuk avatar

c. Fungsi Media Sosial

Secara umum, fungsi media sosial adalah sebagai berikut:[28]

1) Media sosial dapat memperluas jangkauan internet manusia karena menggunaan jaringan internet da teknologi berbasis web.

[27]*Ibid*, hlm 28
[28] Hilna Tenia, "Pengertian Media" dalam *http://www.kata.co.id/Pengertian/Media/879*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Media sosial dapat membantu penggunanya berkomunikasi dengan banyak orang (*many to many*)
3) Media sosial juga mempermudah pengguna dalam berbagi pengetahuan dan informasi. Orang yang menerima pean A bisa dengan mudah membagikannya ke orang lain.

Sedangkan menurut Puntoadi, fungsi media sosial adalah:

1) Dapat membangun personal branding

   Media sosial tak hanya berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi atau berdiskusi. Tapi, media juga bsa membuat seseorang populer di media sosial. Buktinya, ada banyak arti/ selebgram yang semakin terkenal karena selalu meng-update media sosialnya.
2) Membantu produsen/ pihak pemasaran agar lebih dekat dengan konsumen.

   Berkat media sosial, pihak pemasaran bisa lebih mudah untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen. Mereka juga bisa melakukan interaksi dengan cepat, seperti tanya jawab, dan sebagainya.

Selain itu, McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:[29]

a) Informasi

   Inovasi, adaptasi dan kemajuan.

[29] Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm 71

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Korelasi

- Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- Mengkoordinasi beberapa kegiatan.
- Membentuk kesepakatan.

c) Kesinambungan

- Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.
- Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d) Hiburan

- Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi.
- Meredakan ketegangan sosial.

e) Mobilisasi

Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bingkai politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama.

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media sosial inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap masyarakat terhadap berbagai obyek sosial. Segala macam informasi yang disodorkan oleh media sosial akan memunculkan gambaran terhadap obyek sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Instagram

a. Pengertian *instagram*

Salah satu media disini adalah *instagram. Instagram* adalah salah satu jenis media sosial yang besar, yang merupakan sebuah aplikasi untuk memposting foto atau video, dan aplikasi ini masih temasuk bagian dari facebook. Media sosial ini juga memungkinkan kita untuk berkomunikasi dengan khalayak secara luas.

Aplikasi *instagram* ini digunakan untuk membagikan video maupun foto, biasanya juga disertai dengan teks atau biasa disebut sebagai *caption*. Dilihat dari kegunaan awalnya sebagai media untuk berbagi video maupun foto, tidak mengherankan jika *instagram* menyediakan banyak *filter* atau efek, ini termasuk nilai tambahan untuk membuat para pengguna internet tertarik. Sebagian besar efek yang terdapat pada aplikasi ini mampu mengubah foto dan video menjadi tampak lebih menarik dan artistik dengan tambahan efek atau *filter* yang disediakan oleh *instagram.*

Instagram bisa dikatakan hampir sama dengan *twitter*, dimana kita sebagai pengguna bisa mem*follow* orang lain, dan begitu sebaliknya. Selanjutnya kita bisa saling menyukai setiap apa yang mereka posting, baik foto maupun video. Apalagi untuk versi terbarunya, *instagram* bisa digunakan untuk menggunggah 10 foto

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam 1 kali unggahan. Hal ini tambah memudahkan orang lain untuk melihat foto kita dengan hanya melihat 1 unggahan saja.

Gambar 2.3

Logo *instagram* versi 10.1.0

Sumber : google

Instagram ini mempunyai ciri khas tersendiri, yaki hasil foto yang digunakan adalah 1:1 atau persegi.

Gambar 2.4

Tampilan *instagram*

Sumber: dokumen pribadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Fitur *Instagram*

Menurut Bambang (2012) terdapat beberapa fitur pada media sosial *instagram* yakni: [30]

1) *Follower*

Fitur ini memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi antara sesama pengguna *instagram*.

2) Kamera

Foto yang telah diambil melalui *instagram* dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Ada 16 efek foto yang bisa digunakan untuk mempercantik foto.

3) Judul foto

Berfungsi untuk memberikan judul, menambah lokasi foto dan memberikan narasi pada foto tersebut.

4) *Arroba* (@)

Digunakan untuk menautkan pengguna lain. Dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun *instagram* orang lain.

5) Label foto atau *hashtag* (#)

Sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan ―kata kunci‖ tertentu. Label atau hashtag banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi (komersil maupun non-komersil) agar foto tersebut dapat dengan mudah ditemukan dan semakin populer.

[30]Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel,* (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Tanda suka *(love*)

Sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai sebuah foto. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan mamsuk ke halaman populer.

7) Populer, halaman populer merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia saat itu.

8) *Effects* Foto

Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh *user* pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster,Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Nashville, Valencia, Amaro, Rise, Hudson* dan *Lord Kelvin*

9) *Geotagging*

Yakni identifikasi metadata geografis dalam sebuah media situs ataupun foto. Bagian geotag akan muncul ketika *user iDevice* mengaktifkan *GPS* mereka di dalam *iDevice* mereka tersebut.

10) Jejaring sosial

U*ser* tidak hanya berbagi foto di dalam *Instagram*, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial *Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr* dan juga *posterous* yang tersedia di halaman untuk membagi foto.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari beberapa fitur yang terdapat pada *instagram* ini, dapat memudahkan *user instagram* dalam mencari apapun dalam akun mereka termasuk ketika mereka ingin mengetahui tentang Surabaya, dapat langsung ditemukan dan mendapatkan informasi yang berupa foto.

Instagram dapat diakses melalui beberapa perangkat elektronik seperti *smartphone*, PC, ataupun laptop, asalkan perangkat tersebut masih terhubung dengan fasilitas internet. Foto atau video yang dihasilkan di *instagram* dapat digunakan untuk berbagai tujuan atau kebutuhan, mulai dari berbagi kehidupan diri sendiri hingga kehidupan masyarakat atau khalayak luas.

B. Kajian Teori

Teori Encoding-Decoding Stuart Hall

Teori encoding-decoding merupakan teori yang menekankan pada peran penerima atau pembaca atau khalayak dalam menerima sebuah pesan, bukan pada si pengirim pesan. Pengertian atau pemaknaan khalayak ini juga bergantung pada latar belakang sosial budaya dan pengalaman hidup si penerima pesan, dari sini terlihat bahwa makna dalam sebuah pesan itu dibentuk dari hubungan sebuah pesan dengan penerima pesan itu sendiri. Encoding bisa dikatakan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh sumber untuk menerjemahkan sebuah pesan agar dapat diterima oleh pembaca.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Esensi model stuart Hall enkoding-dekoding bersifat sederhana. Hall berpendapat bahwa produksi (encoding) pesan merupakan tahap awal dari proses menciptakan pesan, dan proses belumlah berakhir sampai pesan tersebut diresepsi (decoding). Hall berpendapat bahwa semua pesan telah dikodekan ke dalam pesan yang disukai (makna secara hegemonik dominan dengan yang diharapkan produsen), tetapi makna yang disukai tidak selalu berhasil.

Encoding dalam proses komunikasi tidak hanya berlangsung satu kali, namun bisa terjadi beberapa kali. Dalam percakapan melalui telepon, proses encoding terjadi dua kali, pembicara melakukan enkoding terhadap gelombang suara yang dikeluarkan pembicara. Kemampuan untuk melakukan enkoding ini berbeda-beda untuk setiap orang, ada yang sangat mahir memilih kata-kata sehingga menghasilkan kalimat yang bagus dan mengesankan. Para orator ulung memiliki kemampuan enkoding yang sangat baik, namun lebih banyak lagi orang-orang yang tidak memiliki kemampuan enkoding ini. Kemampuan enkoding juga berbeda-beda untuk setiap teknologi.[31]

Sedangkan dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan sebuah pesan-pesan fisik ke dalam sebuah bentuk yang memili arti bagi si penerima. Hegemoni dan hegemoni tandingan tidak akan ada tanpa adanya kemampuan khalayak untuk menerima pesan dan membandingkan pesan tersebut dengan makna yang sebelumnya telah disimpan di dalam ingatan mereka, proses ini

[31]Morrisan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm 18-19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dinamakan dengan dekoding. Ketika kita menerima pesan dari pihak lain maka kita melakukan dekoding terhadap pesan itu berdasarkan persepsi, pemikiran dan pengalaman masa lalu.[32]

Esensi model Stuart Hall ini bersifat sederhana. Hall berpendapat televisi memiliki sejumlah makna pada momen yang berbeda. Baik sebagai bagian produksi (*encoding)* maupun alam proses resepsi *(decoding)*. *Encoding-decoding* memang berhubungan meskipun tidak pernag identik. Keduanya didasarkan pada kerangka pengetahuan dan dibentuk oleh relasi produksi dan infrastruktur teknis, mereka tentu akan berbeda dan menghasilkan sebuah wacana yang bermakna terkait tetapi bebeda dalam produksi atau resepsi.

Dengan demikian, pengkonsumsian atau penerimaan pesan televisi itu sendiri juga merupakan ‘momen’ dari proses dalam pengertiannya yang lebih luas, walaupun yang terakhir ini ‘mendominasi’ karena merupakan ‘titik pemberangkatan untuk merealisasikan’ pesan tersebut. Oleh karena itu, produksi dan penerimaan pesan televisi tidaklah identik, namun keduanya berhubungan; keduanya merupakan momen tersendiri dalam totalitas yang dibentuk oleh pelbagai relasi sosial dalam proses komunikasi secara keseluruhan.

Pada tahap tertentu, struktur penyiaran harus menghasilkan pesan-pesan yang dienkodekan dalam bentuk diskursus yang bermakna. Sebelum pesan ini bisa memili ‘efek’ (betapapun itu terdefinisikan), sebelum dapat memenuhi 'kebutuhan' atau 'digunakan', pesan pertama-

[32]*ibid*, hlm 548

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tama harus diapropriasi sebagai diskursus yang bermakna dan didekodekan secara bermakna. Kumpulan makna yang didekodekan inilah yang ‘memiliki efek', yang memengaruhi, menghibur, mengajari, atau merayu, dengan konsekuensi tingkah laku, ideologis, emosional, kognitif, dan persepsi indrawi yang sangat kompleks. Dalam momen 'yang telah ditentukan batas-batasnya', suatu struktur menggunakan kode dan menghasilkan 'pesan': pada momen lainnya yang telah ditentukan batasvbatasnya, 'pesan' tersebut-melalui dekodingnya- muncul dan masuk ke dalam struktur praktik sosial.

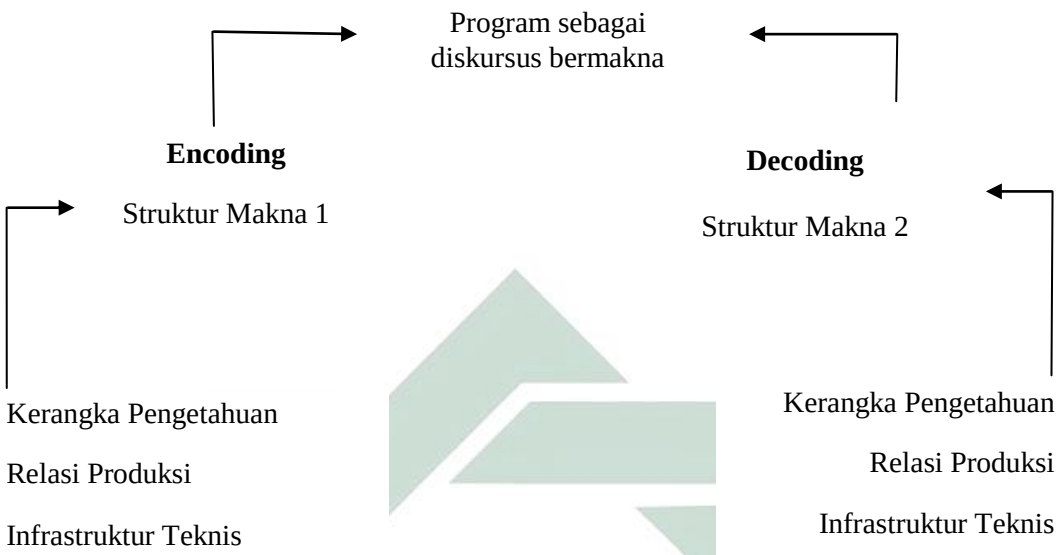
Selanjutnya, secara sadar kita telah masuk kembali ke dalam praktik penerimaan dan 'penggunaan' oleh audiens ini tidak dapat dipahami dari sudut pandang behavioral sederhana. Proses-proses semacam ini, yang keberadaannya teridentifikasi dalarn riset positivistik tentang unsur-unsur terpisah-efek, kegunaan, 'kepuasan' -- pada dirinya sendiri dibingkai oleh pelbagai struktur pemahaman (di samping dihasilkan oleh relasi sosial dan ekonomi) yang memberi bentuk pada 'realisasi' proses itu di akhir penerimaan dari rangkaian itu dan yang memperkenankan makna yang ditunjuk sebagai petanda dalam diskursus untuk ditransposisikan ke dalam praktik atau kesadaran (untuk memperoleh nilai guna sosial atau efektivitas politik). [33]

[33] Stuart Hall, *Budaya, Media, Bahasa* (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm 217

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 2.0

Konsep Penelitian Stuart Hall's Model Encoding-Decoding



Stuart Hall mengenalkan tiga posisi yang muncul dari proses *decoding* audiens terhadap pesan, antara lain sebagai berikut:[34]

1. *The Dominant-Hegemonic Poisition*, yaitu khalayak menerima, mengakui dan setuju dengan makna yang dikehendaki, tanpa ada penolakan dan menghasilkan pesan yang dominan ketika pesan tersebut diproduksi oleh produsen (produsen *encoding-decoding* dominan).
2. The *Negoitated Position*, dalam posisi ini terdiri dari campuan elemen adaptif dan selektif, dimana mereka mengakui keabsahan dan pengauh dari makna cara berfikir sendiri. Mereka mencampur interpretasi mereka dengan pengalaman sosial tertentu yang pernah mereka alami.

[34] *Ibid*, hlm 227

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. *The Oppositional Position*, yaitu khalayak yang memahami makna pesan yang tersirat dalam produk media yang mereka konsumi, namun mereka melawn atau memiliki interpretasi yang berbeda.

Pada penelitian ini, khalayak berkesempatan untuk mempersepsi dan memproduksi makna mengenai *lettering captur* dalam *official account instagram* @sub.letter. Berdasarkan kode penggolongan poisi khalayak yang dijelaskan oleh Hall, khalayak memiliki potensi untuk menerima (*dominant-hegemonic position*), benegosiasi (*negotiated Position*) atau bahkan berlawanan (*oppoitional postion*) dengan apa yang disampaikan dalam *official account instagram* @sub.letter.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Profil SubLetter

Subletter merupakan sebuah komunitas yang mewadahi para pecinta atau penggiat seni *lettering* yang ada di Surabaya.

a. Sejarah

Surabaya merupakan kota terbesar di Indonesia nomer dua setelah Jakarta. Kota Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, dan pendidikan di Jawa Timur. Banyak orang dari penjuru Dunia dan Nusantara dengan latar belakang suku, agama, social, budaya dan kehidupan yang berbeda datang menuntut ilmu atau berbisnis di Kota pahlawan ini. Begitu pula kreatifitas dan bakat sangat dibutuhkan dan bahkan mempunyai nilai tersendiri dalam dunia kerja. Kemampuan, keahlian atau *softskill* saat ini memang menjadi salah satu persyaratan saat melamar pekerjaan.

SubLetter pertama kali terbentuk pada 10 januari 2015 sekaligus pertama kali mengadakan *meet up*. Berawal dari saling berkomentar pada *postingan* BelmenID pada Desember 2014, Ferry, Bani dan Grace di pertemukan. Mereka bertiga di *mantion* oleh BelmenID untuk membuat sebuah komunitas sendiri di Surabaya, meski masih dalam naungan BelmenID dan Kaligrafina yang merupakan pelopor komunitas *lettering* di Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menindak lanjuti masukan dari BelmenID, akhirnya mereka merencanakan pertemuan pertama kali pada tanggal 10 Januari 2015 tersebut. Komunitas *lettering* di Surabaya pertama kali ini dulunya bernama Belmen Surabaya, sama seperti ama komunitas yang ada di Jakarta tersebut, namun seiring berjalannya waktu, mereka bertiga ingin memberi nama yang lebih berbeda agar terlihat. Mereka bertiga merembukkan nama yang cocok untuk komunitas ini itu apa, nama yang tidak jauh-jauh dengan kata seni menulis. Pada pertengahan tahun 2015 tepatnya pada bulan Juni berubah nama menjadi SubLetter.[35]

Kata Belmen merupakan sebuah singkatan dari "Belajar Menulis", sedangkan Subletter adalah kepanjangan dari "Surabaya *Lettering*". Subletter merupakan sebuah komunitas *lettering* yang terbuka untuk semuanya, siapapun boleh gabung tanpa terbatas umur,namun anggota subletter di dominasi oleh anak muda, ini terlihat dari anggota subletter yang tergabung dalam komunitas tersebut adalah anak muda, yang kisaran umurnya adalah 17 tahun hingga 35 tahun. Di komunitas subletter ini tidak hanya sebagai wadah para pecinta *lettering* saja, tapi juga ada anggota yang *basicnya* adalah seorang pecinta seni seperti kaligrafi, blackletter, watercolor dan lain sebagainya.

Subletter merupakan satu-satunya komunitas yang menaungi pegiat seni di Surabaya, ada juga komunitas yang masih

[35] Wawancara dengan Ferry, salah satu *founder official account instagram* @sub.letter di cafe Dejavu Surabaya, pada tanggal 6 oktober 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mirip-mirip dengan Subletter yakni komunitas doodle Surabaya, mereka sama-sama komuitas yang masih dalam satu hal kesenian namun berbeda konteksnya. Dimana jika subletter merupakan komunitas yang berfungsi sebagai wadah para pecinta *lettering* atau seni menggambar huruf, doodle surabaya merupakan komunitas yang menaungi para pecinta doodle atau seni menggambar atau memenuhi ruang kosong dengan gambaran atau apapun agar tidak terlihat sepi atau kosong.

b. *Followers*

Sejak awal dibentuknya *official account instagram* @sub.letter tahun 2015 hingga awal Desember 2017, didapat sekitar 141 anggota dan 2583 *followers* yang setia mengikuti perkembangan *official account instagram* @sub.letter.Lalu pada tahun 2018 sekitar bulan Maret, jumlah *followers* melunjak menjadi 2658 *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang mengetahu adanya komunitas penggiat seni tulis yang ada di Surabaya ini. *Followers* dari *official account instagram* @sub.letter tidak hanya orang-orang yang berasal dari Surabaya saja, namun juga tersebar di berbagai kota.

c. Foto atau gambar

Foto atau gambar yang dihasilkan oleh *official account instagram* @sub.letter merupakan hasil pemotretan dan kreasi tulisan oleh anggota subletter, namun juga ada karya dari orang lain yang di ambil saat acara atau workshop yang diadakan oleh subletter.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.0
Contoh *lettering capture* yang ditampilkan dalam
Official Account Instagram @sub.letter

Sumber : *Official Account Instagram* @sub.letter

d. Logo

Gambar 3.1
Logo *official account instagram* @sub.letter

Sumber : Arsip *Founder* @sub.letter

Penamaan @sub.letter pada *official account instagram* @sub.letter dipilih guna memudahkan khalayak untuk mencari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

account seputar *lettering* di Surabaya. Kata "sub" sendiri merupakan singkatan umum untuk kota Surabaya, dimana kebnyakan individu menulisaknnya denngan tulisan "sub" atau "sby". Sedangkan untuk kata "Letter" berasal dari kata "*Lettering*". Disini sudah jelas menunjukkan bahwa adanya sebuah account yang memang di buat untuk menunjukkan bahwa di Surabaya ada sebuah komunitas *lettering* yang mewadahi para pecinta *lettering* atau kesenian menulis, karena dalam SubLetter ini tidak hanya *lettering* saja, namun juga ada black letter, kaligrafi dan watercolor.

Logo dari *official account instagram* @sub.letter bisa dikatakan simple, yakni berupa perbaduan tulisan antara "Sub" dan "Letter" yang merupakan hasil kolaborasi dari Ferry dan Grace. Jika kebanyakan *official account instagram* komunitas letteing dari kota lain menggunakan 2 warna saja yakni hitam dan putih seperti yang digunakan pada pelopor seni *lettering* di Indonesia @Kaligrafina dan @BelmenID juga menggunakan warna tulisan putih dan background hitam, berbeda dengan SubLetter, warna yang digunakan dalam logo @sub.letter tersebut adalah gold dan hitam untuk tulisannya, dan putih untuk backgroundnya.

Dengan demikian logo *official account instagram* @sub.letter dapat diartikan sebagai akun yang menyebarkan info dan berbagi karya *lettering* dari pecinta kesenian menulis di Surabaya dan sekitarnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Profil Informan

Subjek penelitian ini merupakan sepuluh orang yang berusia 17-35 tahun yang memiliki akun instagram pibadi dan memfollow *official account instagram* @sub.letter serta berdomisili di Surabaya. Adapun informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Nama : Lukman Hakim (Panggilan Luqem)

Pekerjaan : Mahasiswa Teknik Desain Poduk ITS semester 6

Usia : 22 tahun

Muhammad Lukman Hakim atau akrab di panggil Luqem, seorang mahasiswa desain semester 6 Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya. Laki-laki berumur 22 tahun ini selain sibuk kuliah, dia juga menjadi pengajar di tempat kursus menggambar sekaligus freelance karikatur di @muka.kita. sejalan dengan hobbi nya, luqem mulai mencoba seni tulis atau *lettering*. Dia mengenal *lettering* dari sebuah komunitas yang ada di despro ITS, yang bernama Squadword pada tahun 2016 saat masih semster 3.

b. Nama : Ana Rose Fitri (Panggilan Ana)

Pekerjaan : Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya semester 8

Usia : 22 tahun

Informan kedua bernama Ana Rose Fitri atau biasa dipanggil Ana, mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya jurusan ilmu komunikasi semester akhir. Selain kuliah Ana juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempunyai usaha *online shop*. Ana mulai mem*follow official account instagram* @sub.letter sejak tau postingan temannya di *story instagram.*

c. Nama : Rizal Fahmi Al Hadi Syahnata (Panggilan Rizal)

Pekerjaan : Mahasiswa Teknik Telekomunikasi PENS semester 6

Usia : 22 tahun

Informan selanjutnya adalah Rizal Fahmi Al Hadi Asyanta, atau kerap di panggil Rizal, mahasiswa D3 PENS yang sedang menyelesaikan tugas akhirnya ini selain kuliah juga aktif di organisasi mahasiswa maupun organisasi masyarakat disekitar.

d. Nama : Novtiana Nafisah Nauli Harahap (Panggilan Opi)

Pekerjaan : Guru PAUD Anak Ceria

Usia : 24 tahun

Opi merupakan informan ke empat dengan nama lengkap Novtiana Nafisah Nauli Harahap. Selain menyukai dunia seni, ternyata opi juga merupakan salah satu guru di PAUD Anak Ceria yang berada di kampus B Unair. Wanita yang berusia 24 tahun ini merupakan salah satu lulusan S1 Psikologi Unair Surabaya dan sekarang sedang bekerja sebagai guru di sebuah PAUD, selain mengajar, Opi juga aktif di berbagai komunitas dan salah satunya adalah komunitas *lettering* subletter.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Nama : Imam Erianto (Panggilan Erik)

Pekerjaan : Karyawan Nurul Hayat Surabaya

Usia : 30 tahun

Informan ke lima adalah Imam Erianto atau lebih akrab di panggil Erik, laki-laki berusia 30 tahun ini merupakan lulusan Universitas Sunan Giri Surabaya jurusan Hukum Islam dan sekarang bekerja di sebuah yayasan amil zakat di Surabaya. Erik bekerja di bagian media, yang tidak lain bakal bergelut pada bidang desain mendesain, dari situlah Erik mulai sering membuat *lettering* digital.

f. Nama : Izzatul Ulya Ma'ruf (Panggilan Izza)

Pekerjaan : Mahasiswa jurusan Teknik Lingkungan UPN Surabaya semester 3

Usia : 19 tahun

Izzatul Ulya Ma'ruf atau Izza merupakan informan ke enam. Wanita yang baru saja masuk di dunia perkuliahan ini adalah salah satu mahasiswi jurusan Teknik Lingkungan di Universitas Veteran atau UPN. Izza mulai menyukai dunia *lettering* sejak tahun 2017

g. Nama : Adhi Wahyu Ramadhan (Panggilan Adhi)

Pekerjaan : Freelance

Usia : 21 tahun

Saat ini Adhi bekerja sebagai seniman freelance atau bisa dikatakan menerima pesanan sketch wajah sembari menunggu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil pengumuman lamaran kerja di dinas pemadam kebakaran Surabaya. Adhi merupakan orang asli kebumen dan merantau ke Surabaya untuk mencari pekerjaan. Adhi memang hobi menggambar, jadi tidak heran kalo adhi juga berminat menekuni seni menulis ini. Dia memang sengaja mencari akun instagram yang mewadahi pecinta seni *lettering* di Surabaya.

h. Nama : Siti Lailatus Siyami (Panggilan Laila)
   Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
   Usia : 29 tahun

   Informan selanjutnya adalah Siti Lailatus Siyami atau biasa di panggil ibu Laila, merupakan seorang istri sekaligus ibu dari dua anak yang kesehariannya disibukkan dengan kegiatan rumah tangga lainnya.

i. Nama : M. Fredo E. Pratama (Panggilan Fredo)
   Pekerjaan : Mahasiswa Desain Komunikasi Visual UPN semester 7
   Usia : 21 tahun

   Fredo merupakan informan ke delapan, yang juga seorang mahasiswa DKV atau Desain Komunikasi Visual di Universitas Pembangunan Nasional. Mahasiswa semester 6 ini tau official account instagram @sub.letter saat ingin mencari referensi mengenai karya *lettering*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. Nama : Salsa Sabila (Panggilan Caca)

Pekerjaan : siswa SMA N 10 Surabaya

Usia : 17 tahun

Informan terakhir ini merupakan seorang siswi kelas 3 di SMA N 10 Surabaya bernama lengkap Salsa Sabila atau lebih akrab dipanggil Caca. Perempuan asli Surabaya ini selain sekolah, dia juga aktif di kegiatan luar sekolah seperti di event *dance cover*, dia juga hobi menyanyi. Penggemar lagu korea ini bergabung dengan komunitas subletter sejak tahun 2016 saat ada acara workshop.

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara mendalam dengan berpedoman pada pertanyaan penelitian atau teknik wawancara dan observasi langsung oleh peneliti turun ke lapangan dengan tujuan agar peneliti dapat mengetahui data dan mendapatkan dokumentasi secara langsung sehingga akan memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan penelitian.

Data dalam penelitian diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data, yaitu menjelaskan kategori data yang diperoleh. Setelah itu data dan fakta hasil penelitian empiris disusun. Diolah yang kemudian di tarik dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum. Untuk itu peneliti harus memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pengumpulan data, terutama pendekatan dan jenis penelitian yang dilakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini berfokus pada *lettering capture* dalam ranah komunikasi verbal dan non verbal serta bagaimana pemaknaan khalayak terutama *followers* mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter baik bagi khalayak yang hobi dibidang seni maupun tidak.

Pengumpulan data ini dilakukan di Surabaya, mulai tanggal 15 november 2017 – 26 maret 2018. Peneliti memperoleh data dari wawancara langsung dengan informan mengenai pengetahuan, pemahaman serta pemaknaan tentang *lettering capture* dalam *official account intagram* @sub.letter.

1. Pengetahuan dan pemahaman khalayak tentang *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter

   Seni yang merupakan keindahan, yang lahir dari dorongan fitrah manusia yang cenderung kepada keindahan, seperti seni tulis-menulis. Pada penelitian ini diasumsikan bahwasannya informan sebelumnya memang udah mengetahui gambaran mengenai *lettering* dari awal, karena memang informan yang diambil adalah follower dai *official account instagram* @sub.letter sendiri.

   Dengan sumber daya yang tersedia saat ini yang semua serba online, sangat mudah untuk menemukan berbagai karya seni dari berbagai sumber, mulai dari lingkungan sekitar, info dari teman dekat hingga orang yang ada di penjuru dunia. Begitu pula dengan pemahaman mengenai *lettering capture* dari setiap informan pastilah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbeda-beda, hal ini bisa dikarenakan tingkat pendidikan dan pengalaman dari setiap orang juga berbeda-beda.

Sejalan dengan apa yang dikemukakan Baran & Davis bahwa setiap orang memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar budaya mereka.[36]

Seperti yang diungkapkan oleh informan Izza, mahasiswi semster dua ini menungkapkan bahwasannya *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter merupakan sebuah karya yang bisa mengangkat seni *lettering* di Indonesia sendiri.

> Ini salah satu karya dari anggotanya ya mbak kalo dilihat-lihat, ya mereka ini ingin menunjukkan sebuah hasil karya anak muda yang kreatif dan mungkin bisa mengangkat nilai seni di Indonesia, soalnya jujur awalnya saya tau *lettering* ini dari akunnya orang luar negeri, hehehe[37]

Hampir sama dengan apa yang dipahami oleh informan Izza, infoman Laila, ibu dua anak ini mengungkap bahwasannya anak muda jaman sekarang pandai mencari peluang.

> Kreatif sih mbak, anak muda jaman sekarang pinter cari peluang, tulisan-tulisan gini kan biasanya banyak kutemui di cafe-cafe atau tempat makan gitu, ya mending gini sih kumpul sama temen-temene ngasah bakat dari pada main sosmed di kamar, menyendiri.[38]

Namun berbeda dengan pemahaman dari Adhi yang mengutarakan bahwasannya *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter ini merupakan wadah yang bisa

---

[36] Stanley J. Baran Dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan Edisi Kelima* , (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), Hlm 12
[37] Wawancara dengan Informan Izza di Dotcom cafe Ngagel, Surabaya
[38] Wawancara dengan Informan Laila melalui WhatsApp

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggabungkan karakter orang satu dengan orang lain sekaligus ada unsur ekonominya.

> Iki karyae apik, gambare seimbang meski dikerjakne wong 3 padahal karaktere bedo-bedo, iki yo iso diarani sponsor pisan nek bahasa keren e endorse ngunulah soal e enek alat dan merk pen e jelas hahaha.[39]
>
> *(Red: ini karyanya bagus, gambarnya seimbang meski dikerjakan oleh 3 orang padahal karakter tulisannya berbeda-beda, ini juga bisa dibilang iklan, kalau bahasa kerennya itu endorse lah, soalnya ada alat dan merk pen nya jelas, hahaha).*

Lain halnya dengan pemahaman informan Erik dan Fredo *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter ini adalah sebuah karya bisa jadi referensi sekaligus media belajar atau bahkan sebuah chanel untuk mencari teman yang punya hobi yang sama.

> Menurut saya itu kreatif, ekspresif, keindahan, seni lah. Seperti informasi, cuma kemasannya lebih kreatif, lebih menarik, kalo yang *jadul* gitu kan cuma gambar teus ada tulisannya biasa, pokok ini tu lebih menarik, *fell*nya tu ngena, beda, meski tanpa baca *caption* lo mbak ini. Trus kegiatannya juga positif kalo menurutku, karna proses kreatif itu berkembang, kalo di desain namanya tu *typography*. Kalo mengenai pertanyaan yang bisa dikatan *endorse* atau nggak sih bergantung gimana dulu fotonya, kan kalo *endorse* pasti ada brand dan unsur promosi.[40]
>
> Ini mereka pengen ngasi tau kalo *lettering* ga cuma manual dengan cara gambar pakek tangan, tapi bisa juga digital, itu sih yang kupahami dari dua foto tadi. Aku biasanya lihat-lihat karya mereka buat referensi pas ada tugas kuliah juga hahaha.[41]

[39] Wawancara dengan informan Adhi di halaman Masjid Agung Surabaya
[40] Wawancara dengan informan Erik di Kantor NH
[41] Wawancara dengan informan Fredo di kos-kosan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nah bagi Caca dan Luqem berbeda lagi, menurut mereka gambar yang ada di *official account instagram* @sub.letter ini adalah sarana berbagi informasi.

> Ngasih info kalau ada workshop sekaligus nampilin karya dari salah satu anak yang ikut komunitas ini[42]
>
> Loh ini ta mbak? itu *lettering* nya karya ku sendiri mbak hahaha, disitu tu aku pengen ngegambarin kalo ada workshop yang nge*letteringnya* diatas kayu gitu, ya dengan media berbeda gitu mbak, kan biasanya di kertas.[43]

Namun berbeda dengan pendapat mahasiswi ilmu komunikasi ini, menurutnya tidak semua hasil karya dari *official account instagram* @sub.letter itu bisa di pahami oleh orang awam atau masyarakat luas.

> Aku emang suka hal-hal seni macam gambar gitu tapi kalo tulisan gini ak ga terlalu bisa dan liat tulisan ini aku gapaham gimana bacanya hehe.[44]

Sama dengan pendapat ana, Rizal juga mengutarakan pendapatnya, bahwa dia tidak bisa membaca tulisan tersebut, dan berfikir hanya orang yang nulis aja yang memahaminya.

> Ya macam gambar gini ni, aku bisa liat karya tulisan mereka yang banyak macamnya, kan bisa jadi contoh tulisan yang bagus itu gimana, pemilihan font, cara menghasilkan karya yang berbeda itu gimana, pokok masuk lah kalo dibuat salah satu contoh belajar gambar beginian, tapi minusnya ada beberapa tulisan yang misal di baca orang awam itu gatau gimana cara baca dan tulisannya apa, dan mungkin hanya si penulisnya aja yang paham[45]

---

[42] Wawancara dengan Informan Caca di Korido ar Surabaya
[43] Wawancara dengan informan Luqem di Alfa Basuki Rahmad
[44] Wawancara dengan informan Ana di East Coast Pakuwon
[45] Wawancara dengan informan Rizal di Alfa Basuki Rahmad

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pendapat yang diutarakan oleh para informan diatas, terlihat bagaimana bermacam-macamnya pemahaman mereka mengenai *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter. Beberapa informan yang menjadi *followers official account instagram* @sub.letter menyakini bahwasannya *lettering capture* dinilai sebagai sebuah karya anak muda yang dipamerkan dan yang bersifat informasi untuk disebarluaskan ke publik, namun disisi lain keyakinan mereka tidak sepenuhnya hanya itu saja. Disisi lain mereka justru menyakini bawasannya, *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter justu dipahami sebagai media belajar sekaligus endorse.

Dengan demikian informan memiliki pengetahuan yang luas mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter yng memang sebagai media informasi dan *lettering capture* yang menjadi media belajar sekaligus endorse.

2. Pemaknaan khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter

Sebuah karya seni yang ditampilkan melalui *lettering capture* merupakan sebuah teks berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (*sign*) dan saling terhubung. Dalam memahami, mengerti, bahkan membaca sebuah teks, diutuhkan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda atau kode-kode dari sebuah teks tersebut. Memahami atau mendecoding sebuah pesa tersebut membutuhkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan terhadap lingkup budaya yang ada di dalam individu tersebut.

Interpretasi atau analisis resepsi merupakan spek krusial kondisi manusia. Anak-anak secara instan mulai menafsirkan dunia dengan tanda-tanda, mereka membuat koneksi psikososial antara tubuh mereka yang berkembang dengan pemikiran sadar mereka terhadap dunia. Saat anak menemukan bahwa tanda merupakan alat efektif untuk berfikir, berencana dan bernegosiasi dengan orang lain dalam situasi tertentu, dia akan memperoleh akses ke ranah ilmu pengetahuan budayanya. Pada mulanya, anak akan membandingkan upayanya untuk menafsirkan dunia dengan tanda-tanda yang terbuka untuknya dalam konteks spesifik. Namun melalui penggunaan jangka panjang.

Tanda yang diperoleh dalam konteks tersebut akan secara kognitif menjadi dominan pada si anak, dan pada akhirnya memediasi sert meregulasi pikiran, tindakan dan tingkah lakunya. Kebanyakan informasi sensorik, mentah dan tak terorganisir yang datang melalui penglihatan, pendengaran dan indra lainnya ditata menjadi sebuah keseluruhan yang bemakna oleh tanda-tanda. Jadi pemahaman kita tentang dunia bukanlah pemahaman sensorik secara langsung. Ia dimediasi oleh tanda dan juga oleh sesuatu yang diciptakan dalam ruang pikiran kita.[46]

[46] Marcel Danesi, *Pesan, Tanda Dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenal Semiotika dan Teori Komunikasi,* (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), Hlm 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berkaitan dengan *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter, informan Opi memaknai bahwasaanya *lettering capture* official acoount instagram @sub.letter adalah salah satu cara untuk menyatukan atau mengumpulkan berbagai orang yang mempunyai hobi atau kesukaan yang sama untuk saling sharing, memberi masukan, belajar dan bahkan ini juga sama aja kita menambah teman atau chanel untuk kedepannya.

> Ya dengan melihat foto ini ya salah satunya (sambil menunjuk salah satu karya *lettering* yang ada di official account istagram @sub.letter), termasuk saya nih kan emang suka dunia seni, ketika tau ada postingan seperti ini muncul di explore instagram jadi penasaran dan akhirnya mulai kepo dan mencoba mencari tau dengan cara mengklik akun tersebut, akhinya tau oh ternyata ada ya perkumpulan kayak gini di Surabaya ya.., untuk gabung, sharing berbagai macam hal yang sama, begini juga kan sama aja kia nambah temen siapa tau mau buat acara yang berhubungan dengan dunia *lettering*, bisa menghubugi salah satu temen ini. (dan sekali lagi menunjukkan foto yang memperlihatkan sebuah karya sekaligus si pembuat karya)[47]

Bagi informan yang biasa di sapa Fredo ini memaknai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai media memperkenalkan sebuah komunitas kepada khalayak luas.

> Sejauh ini menurutku, foto *lettering* yang ada di akun subletter ini tu buat nunjukin hasil karya-karya member subletter, nunjukin bahwa ada berbagai kegiatan dalam komunitas tersebut (sambil menunjukan sebuah foo dimana ada banyak orang yang sedang berfoto dengan karya mereka) dan juga buat menginspirasi siapapun yang ingin belajar terutama yang ada di wilayah Surabaya, macam saya ini kan bakal lumayan lama tinggal di Surabaya.[48]

Sama halnya dengan pendapat informan Fredo, informan Ana juga merasa bahwa *lettering capture* dalam *official account instagram*

[47] Wawancara dengan informan Opi di McD Manyar
[48] Wawancara dengan informan Fredo di Indomaret Point Gunung Anyar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

@sub.letter merupakan upaya komunitas tersebut menunjukkan hasil karya dari anggotanya.

> Meski tujuan isinya hampir sama, tapi disetiap postingan itu beda-beda karyanya mbak, jadi bisa dibilang juga mereka ingin menunjukkan hasil karya dari membernya mereka dan sekaligus memberi informasi kumpul-kumpulnya ini, mungkin mereka membuat pengumuman atau info ini bisa bergantian atau bergiliran atau bisa juga sesuai jadwal siapa yang akan membuat poster tersebut kan.[49]

Sebagian informan memaknai bahwasannya *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai pusat informasi *lettering* atau kegiatan *lettering* khususnya untuk wilayah surabaya. Seperti yang diungkap oleh Caca, perempuan cantik yang juga merupakan siswi kelas 3 SMA ini berpendapat bahwa foto-foto yang ada dalam akun tersebut cenderung ke pembagian informasi saja di bandingkan hasil karya para anggota komunitas itu sendiri.

> Ininih misal mbak buka foto-foto yang ada di akun itu kan emang cenderung kebanyakan yang mereka posting adalah sebuah informasi pen meet up, workshop, pelatihan, dan sebagainya, jadi memang sudah jelas menurutku ini di khususkan sebagai wadah informasi, meski itu juga karya dari anggotanya sendiri tapi mereka jarang merepost karya dari member-membernya sendiri, gitu menurutku mbak.[50]

Sama halnya dengan pendapat informan Caca mengenai makna *lettering capture* dalam official account instgram, informan Luqem, begitu sapaanya, menambahkan bahwasannya melalui letletring capture yang terdapat dalam *official account instagram* @sub.letter dapat menjalin sebuah kerja sama dengan pihak lain.

---

[49] Wawancara dengan informan Ana di East Coast Pakuwon
[50] Wawancara dengan informan Caca di Koridor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> Sebagai pemersatu, terutama yang suka *lettering* khususnya yang ada di Surabaya, kan di seluruh Indonesia ada banyak tuh komunitas *lettering*, sama sebagai informasi ke orang-orang yang mungkin belum join atau bahkan belum tau, mengenal *lettering*, jadi misal ada kegiatan apa gitu mereka bisa tau, oo ada kegiatan nih di subletter dari melihat postingan yang ada di akun tersebut, meski dia cuma sekedar suka, maksudnya bukan yang hobi atau bisa *lettering* aja yang bisa menikmatinya. Bahkan mungkin kita ini bisa menjadi media partner kayak misalnya tombow, fabercastel, atau yang lainnya seperti yang ada di postingan kapan hari kan (sambil nunjukin foto yang memang subleter sedang bekerja sama dengan tombow atau fabercastel).[51]

Sebagian lagi menilai bahwa *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter ini merupakan cara sebuah komunitas tersebut mensponsorkan suatu produk yang digunakan dalam proses pembuatan *lettering* tersebut. Seperti yang diungkapkan mahasiswa tingkat akhir PENS ini.

> Menrutku sih meski nggak di endorse langsung sama pihak sana, tapi secara tidak langsung dia ikut mempromosikan sebuah produk kan? Kalo lihat foto ini lo ya (sambil membuka foto *lettering* yang menunjukkn bahwa memang ada sebuah produk di samping karya tersebut). Ya gak papa juga sih jadi misal ada yang pengn buat karya sepert itu bisa lihat alat yang dipakai dan mencoba sendiri.[52]

Sejalan dengan pendapat informan Rizal, informan Adhi juga menuturkan bahwa dalam salah satu postingan di *official account instagram* @sub.letter sebagai iklan produk.

> Nak komunitas ngene sih ga kaget lah yo nek misale ono iklan e, ya biasalah, mergo de.e yo butuh like, *followers*, meski iklan gak terusan muncul, iso juga gawe refernsi alat seng mereka gawe.[53]

---

[51] Wawncara dengan informan Luqem di Alfa Basuki Rahmad
[52] Wawancara dengan informan Rizal di Alfa Basuki Rahmad
[53] Wawancara dengan informan Adhi di Masjid Al Akbar Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Red) : Kalau di komunitas gini sih ndak heran lah kalo ada iklannya, ya biasanya karna dia kan juga butuh like, *followers*, meski tidak selalu muncul terus iklan itu, kan bisa juga sebagai refernsi alat yang digunakan oleh mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis resepsi *(reception analysis)* dimana khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpetative communities* yang selalu aktif dalam meresepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna yang diproduki oleh media massa.[54] Khalayak media bisa dikatakan aktif apabila mereka memiliki kemampuan untuk membeikan *feedback* kepada media dan jika relasinya bersifat interaktif.

Media saat ini tidak lagi dipercaya sebagai sebuah patokan yang memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikan, namun khalayaklah yang berperan sebagai pemilik kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan berindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang di ciptakan atas teks tersebut.

Hasil temuan penelitian adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah semua data yang diperoleh peneliti. Selain itu juga bertujuan untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian atau juga bisa dikatakan bahwa hasil temuan ini bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang diperoleh. Analisis data juga merupakan implementasi usaha peneliti untuk mengatur urutan data, kemudian mengkoordinasikan dalam satu pola, kategori dan

[54] Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992), , hlm 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

uraian dasar. Dari hasil temuan yang akan duiuraikan sesuai dari hasil sumber penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti.

Data yang diperoleh dalam penjabaran ini penting sekali untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Data ini juga diperlukan untuk menganalisa antara hasil temuan dilapangan dan teori yang berkaitan pada penelitian ini. Dalam hal ini, peneliti menganalisa mengenai interpretasi khalayak khususnya para *followers* mengenai *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter. Hasil pengumpulan data yang dilakukan peneliti menghasilkan beberapa temuan sebagai berikut:

1. Pemahaman khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter.

   a. Aktivitas atau kegiatan anak muda sekaligus wadah pemersatu hobi

      Pemahaman khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter merupakan aktivitas atau kegiatan anak muda. Dimana anak muda ini melakukan aktivitasnya di luar rumah dan berkumpul dengan teman-temannya.

      Hampir semua khalayak yang ditemui peneliti yang sekaligus menjadi followes official account instagram sub.letter memahami kegitan ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh anak muda usia 16 hingga 30 tahun. Terbukti dalam beberapa foto yang ada di official account instagram sub.letter lebih banyak di dominasi oleh anak muda. Mereka asik ngobrol sana sini entah mengenai seni aau hal lain, dan terkadang juga saling berbagi pengalaman atau bahkan ilmu mengenai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lettering atau hal seni lainnya. Menurut mereka aktivitas tersebut merupakan hal yang wajar dan positif.

Lettering capture dalam official account instagram sub.letter selain dipahami sebagai kegiatan anak muda juga dipahami sebagai wadah atau tempat pemersatu hobi. Kebanyakan dari *followers* official account instagram sub.letter merupakan penyuka seni terlebih seni menulis ini, jadi tidak heran pula jika kebanyakan dari mereka juga mempunyai usaha di bidang jasa *lettering*, mural atau bahkan sablon.

Aktivitas *meetup* yang dilakukan oleh anggota sub.letter ini, seringkali dilakukan di tempat-tempat yang nyaman dan biasanya tempat yang ada meja dan kursinya, dan yang pasti cukup untuk menampung orang banyak. Tempat seperti itu biasanya terdapat di cafe, tempat nongkrong dan lain sebagainya.

Tempat yang jadi langganan digunakan acara atau kegiatan meetup oleh sub.letter adalah cafe Dejavu ngagel, Koridor Co Working Space yang berada di jalan Tunjungan, satu atap dan tempat yang bisa digunakan secara gratis lainnya.

b. Paid Promote atau Upaya Mempromosikan Sebuah Produk

Sebagian *followers* official account instagram sub.letter yang dijumpai oleh peneliti, memahami bahwasannya *lettering capture* yang ditampilkan oleh *official account instagram* @sub.letter merupakan upaya mengiklankan suatu produk atau yang biasa atau paid promote atau lebih sering dikatakan sebagai endorse.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini sebagaimana yang dipahami oleh laki-laki asal kebumen yang saat ini sedang bekerja di Pemadam Kebakaran Surabaya, Adhi, begitu panggilan sehari-harinya, memahami bahwa dalam *postingan* yang ada di *official account instag*ram sebagai *endorse.*

Pemahaman Adhi juga diperkuat dan didukung oleh pemahaman ibu Laila dan Rizal. Mereka memahami bahwasannya *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter selain sebagai pemersatu hobi dan kegiatan anak muda saja namun juga sebagai informasi mengena alat yang digunakan oleh si pembuat karya tersebut.

2. Pemaknaan khalayak mengenai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter.

   a. Eksistensi karya

   Pemaknaan *followers official account instagram* @sub.letter mengenai *lettering capture* yang ada dalam *official account instagram* @sub.letter bemacam-macam, beberapa khalayak memaknai *lettering capture* sebagai bentuk eksistensi karya masing-masing anggota.

   Informan yang sedang menjalani kesibukannya sebagai mahasiswa semester 2 di Universitas Pembangunan Nasional Surabaya ini memaknai *lettering capture* yang ditampilkan melalui *official account instagram* @sub.letter sebagai cara dari anggotanya memamerkan karya-karyanya mereka.

   Hal yang serupa juga diutarakan oleh ibu 2 anak ini, dimana ia memaknai bahwasannya *lettering capture* dalam *official account*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instagram @sub.letter merupakan upaya seniman Indonesia untuk menunjukkan karyanya ke khalayak luas melalui akun tersebut bahwa kreativitas orang Indonesia juga tidak kalah dengan orang luar negeri.

Sependapat dengan informan Izza dan Laila, informan Ana begitu sapaan sehari-harinya, juga memaknai bahwasannya *lettering capture* yang ada dalam *official account instagram* @sub.letter merupakan cara seseorang menunjukkan kemampuan mereka ke khalayak luas.

b. Informasi dan Peluang kerjasama

Rata-rata informan yang peneliti temui memaknai *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai media penyampai informasi. Mereka menganggap bahwasannya sebagian postingan atau *lettering capture* yang ada di alam *official account instagram* @sub.letter merupakan informasi mengenai meetup yang dilakukan setiap bebeapa minggu sekali.

Hal ini sejalan dengan pendapat siswi kelas 3 SMA ini, Caca begitu panggilan akabnya, Caca menutukan bahwasannya *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter merupakan wadah untuk menyampaikan sebuah informasi meetup yang diadakan oleh komunitas tersebut.

Begitu juga dengan Erik, seorang karyawan swasta yang juga kebetulan juga bekerja dibagian desain, saat diwawancarai juga bependapat bahwa *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter juga merupakan sebuah informasi yang dikemas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedemikian rupa dengan membuatnya lebih menarik perhatian dan beda dari informasi jaman dulu.

Pendapat Caca dan Erik ini juga didukung pula dengan pendapat yang diutarakan oleh Rizal, mahasiswa jurusan teknik telekomunikasi PENS ini memaknai *lettering capture* yang ada di *official account instagram* @sub.letter merupakan informasi yang bisa di terima masyarakat luas, meski tanpa membaca *caption* sekalipun, karena dengan melihat sekali duakali gambar tersebut, si pembaca akan mendapat 4 informasi sekaligus, yakni acara, tema, tempat dan juga waktu.

Selain sebagai informasi, *lettering capture* dalam *official account instagram* @sub.letter juga dimaknai sebagai peluang kerjasama oleh beberapa informan lainnya. Seperti yang diutarakan oleh Luqem, mahasiswa teknik desain ITS ini memaknai *lettering capture* yang terdapat di *official account instagram* @sub.letter sebagai media partner, menurut Luqem, lewat *lettering capture* yang ada dalam *official account instagram* @sub.letter si pemilik modal atau usaha dalam bidang seni bisa memanfaatkannya sebagai peluang kerja sama, hal ini juga di dukung dengan adanya *lettering capture* yang memang di dalamnya *official account instagram* @sub.letter sedang bekerja sama dengan merk atau brand tertentu seperti, Tombow, Fabber Castle, Leeven and Co, dan lain sebagainya.

Sependapat dengan Luqem juga, Opi menturkan, bahwasannya *lettering capture* yang ada dalam *official account instagram*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

@sub.letter bisa digunakan sebagai media kerjasama untuk mengadakan kelas khusus atau workshop, sepeti yang biasanya dilakukan oleh *official account instagram* @sub.letter sendiri. Pendapat Opi diperkuat dengan adanya postingan *workshop* bersama beberapa *merk* atau *brand* tertentu yang ada di *official account instagram* @sub.letter.

c. Sebagai rujukan atau referensi

Jika beberapa *followers official account instagram* @sub.letter memaknai *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter sebagai kegiatan atau aktivitas anak muda, Fredo mahasiswa Universitan Pembangunan Nasional memaknai *lettering capture* sebagai media referensi untuk orang-orang yang mencari masukan atau ide mengenai karya *lettering* itu sendiri.

Hal yang sama juga dialami oleh Erik, seorang karyawan swasta ini menuturkan bawasannya saat dirinya buntu untuk membuat sebuah desain, maka dia akan membuka dan melihat beberapa karya *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter tersebut.

Begitu pula dengan Adhi, remaja yang saat ini bekerja di Dinas Pemadam Kebakaran Surabaya ini memaknai *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter ini merupakan referensi sebelum ia membuat sebuah karya, menurutnya, melalui gambar tersebut, dia akan menemukan beberapa bahkan banyak seniman yang lebih jago dan keren hasil *lettering*nya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Konfirmasi dengan Teori

Pada poin ini peneliti akan menganalisa temuan penelitian dengan teori enkoding dan dekoding. Menurut penjabaran diatas telihat bahwa khalayak atau *followers* dalam memahami dan memaknai *lettering capture* dari *official account instagram* @sub.letter menurut pengalaman atau pengetahuan dari masing-masing informan. Terbukti pada saat peneliti melakukan *indepth inteview* atau wawancaa mendalam terhadap satu persatu informan. Pemahaman dan pemaknaan informan terhadap *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter tersebut dapat diperoleh dari pengalaman atau melihat sebuah karya itu sendiri.

Hasil temuan penelitian ini tidak lepas dengan teori untuk menghasilkan data dari informan-informan yang kemudian dianalisis untuk menghasilkan seuah temuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunaka teoi *encoding-decodng* yang dikemukakan oleh Stuart Hall, dalam teori tersebut menggambarkan mengenai pengolahan pesan, penyampaian pesan dan kemudian pesan tersebut diterima oleh khalayak.

Khalayak sebagai audiens bukanlah pecandu kebudayaan yang membaca teks pasif. Teks secara umum dapat dibaca berbeda karena memiliki pemahaman yang pastinya akan berbeda-beda. Teks memang memiliki maknanya sendiri, namun beberpa audiens tidak mau hanya menerima makna yang ditawarkan untuk kemudian dicernanya mentah-mentah. Dari sinilah terlihat bagaimana khalayak dapat memilih menerima atau memilih untuk memaknai sebuah pesan dengan cara yang berbeda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Analisis resepsi mengkaji makna, prosuksi dan pengalaan audiens saat berinteraksi dengan teks media. Sehingga pengamatan mendalam perlu dilakukan pada proses *decoding*, interaksi dan "*pembacaan"* teks oleh audiens"[55]

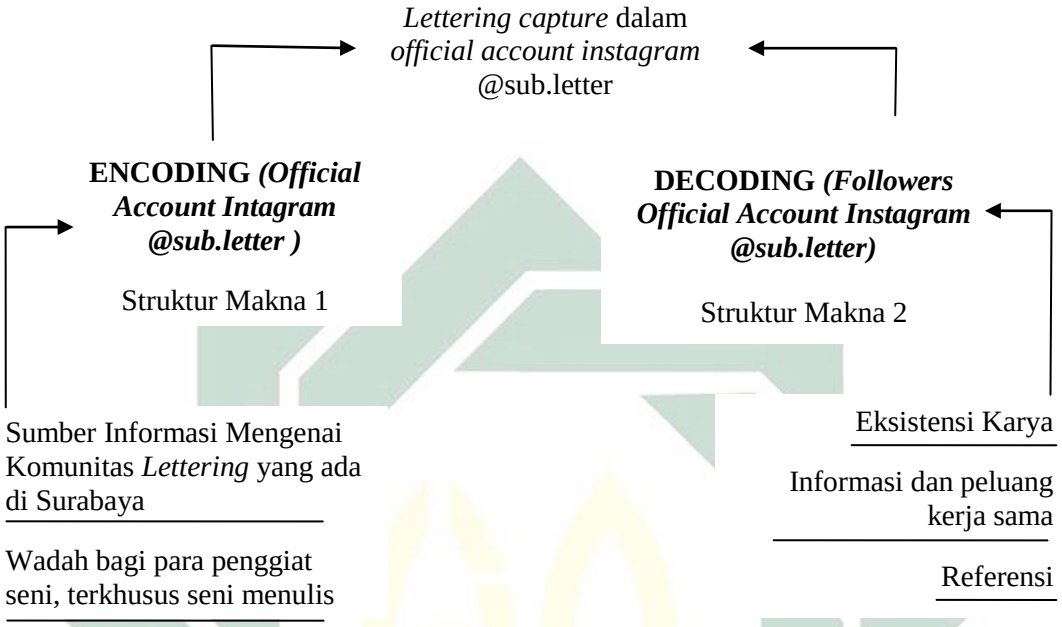
Komunikasi dikatakan sebagai proses apabila pesan tertentu daat diproduksi dan dikirim kemudian di terima dengan memunculkan sebuah efek tertentu bagi masing-masing informan atau khalayak. Efek yang muncul diakibatkan karena khalayak yang mengolah pesan tersebut dan menyampaikannya ke si penerima atau *encoder* dengan faktor-faktor yang bermacam-macam. Tipe pesan yang telah diinterpretasikan oleh khalayak (dekoder) tidak akan lagi sama persis dengan pesan sebelumnya yang diproduksi oleh encoder. Misalnya sebuah pesan yang diproduksi adalah "A" maka bisa jadi yang bakal diterima oleh dekoder adalah sama-sama "A" atau "a", atau malah bisa jadi "B", "C" atau yang lainnya. Bisa dikatakan pesan yang diterima tidak akan sama atau fleksibel seperti ketika memandang cermin. Hal ini dikarenakan subjektivitas khalayak dalam mengungkapkan kembali sebuah pesann tiak akan bisa selalu sama, hal ini dikarenakan latar belakang yang berbeda.

[55] Ingun Hagen & Wakso Janet, *Consuming Audiens? Poduction and Reception in Media Research*, (New Jersey: Hampton Publication, 2000), hlm: 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 4.0

Model Encoding dan Decoding Stuart Hall tentang *Lettering capture* dalam *Official Account Instagram*



Enkoder menyusun atau meng-*encode* sebuah makna dengan cara dan tujuan yang berbeda. Selanjutnya pada proses dekoding, khalayak menerima pesan dengan cara dan tujuan yang berbeda pula. Dengan kata lain makna dari teks tersebut akan mempunyai beberapa makna. Dari proses tersebut, khalayak akan menghasilkan sebuah interpretasi yang memungkinkan adanya beberapa perbedaan antara khalayak satu dengan khalayak lainnya. Melalui sikap khalayak yang mencerna sebuah pesan yang disampaikan oleh enkoder, Stuart Hall mengidentifikasi tiga posisi untuk mengkategorikan bagaimana kemungkinan khalayak melakukan decoding terhadap pesan tersebut. Tiga posisi tersebut diantarnya adalah posisi dominan *(dominated hegemonic position),* posisi negosiasi *(negotitated),* dan posis oposisi *(opositional position).*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di posisi pertama ini ada posisi dominan *(dominated hegemonic position)* apabila interpretasi khalayak sesuai dengan apa yang diinginkan produsen, dengan kata lain penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima secara umum ehingga pembaca akan menafsirkan dan membaca sebuah pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima oleh umum. Dengan kata lain, tidak ada perbedaan penafsiran antara penulis *(official account instagram* @sub.letter*)* sebagai pihak produsen dan pembaca sebagai pihak *(followers official account instagram* @sub.letter*).* disini penulis menggunkan kode-kode secara umum, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode-kode itu tersampaikan dengan kesesuaian oleh pembaca.

Kedua, posisi negosiasi *(negotiation position)* merupakan model dimana mayoritas audiens mungkin memahami secara cukup memadai apa yang secara dominan. Dalam hal ini khalayak mempunyai pilihan interpretasi karena mereka bisa saja salam menginterpretasikan atau tidak setuju dengan beberapa aspek yang dimaksudkan oleh si penulis *(official account instagram* @sub.letter*).* Hal ini terjadi dikarenakan si penulis *(official account instagram* @sub.letter *)* menggunakan kode-kode umum yang diyakini oleh kalayak, namun ketika proses interpretasi belangsung, kode-kode tersebut tidak diterima atau tidak dibaca dalam pengertian umum, namun pembaca cenderung menggunakan keyakinan dan melakukan negosiasi dengan kode yang disediakan oleh si penulis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketiga, posisi oposional *(oppositional posisition),* khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produsen namun setelah dibandingkan dengan sumber-sumber lain mereka membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produsen pesan tersebut. Dengan kata lain, khalayak ini mengembangkan interpretasi yang sangat berbeda dengan apa yang diutarakan oleh pembaca *dominant*. Pembacaan oposisi ini bisa muncul ketika penulis tidak menggunakan kode-kode umum atau kerangka acuan budaya khalayak pembacanya sehingga mereka menggunakan kode-kode yang mereka yakini dan kerangka budaya sendiri.

Beradasarkan dari hasil wawancara yang diperoleh, masing-masing berada posisi yang berbeda-beda. Perbedaan ini dianggap sangat wajar karena setiap informan mempunyai cara sendiri-sendiri dalam menerima (dekoding) sebuah pesan. Interpretasi dari sepuluh informan yang diambil dari penelitian ini menghasilkan tujuh informan *dominant hegemonic position,* tiga informan *negotitated position,* dan tidak ada *oppositional position*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.0

Pemaknaan Khalayak Tentang *Lettering capture Yang Ada Di Dalam Official Account Intagram @sub.letter*

No.	Nama Informan	*Dominant Hegemonic Position*	*Negotitated Position*	*Oppositional Position*
1.	Lukman Hakim	X		
2.	Ana Rose Fitri		X	
3.	Rizal Fahmi Al Hadi Syahnata		X	
4.	Novtiana Nafisah Nauli Harahap	X		
5.	Imam Erianto	X		
6.	Izzatul Ulya Ma'ruf		X	
7.	Adhi Wahyu Ramadhan	X		
8.	Siti Lailatus Siyami		X	
9.	M. Fredo Eka Pratama	X		
10.	Salsa Sabila	X		

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

   Posisi pertama ini jika interpretasi khalayak sesuai dengan apa yang diinginkan produsen, dengan kata lain penulis menggunakan kode-kode yang bisa diterima secara umum ehingga pembaca akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menafsirkan dan membaca sebuah pesan tersebut dengan pesan yang sudah diterima oleh umum.

Posisi dominan hegemoni dala penelitian ini adalah informan mengganggap bahwa *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter ini dijadikan sebagai pusat informasi mengenai komunitas *lettering* yang ada di Surabaya sekaligus sebagai wadah bagi para penggiat seni terkhusus seni menulis yang ada di kota Surabaya.

Informan Luqem dan Caca yang juga mempunyai latar belakang menyukai hal-hal berbau seni ini termasuk ke dalam model pembaca *dominant hegemonic position* karena secara garis besar ia memaknai *lettering capture* yang ada di dalam *official account instagram* @sub.letter dalam posisi interpretasi yang sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh *official account instagram* @sub.letter. Bagi komunitas Subletter, *lettering capture* yang di tampilkan dalam *official account instagram* @sub.letter dibuat sebagai media informasi *meetup* yang ditujukan kepada khalayak luas.

Selanjutnya, interpretasi penerimaan Opi yang juga termasuk orang yang menyukai seni menilai tentang *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter juga bersifat dominan. Hal ini terlihat dalam pemaknaannya bahwasannya kegiatan yang tercermin dalam foto tersebut merupakan salah satu cara sebuah komunitas untuk mempertemukan orang satu dengan orang lain yang mempunyai hobi atau kesukaan yang sama terutama di kota Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendapat ini ia utarakan karena dia juga termasuk salah satu orang yang tergabung dalam komunitas tersebut dan ia bisa bertemu dengan banyak orang yang mempunyai hobi dan kesukaan yang hampir sama. Hal ini juaga sepaham dengan tujuan pembuatan *official account instagram* @sub.letter yang memang ingin memudahkan orang lain yang sedang mencari sebuah komunitas *lettering* atau seni menulis yang ada di Surabaya.

Sama halnya pendapat Opi, informan Adhi juga merupakan salah satu anggota yang dulunya menemukan *official account instagram* @sub.letter setelah dia melihat seniman asal Purworejo yang membuat karya *lettering* dan akhirnya Adhi ini mulai mencari komunitas *lettering* yang ada di Surabaya karena pemuda asal kebumen itu sedang merantau mencari kerja di kota Surabaya.

Informan Erik yang latar belakangnya berkerja di dunia desain mendesin ini menggambarkan *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter juga termasuk kedalam model *dominant hegemonic position*. Hal ini terlihat dimana saat Erik memaknai *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter sebagai salah satu cara yang kreatif untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak luas. Hal ini sesuai dengan cara yang digunakan oleh *official account instagram* @sub.letter untuk menyampaikan sebuah pesan yang ditujukan kepada khalayak, yakni dengan membuat poster sendiri yang di gambar atau di kreasikan langsung oleh anggota komunitas tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya informan Fredo, mahasiswa desain asal Gresik ini juga termasuk kedalam pembaca yang juga termasuk kedalam model *dominant hegemonic position*, menurutnya *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter merupakan sebuah wadah yang disediakan untuk menampung para penggiat seni terkhusus seni menulis tersebut. Sifat dominan Fredo ini didukung oleh adanya persamaan konteks latar belakang dengan akun tersebut, yakni Fredo adalah salah satu penggiat seni tulis menulis selain sebagai mata kuliah di jurusannya.

2. *Negotitated Position*

Posisi negosiasi, informan dalam batasan tertentu sejalan dengan adalnya kode-kode sebuah pesan yang disampaikan oleh produser teks (enkoder). Namun disisi lain, informan ini memodifikasi sesuai dengan kepentingan pribadinya.

Peneliti sudah mengelompokkan informan-informan yang masuk ke dalam kategori *negotitated position.* Dalam kelompok ini informan menilai *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh pihak produsen teks tersebut, namun terdapat penawaran lain dari pihak informan atau penerima dalam mengartikan pesan yang disampaikan oleh produsen teks tersebut.

Dari hasil pengelompokan ini, peneliti mendapatkan empat informan yang masuk kedalam pembaca model *negotitated position*, antara lain adalah informan nomer 2, 3, 6, dan 8 yang menilai bahwa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masih ada aternatif lain yang akan didapat dari *official account instagram* @sub.letter.

Informan 2 atau Ana, remaja asal Lamongan dan sudah lama tinggal di Surabaya ini mempunyai jawaban ataupun pernyataan yang *dominant* terhadap *lettering capture* yang ditampilkan oleh *official account instagram* @sub.letter, yakni sebagai wadah para penggiat seni tulis menulis dan sebagai pusat informasi mengenai akomunitas Subletter. Hal ini sesuai dengan apa yang ingin ditampilkan oleh *official account instagram* @sub.letter. Namun disisi lain, remaja yang kesehariannya diisi dengan berjualan online ini, menginterpretasikan *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter sebagai cara mereka untuk menarik perhatian para pemilik modal agar bisa menjadi media *partner* saat komunitas tersebut mengadakan sebuah acara, apalagi yang membutuhkan dana yang cukup besar. Hal ini didukung dengan adanya *lettering capture* yang menampilkan informasi mengenai *workshop* yang bekerjasama dengan Fabercastle.

Selanjutnya informan ke 3 ini juga termasuk kedalam pembaca model *negotitated*. Rizal, mahasiswa PENS tingkat akhir asal Jombang memberikan interprtasi terhadap *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter sebagai informasi dan termasuk kedalam kegiatan yang menguntungkan, namun disisi lain informan Rizal berpendapat ada hal lain yang ia rasakan setelah mem*follow* akun tersebut, yakni dia bisa belajar dari postingan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada di *official account instagram* @sub.letter. Dia mengaku bahwasannya ingin membuat adeknya yang masih beusia sekitar 10 tahun bisa lebih mengurangi bermain youtube dengan mencoba kegiatan yang lebih bermanfaat, jadi menurut Rizal, *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter bisa jadi sarana pembelajaran untuk orang yang ingin menekuni hobi tersebut, dan ada satu hal lagi yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter, yakni sebagai media promosi alat yang digunakan untuk karya tersebut atau dengan kata lain seperti *endorse* alat yang digunakan. Pendapat dari Rizal ini juga didukung dengan adanya foto yang memperlihatkan sebuah *brand* atau *merk* dari alat yang mereka gunakan.

Sedangkan menurut informan 8, yang juga termasuk kedalam model pembaca *negotitated position* mengungkapkan bahwasannya apa yang ditampilkan oleh *official account instagram* @sub.letter adalah sebagai wadah pemersatu hobi, namun juga ada hal lain juga disamping itu, yakni sebagai media menambah teman dan kegiatan yang lebih bermanfaat. Menurut Laila, ibu dua anak ini dengan ikut bekecimpung dalam hal seni ini bisa menambah teman sekaligus wawasan mengenai seni terkhusus seni tulis menulis, selain itu juga bisa menjadi peluang usaha bagi para seniman.

Yang terakhir ada informan 6, Izza yang juga tergolong kedalam pembaca model *negotitated position.* Izza, selain seorang mahasiswa, Izza juga disibukkan oleh kegiatan organisasi kampus dan juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan remaja yang menyenangi bidang kesenian menulis menerima bahwasannya *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter merupakan sebuah akun yang digunakan sebagai media informasi tentang komunitas Subletter, namun disisi lain. Menurut Izza selain itu *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter juga bisa sebagai alternatif untuk memperkenalkan karya orang Indonesia ke masyarakat luas, *lettering* anak muda Indonesia tidak kalah keren dibandingkan dengan karya *lettering* luar negeri.

3. *Oppositional Position* (Posisi Oposisi)

Posisi oposisi pada penelitian ini adalah informan yang memberikan pemaknaan yang berbeda atau bertolak belakang dengan apa yang ingin disampaikan oleh *official account instagram* @sub.letter. Dan didalam penelitian tidak ada informan yang berpikiran demikian, semua infoman yang ditemui oleh peneliti tidak ada yang mengutarakan pendapat yang demikian, karena memang *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter semuanya masih berkesinambungan dan masih jelas maksudnya, sehingga para khalayak bisa menerimanya dengan mudah dan sesuai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian resepsi khalayak tentang *lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter dapat dirumuskan beberapa kesimpulan tentang penerimaan para informan melalui beberapa point, antara lain sebagai berikut:

1. *Lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter dipahami khalayak dalam hal ini adalah *followers* sebagai kegiatan yang biasanya dilakukan oleh anak muda dengan rentan usia 16 tahun hingga 30 tahun, selain itu juga sebagai wadah untuk mempersatukan orang-orang yang mempunyai hobi atau kesenangan pada hal yang sama.
2. *Lettering capture* yang ditampilkan *official account instagram* @sub.letter dimaknai oleh khalayak yang menjadi *followers official account instagram* @sub.letter sebagai eksistensi karya, pusat informasi mengenai komunitas Subletter, dan sebagai peluang kerja sama atau media partner.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas, peneliti berharap semoga peneliti ini bermanfaat, baik secara praktis maupun secara teoritis. Peneliti masih sangat jauh dari kata sempurna, akan tetapi berdasarkan penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan sebagai beikut:

1. Bagi komunitas, diharapkan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti lebih sering memposting karya temen-temen atau anggota lain dan lebih sering update dalam *instagram* sekaligus dalam memperkenalkan seni tulis menulis kepada khalayak luas mengingat banyaknya anggota namun postingan hanya sekedar informasi saja.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, acuan dan pengetahuan bagi khalayak dalam bermedia sosial *intagram*, seingga di masa mendatang masyarakat dapat turut serta mengawasi isi media dan lebih kritis terhadap postingan yang ada di media sosial.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian, eneliti menyarankan kepada seluruh mahasiswa untuk lebih kreatif lagi dalam pemilihan judul penelitian, jadi mahasiswa dapat melakukan penelitian dengan memlih tema-tema yang bervariasi baik itu berfokus pada *Public Relations*, *Broadcasting*, maupun *Advertising* dan temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abbas, M. Rifai, dkk. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.

Abey, Sy. 2016. *The ABC's of Lettering*. Depok : Haru Media

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita

Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Press

Danesi, Marcel. 2004. *Pesan, Tanda , dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.* Yogyakarta : Jalasutra

Davis, Dennis K. dan Stanley J. Baran. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan Edisi Kelima.* Jakarta: Salemba Humanika

Hall, Stuart. 2011. *Budaya, Media, Bahasa.* Yogyakarta: Jalasutra

Hanitijo, Rony. 1994. *Metode Penelitian Hukum dan Jurimeter*. Jakarta: Ghalis

Janet, Wakso & Ingun Hagen. 2000. *Consuming Audiens? Poduction and*

Jensen, Klaus Bruhn. 2002. *Handbook of Media and Communications Research*. London: Routledge

Johnshon, Laurence F. dan Rachel S. Smith. 2007. *Social Networking, The Reception in Media Research.* New Jersey: Hampton Publication *Third Place and The Evolution of Communication*

LittleJohn, Stephen W. 2005. *Theories of Human Communication.* California: Sage Publication

McQuail, Dennis. 1992. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga

Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja RosdaKarya

Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana

Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing

Riyanto, Yatim. 1996. *Metodologi Penelitian Pendidikan Tinjauan Dasar*. Surabaya: SIC

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

ARTIKEL

Arya Febian, "Pengertian Instagram dan Keistimewannya" dalam *http://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan keistimewaannya*

Hilna Tenia, "Pengertian Media" dalam *http://www.kata.co.id/Pengertian/Media/879*

Wikipedia, "Surabaya" dalam *https://en.wikipedia.org/wiki/Surabaya*

SKRIPSI DAN JURNAL

Adi, Tri Nugroho. 2012. *Mengkaji Khalayak Media Dengan Penelitian Resepsi*, dalam jurnal Acta diurnal Vol 8 No 1

Lesmana, Gusti Ngurah Aditya. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter TerhadapPembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA). Jakarta: Tesis Universitas Indonesia

Nanda, Lydia. 2012. *Interpretasi Khalayak Terhadap Retorik Politisi dalam Televisi.* Jakarta: Skripsi Universitas Indonesia

Sa'diyah, Halimatus. 2017. *Interpretasi Khalayak Terhadap Food Capture Dalam Official Account Instagram @kulinersby.* Surabaya: Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Wifalin, Michelle. 2016. *Efektivitas Instagram Common Grounds*. Surabaya: Jurnal Universitas Kristen Petra Vol. 4 No. 1