

## **KHALAYAK MEDIA SOSIAL: ANALISIS RESEPSI STUART HALL PADA KESEHATAN SEKSUAL ORANG MUDA**

### ***SOCIAL MEDIA AUDIENCES: A RECEPTION ANALYSIS of STUART HALL ON YOUTH SEXUAL HEALTH***

**Kencana Ariestyani<sup>1</sup> dan Adisa Ramadhanty<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah & Peradaban, Universitas Paramadina

<sup>2</sup>Alumnus Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

<sup>1</sup>kencana.ariestyani@paramadina.ac.id

#### ***ABSTRACT (Times New Roman, 11 Point, Bold Italic)***

*Social media functions for various forms of communication according to the needs of its active users. Social media can also be used to convey sexual education messages to young people who are connected to the internet. Yayasan Tabu Indonesia Berdaya, through its Instagram account @tabu.id, delivers messages that focus on sexual and reproductive health interventions for young people. Refers to Stuart Hall's reception theory, this study aims to analyze audience reception from the dominant hegemonic position, negotiated position, and oppositional position towards sexual education messages on Instagram @tabu.id. The study results show that audiences who consume sexual education information on the @tabu.id account have different receptions. There are 14 decoding dominant hegemonic messages, three negotiated positions, and one oppositional position. Most informants responded positively to the content on the Instagram account @tabu.id because they adapted media messages to their culture, viewpoints, and experiences. In general, the informants agreed with the contents of the messages conveyed by the Instagram account @tabu.id. Still, on the other hand, several parts of the messages were not in line with the informants' views. The informant, as the audience for the Instagram account @tabu.id, considers that the content statement uploaded is not in accordance with things that are happening in Indonesia; the informant, with a negative response, also said that there was no impact on him in his daily activities after seeing the content on the account Instagram @tabu.id.*

**Keywords:** *reception analysis, social media, sexual education*

#### **ABSTRAK**

Media sosial berfungsi untuk beragam bentuk komunikasi sesuai kebutuhan penggunanya. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan pendidikan seksual bagi orang muda yang terhubung dengan internet. Yayasan Tabu Indonesia Berdaya melalui akun Instagram @tabu.id menyampaikan pesan-pesan yang berfokus pada intervensi kesehatan seksual dan reproduksi untuk kaum muda. Dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak dari sisi *dominant hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position* terhadap pesan-pesan edukasi seksual di Instagram @tabu.id. Hasil penelitian menunjukkan khalayak yang mengonsumsi informasi edukasi seksual di akun @tabu.id memiliki resepsi yang berbeda-beda. Terdapat 14 *decoding* pesan *dominant hegemonic*, tiga *negotiated position*, dan satu *oppositional position*. Mayoritas informan memberikan tanggapan positif terhadap konten yang ada pada akun Instagram @tabu.id karena informan menyesuaikan pesan media dengan budaya, sudut pandang, dan pengalaman mereka. Secara umum, informan sepakat dengan isi pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @tabu.id, namun di sisi lain terdapat beberapa bagian pesan yang tidak sejalan dengan pandangan informan. Informan sebagai khalayak akun Instagram @tabu.id menganggap bahwa pernyataan konten yang diunggah tidak sesuai dengan hal-hal yang terjadi di Indonesia, informan dengan tanggapan negatif juga mengatakan bahwa tidak ada dampak yang terjadi kepada dirinya dalam aktivitas sehari-hari setelah melihat konten pada akun Instagram @tabu.id, hanya melihat saja.

**Kata Kunci:** analisis resepsi, media sosial, pendidikan seksual

## 1. PENDAHULUAN

Pada tahun 1994, istilah “media sosial” pertama kali digunakan oleh media online Tokyo, yang disebut Matisse. Pada awal Internet komersial inilah platform media sosial pertama dikembangkan dan diluncurkan. Seiring waktu, jumlah platform media sosial dan jumlah pengguna aktifnya meningkat secara signifikan, menjadikannya salah satu aplikasi terpenting Internet (Aichner et al., 2021). Secara luas, media sosial dapat didefinisikan sebagai kumpulan aplikasi Internet interaktif yang memfasilitasi (kolaboratif atau individu) pembuatan, kurasi, dan berbagi konten buatan pengguna (Davis, 2015). Media sosial adalah istilah umum untuk berbagai platform media digital yang memungkinkan pengguna menampilkan diri mereka pada profil pribadi, terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain, dan membuat, berbagi, dan mengomentari konten media digital seperti teks, gambar, suara, dan video (Döring, 2021). Contoh platform media sosial sangat banyak dan beragam, termasuk Facebook, Friendster, Wikipedia, situs kencan, Craigslist, situs berbagi resep (misalnya allrecipes.com), YouTube, dan Instagram. Beragam jenis media sosial memiliki fungsinya masing-masing yang dapat digunakan sesuai kebutuhan penggunaannya. Menurut Aichner et al. (2021), media sosial dapat digunakan sebagai sarana untuk bersosialisasi dengan teman dan keluarga, membantu seseorang dalam memulai sebuah hubungan romantis, berinteraksi dengan perusahaan dan sebaliknya di mana perusahaan berinteraksi dengan khalayaknya serta mempromosikan produk mereka, *professional networking* dan mencari informasi lowongan pekerjaan.

Lebih lanjut, media sosial juga digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan edukasi seksual. Dengan semakin populernya internet dan media sosial, pendidikan seks informal dan formal kini semakin tersebar melalui saluran digital yang berbeda (misalnya, situs web, aplikasi smartphone) termasuk platform media sosial (misalnya, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat, TikTok) (Döring, 2021). Sebuah penelitian mengenai pendidikan seksual di era digital menunjukkan sekitar 85% orang dewasa muda dalam sampel penelitian menggunakan media sosial untuk komunikasi kesehatan seksual. Platform media sosial Facebook (40%), WhatsApp (15%), Twitter (3%), dan Instagram (2%) adalah platform digital yang paling disukai untuk promosi kesehatan seksual. Sebagai perbandingan, sekitar 21% dewasa muda juga lebih suka mengakses pendidikan seksualitas dari situs web khusus (Olamijuwon & Odimegwu, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan edukasi seksual bagi orang muda dapat dilakukan melalui beragam jenis media sosial.

Saat memasuki masa transisi dari remaja ke dewasa, anak perempuan dan anak laki-laki perlu mendapat pendampingan dalam mencari tahu seperti apa seks dan penerapannya. Dibutuhkan upaya yang inovatif dan memanfaatkan teknologi untuk menyampaikan informasi kesehatan seksual dengan aman, positif, dan sesuai usia (Astari, 2020). Sayangnya, selain dianggap tabu untuk diperbincangkan, masih banyak masyarakat yang berpersepsi pendidikan seks lebih berdampak negatif dibanding positif, sehingga opini penolakan terhadap pendidikan seks masih kuat di publik. Selain itu, konsep pendidikan seksual kerap disamakan dengan pendidikan kesehatan reproduksi, padahal pendidikan seksual merupakan bagian dari pendidikan kesehatan reproduksi (Nadhira et al., 2020). Lebih lanjut, menyinggung soal pendidikan seksual melalui platform media sosial, penyedia pendidikan seks di media sosial terbagi dalam tiga kategori utama: (1) organisasi kesehatan seksual profesional, (2) pendidik seks profesional perorangan, dan (3) orang awam yang berperan sebagai pendidik seks sebaya (Döring, 2021).

Yayasan Tabu Indonesia Berdaya merupakan yayasan yang peduli terhadap pendidikan seksual dan menyampaikan pesan-pesan terkait melalui akun Instagram @tabu.id. Informasi yang disajikan oleh @tabu.id berfokus pada intervensi kesehatan seksual dan reproduksi untuk kaum muda. Yayasan ini didirikan pada tahun 2017 sebagai organisasi yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang warganya terbuka dan teredukasi tentang kesehatan seksual dan reproduksi, agar stigma di lingkungan masyarakat bahwa pendidikan seksual tabu untuk diperbincangkan terpatahkan. Meningkatkan literasi kesehatan seksual dan reproduksi di kalangan pemuda di Indonesia, dengan memanfaatkan advokasi media yang ada salah satunya berupa Instagram juga menjadi misi dari Yayasan Tabu Indonesia Berdaya (Sumber: <https://id.linkedin.com/company/tabu-id>). Akun Instagram @tabu.id merupakan salah satu *platform* pendidikan seks yang memiliki komunitas terbesar dan sudah memiliki 120.000 pengikut serta *post* konten sebanyak 1.561 per Juli 2022 (Indorelawan, 2017). Salah satu ciri khas dari akun Instagram @tabu.id adalah visualisasi setiap kontennya yang penuh warna dan isi dari kontennya yang informatif, singkat, dan jelas.

Sejumlah penelitian terdahulu mengenai resepsi khalayak dilakukan dalam beragam konteks. Hawari (2019) menganalisis resepsi khalayak mengenai *clubbing* melalui konten foto di akun Instagram @indoclubbing. Hasil dari penelitian tersebut, berdasarkan beberapa narasumber dan informan *clubbing* secara garis besar didefinisikan sebagai seseorang yang melakukan kegiatan dalam dunia malam. *Clubbing* berkaitan dengan kegiatan minum-

minuman beralkohol dengan lokasi di pub, diskotik, maupun cafe. Selain itu, *clubbing* dimaknai sebagai kegiatan foya-foya atau menghabiskan uang, dilakukan oleh kelas sosial ekonomi atas maupun menengah. Studi lain dilakukan Yunika (2019) yang menganalisis resepsi khalayak terhadap pesan-pesan di akun Instagram @garuksampah. Hasil penelitian menunjukkan beberapa informan masuk ke dalam kategori *dominant reading*, karena mereka merasa setuju dan searah dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh @garuksampah. Terdapat juga satu informan yang masuk ke dalam kategori *negotiated reading*, dan tidak ada informan yang masuk ke dalam kategori *oppositional reading* karena penelitian ini dilakukan dalam lingkup *followers* yang sudah mendapatkan *repost story* oleh akun Instagram @garuksampah. Penelitian ketiga dilakukan oleh Zulfitri (2016) yang menganalisis resepsi khalayak mengenai isu feminisme dalam film *Ca Bau Kan*. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa isu feminisme dalam film *Ca Bau Kan* adalah mengarah kepada feminisme radikal, karena para khalayak merasa sosok Tinung dalam film merupakan sosok perempuan yang ditindas oleh kaum lelaki, seperti halnya sistem patriarki dalam konsep feminisme radikal.

### 1.1 Tinjauan Literatur

Teori *encoding* dan *decoding* Hall termasuk dalam kajian budaya, tidak hanya dapat diterapkan pada siaran berita dan program TV, tetapi juga berlaku untuk setiap analisis produksi wacana media, seperti studi film (Yu, 2008: 14; Wang, 2017: 155 ; Mak, 2019: 4 dalam Xie et al., 2022).

Menurut Hall ada tiga kemungkinan dimensi khalayak melakukan *decoding* pesan media yakni *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional* (Hall, 1980: 136-138 dalam Xie et al., 2022). Pertama, *dominant-hegemonic* atau *preferred* atau *isotropic interpretation*. Artinya, khalayak menerjemahkan teks sesuai dengan cara *encoder* mengkodekannya. Atau dengan kata lain, khalayak atau pembaca menafsirkan atau memahami informasi dan makna dalam kerangka yang ditetapkan atau dirancang oleh komunikator, dan/atau diterima sesuai dengan ideologi yang dominan (Xie et al., 2022). Selanjutnya *negotiated position* yaitu *decoder* menginterpretasikan pesan sebagian berdasarkan makna yang ditampilkan media, dan sebagian lagi berdasarkan latar belakang sosialnya sendiri. Dengan kata lain, mereka tidak sepenuhnya setuju atau sepenuhnya menyangkal. *Oppositional position* merupakan kemungkinan ketiga dari cara khalayak melakukan *decoding* pesan. Audiens dapat

menerapkan kode yang bertentangan atau berlawanan secara global. Dengan kata lain, khalayak menolak makna literal yang diberikan oleh media dan mengusulkan interpretasi yang berlawanan (Steiner, 2016). Posisi oposisi ini dikenal juga sebagai posisi konfrontatif, di mana berdasarkan pengalaman dan latar belakang pribadi khalayak terkadang mengadopsi posisi *decoding* yang tidak sesuai dengan *coding* yang dominan (Xie et al., 2022).

Pesan merupakan inti dari studi komunikasi. Profesor komunikasi emeritus University of Colorado Robert Craig mengatakan bahwa komunikasi melibatkan “berbicara dan mendengarkan, menulis dan membaca, melakukan dan menyaksikan, atau, secara lebih umum, melakukan apapun yang melibatkan ‘pesan’ dalam media atau situasi apa pun” (Griffin et al., 2018). Pesan adalah sinyal yang berfungsi sebagai rangsangan untuk penerima dan diterima oleh salah satu indra kita—*hearing* (pendengaran), *visual* (melihat), *tactile* (menyentuh), *olfactory* (mencium), *gustatory* (mencicipi), atau kombinasi dari keseluruhan indra tersebut (DeVito, 2013).

Ahli teori komunikasi menggunakan kata teks sebagai sinonim untuk pesan yang dapat dipelajari, terlepas dari medianya. Buku, transkrip verbatim, dan video YouTube merupakan bentuk-bentuk pesan tersebut. Isi dan bentuk teks biasanya dibangun, ditemukan, direncanakan, dibuat, dibentuk, dipilih, atau diadopsi oleh komunikator, menyiratkan bahwa komunikator membuat pilihan sadar akan bentuk dan substansi pesan (Griffin et al., 2018). Lebih lanjut Griffin menjelaskan bahwa pesan tidak menafsirkan dirinya sendiri. Makna pesan bagi pencipta dan penerima tidak terletak pada kata-kata yang diucapkan, ditulis, atau dilakukan. Makna tidak hanya bergantung pada pengemasan pesan (gabungan elemen verbal dan nonverbal), tetapi juga pada interaksi pesan-pesan ini dengan pikiran dan perasaan penerima pesan itu sendiri (DeVito, 2013). Mengutip sejumlah tokoh, DeVito (2013) menuliskan bahwa: “*You don’t “receive” meaning; you create meaning. You construct meaning out of the messages you receive combined with your own social and cultural perspectives (beliefs, attitudes, and values, for example) (Berger & Luckmann, 1980; Delia, 1977; Delia, O’Keefe, & O’Keefe, 1982).*”

Dalam penelitian ini akan dianalisis resepsi khalayak terhadap pesan-pesan edukasi seksual yang disampaikan oleh Yayasan Tabu Indonesia Berdaya melalui akun Instagram @tabu.id.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana resepsi khalayak muda terhadap konten akun Instagram @tabu.id? Merujuk pada teori resepsi Stuart Hall, maka tujuan penelitian yakni untuk mengetahui resepsi khalayak dari sisi *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position* terhadap pesan-pesan edukasi seksual di akun Instagram @tabu.id.

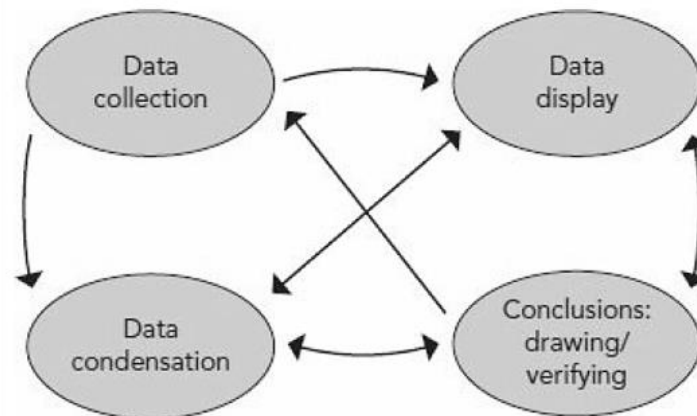
## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan sifat deskriptif. Adapun data-data penelitian didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam atau *in-depth interview*. Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang telah diseleksi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2007:154). Untuk kebutuhan penelitian ini, peneliti menentukan kriteria sebagai berikut: *follower* akun Instagram @tabu.id dan telah melihat salah satu kontennya, serta memberikan komentar terhadap konten tersebut. Konten @tabu.id yang dimaksud yakni dari rentang waktu Mei-Juli 2022 selama penelitian dilakukan. Para informan yang diwawancarai yakni Samuel Frandinata Permadi, 24 tahun, yang pernah memberikan komentar pada konten “Kelebihan & Kekurangan Sunat Laki-Laki” di akun @tabu.id. Informan kedua adalah Yulia Resty, 23 tahun, yang pernah berkomentar di akun @tabu.id untuk konten “Coklat = Makanan Afrodisiak. Benarkah?”. Selanjutnya, Natalia Debora, 23 tahun, yang pernah melihat konten di @tabu.id bertajuk “Menyelami Dunia *Casual Sex*” dan memberikan komentarnya.

Analisis data penelitian dilakukan melalui tiga tahapan yakni *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing* (Miles et al., 2014). *Data condensation* merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan/atau transformasi data yang muncul dalam transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan material empiris lainnya. Miles et al. (2014) menggunakan istilah *data condensation* daripada data reduksi pada tahap pertama ini dengan alasan berikut: “*We stay away from data reduction as a term because that implies we’re weakening or losing something in the process* (hal 31)”.

Tahap selanjutnya, *data display* adalah kumpulan informasi yang terorganisasi dan terkompresi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan. Melihat *displays* (tampilan) membantu kita memahami apa yang sedang terjadi dan melakukan sesuatu berdasarkan pemahaman tersebut, baik menganalisis lebih lanjut atau mengambil tindakan.

*Conclusion drawing* merupakan tahap terakhir dalam analisis data model interaktif dari Miles et al. (2014). Dalam penarikan kesimpulan, peneliti juga melakukan verifikasi, misalnya dengan melihat kembali pada catatan lapangan atau berdiskusi dengan rekan sejawat untuk mengembangkan “intersubjective consensus”. Ketiga tahap analisis data tersebut dapat dilihat dalam gambar 1, di mana aktivitas analisis dan pengumpulan data itu sendiri membentuk proses siklus yang interaktif.



Sumber: (Miles et al., 2014)  
Gambar 1. Analisis Data Model Interaktif

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Penelitian

Data hasil penelitian menunjukkan para informan memiliki resepsi yang berbeda-beda terhadap pesan yang disampaikan oleh @tabu.id. Data penelitian tersebut didapat setelah melakukan wawancara mendalam yang difokuskan pada lima poin yakni:

1. Pendapat informan mengenai kesan pertama kali melihat akun Instagram @tabu.id.
2. Pendapat informan mengenai alasan memilih akun Instagram @tabu.id.
3. Pendapat informan mengenai kelayakan konten pada akun Instagram @tabu.id.
4. Pendapat informan mengenai kemudahan penyampaian isi pesan konten akun Instagram @tabu.id.
5. Pendapat informan mengenai dampak setelah melihat konten akun Instagram @tabu.id.
6. Pendapat informan mengenai konten akun Instagram @tabu.id di saat pendidikan seksual masih hal yang tabu untuk diperbincangkan di Indonesia.

Terdapat 14 *decoding* pesan *dominant* hegemonic, tiga *negotiated position*, dan satu *oppositional position* yang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 1. *Decoding* informan terhadap pesan @tabu.id

Fokus Pertanyaan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Pendapat informan mengenai kesan pertama kali melihat akun Instagram @tabu.id.	<i>Negotiated</i>	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>
Pendapat informan mengenai alasan memilih akun Instagram @tabu.id.	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>
Pendapat informan mengenai kelayakan konten pada akun Instagram @tabu.id.	<i>Negotiated</i>	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>
Pendapat informan mengenai kemudahan penyampaian isi pesan konten akun Instagram @tabu.id.	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>
Pendapat informan mengenai dampak setelah melihat konten akun Instagram @tabu.id.	<i>Oppositional</i>	<i>Dominant</i>	<i>Dominant</i>
Pendapat informan mengenai konten akun Instagram @tabu.id di saat pendidikan seksual masih hal yang tabu untuk diperbincangkan di Indonesia.	<i>Dominant</i>	<i>Negotiated</i>	<i>Dominant</i>

Sumber: Olahan peneliti

Berdasarkan hasil penelitian, informan dua dan tiga menunjukkan kesan pertama positif saat pertama kali melihat pesan-pesan yang diunggah di akun Instagram @tabu.id. Kedua informan mengakui bahwa mereka mendapatkan pengetahuan komprehensif mengenai pendidikan seksual yang dijelaskan dengan kalimat sederhana dan mudah dipahami.

*“Bagus sih kak impressionnya gak cuman tentang seksual aja, ada juga tentang aktivitas seksualnya, ada resiko penyakitnya, terus juga ada tentang relationship juga.” (Informan 2, Hasil Wawancara, 13 Juli 2022).*

*“Memang EYDnya dipakai sih sama dia kalau di awal-awal. Terus karena waktu itu Tabu tuh lebih ngejelasin komprehensif sexual education gitu, jadi aku emang suka sih sama pembahasan dia lebih open minded gitu karena kalau gak salah dia pakai panduannya itu International Guidance gitu deh.” (Informan 3, Hasil Wawancara, 18 Juli 2022).*

Sedangkan informan pertama mengatakan bahwa penyampaian pesan di akun @tabu.id saat ini kurang dibahas secara mendalam, meskipun ia mengakui memiliki kesan pertama yang baik dan menarik saat pertama kali melihat konten-konten dari @tabu.id.

*“Kalau awal-awalnya sih saya melihatnya tuh seperti menarik sekali ya kak ya itu karena baru pertama kalinya tentang pembahasan yang cukup ringkas dan sederhana seperti itu. Tetapi setelah sering saya mengikuti konten-konten yang ada di tabu.id itu saya kemudian mulai apa namanya merasa bahwa postingan-postingan ini tuh hanya memperlihatkan sisi luarnya saja. Hanya sisi kulitnya, tidak sampai ke dalam-dalamnya seperti itu kak kurang mendetail seperti itu kak.” (Informan 1, Hasil Wawancara, 02 Juli 2022).*



Posisi pemaknaan pesan *negotiated* juga dilakukan oleh informan satu mengenai kelayakan konten pada akun Instagram @tabu.id. Ia menekankan bahwa pesan yang disampaikan di @tabu.id selain layak disebarluaskan namun juga dapat menimbulkan asumsi di khalayak luas bahwa konten yang disampaikan oleh @tabu.id selalu benar, sedangkan akun lain yang juga membahas pendidikan seksual tidak selalu demikian.

“Kalau secara umum sudah layak sih kak untuk orang hanya sekedar tau seperti itu, tapi kadang tau aja sebenarnya gak cukup seperti itu karena biasanya itu menciptakan apa ya kak ya polarisasi yang akhirnya membuat orang-orang tuh kadang juga lebih apa ya istilahnya ya. Kayak mendewakan sesuatu jadi nah ini kan benar faktanya kayak gini. Kalau yang selain ini salah nih kayak gitu. Nah salah satu postingan yang menurut saya seperti itu tentang bagian sunat. Nah, yang di bagian sunat itu pembahasannya kurang apa ya kak, kurang 360 derajat menurut saya seperti itu dan itu hanya ada di Indonesia bagian barat saja sih kak. Kalau Indonesia di bagian timur itu mereka rata-rata orangnya tidak sunat seperti itu dan kemudian tidak begitu relate dengan pernyataan seperti itu gitu apa yang dikatakan sama tabu itu tadi.” (Informan 1, Hasil Wawancara, 02 Juli 2022).

Selanjutnya, dua informan lain menunjukkan posisi *dominant hegemonic* pada fokus pertanyaan yang sama yakni mengenai kelayakan konten yang terdapat di akun Instagram @tabu.id. Kemudian, perbedaan posisi pemaknaan di antara ketiga informan juga terjadi pada dampak setelah melihat konten yang disajikan oleh @tabu.id. Informan satu menunjukkan respsi *oppositional*, di mana ia tidak merasakan dampak apapun setelah melihat pesan melalui konten yang diunggah di @tabu.id. Sementara itu, informan dua dan tiga sepakat memiliki resepsi *dominant hegemonic*. Informan tiga menjelaskan bahwa informasi yang ia butuhkan dan dapatkan dari @tabu.id memiliki *evidence based* mengenai edukasi seksual dan ada dampak positif bagi dirinya. Berikut salah satu konten @tabu.id yang dimaksud oleh informan tiga:



Sumber: (<https://instagram.com/tabu.id>)  
Gambar 2. Konten *Friends with Benefits*

Berikutnya, ketiga informan memberikan resepsi yang berbeda mengenai konten akun Instagram @tabu.id saat pendidikan seksual masih tabu dibicarakan di Indonesia. Informan satu dan tiga memaknai konteks tersebut pada posisi *dominant hegemonic*, di mana kedua informan mengakui bahwa edukasi seksual masih tabu dibicarakan di Indonesia dan @tabu.id berupaya memberikan informasi pendidikan seksual yang komprehensif kepada masyarakat Indonesia, khususnya remaja, agar hal tersebut tidak lagi tabu untuk diperbincangkan. Lain halnya dengan informan dua yang memiliki resepsi pada posisi *negotiated*. Menurut informan dua, pendidikan seksual memang masih tabu dibahas di Indonesia akan tetapi pesan-pesan yang disampaikan oleh @tabu.id dikemas dengan kalimat yang sederhana dan aman untuk dikonsumsi publik. Namun, informan dua juga mengkhawatirkan konten-konten di @tabu.id dilihat oleh anak-anak yang belum cukup umur tetapi dapat mengakses internet.

*“Kalau meskipun iya karena kita tau tabu cuman di cara tabu.id ini sendiri mengemas angle bahasanya tuh dalam relatif aman tapi di sisi lain konten tabu.id gak bisa untuk semua umur jadi buat anak yang masih kecil butuh pendampingan orang tua buat bisa ngelihat post tabu.id. Zaman sekarang juga semua anak kecil yang punya handphone dan akses internet bisa aja ngelihat Instagram mereka (tabu.id). (Informan dua, Hasil Wawancara, 13 Juli 2022)*

### 3.2 Pembahasan

Stuart Hall menegaskan bahwa khalayak melakukan pemaknaan (*decoding*) terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu *dominant hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional* (Xie et al., 2022). Perbedaan pemaknaan khalayak terjadi karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda-beda seperti kelas sosial, pendidikan, dan budaya. Dari hasil penelitian ditemukan empat belas posisi *dominant hegemonic*, para informan dengan meresepsikan atau memaknai pesan dengan pemaknaan yang positif. Para informan memaknai akun Instagram @tabu.id sebagai *platform* digital yang membahas pendidikan seksual secara komprehensif. Dalam menyampaikan pesan seputar pendidikan seksual kepada masyarakat, akun Instagram @tabu.id menggunakan kalimat dengan standar Ejaan Yang Disempurnakan (EYD), membahas informasi seputar pendidikan seksual dan reproduksi secara komprehensif dan memiliki *evidence based*, serta menyajikan visual yang nyaman untuk dilihat publik.

Berikutnya, posisi *negotiated* merupakan posisi di mana informan memberikan pemaknaan positif (setuju) dan negatif (tidak setuju) mengenai pesan yang disampaikan oleh media. Dalam posisi ini, informan menyesuaikan jawaban mereka dengan budaya, cara pandang, dan pengalaman mereka. Konten-konten yang disampaikan oleh @tabu.id

menimbulkan kesan pertama positif bagi khalayak dengan pembahasan yang ringkas dan sederhana, serta layak disebarluaskan kepada masyarakat. Akan tetapi, pada sejumlah konten dirasa kurang mendalam pembahasannya. Selain itu, meskipun edukasi seksual masih hal tabu untuk dibahas secara luas namun @tabu.id menggunakan kalimat yang mudah dipahami. Lebih lanjut, kemudahan akses internet dan gawai di era digital saat ini juga dikhawatirkan akan membuat anak-anak mengonsumsi konten dari @tabu.id.

Posisi *oppositional* dalam teori resepsi adalah informan memaknai pesan yang disampaikan oleh media secara negatif (tidak setuju). Informan cenderung mempertahankan pandangan dan pemikirannya serta menolak pesan yang disampaikan oleh media, dalam penelitian ini adalah akun Instagram @tabu.id. Konten yang disajikan oleh @tabu.id tidak selalu berdampak bagi khalayak, terlepas dari pengalaman mereka bahwa konten tersebut memberikan informasi baru bagi mereka.

#### **4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Mayoritas informan memberikan tanggapan positif terhadap konten yang ada pada akun Instagram @tabu.id karena informan menyesuaikan pesan media dengan budaya, sudut pandang, dan pengalaman mereka. Secara umum, informan sepakat dengan isi pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @tabu.id, namun di sisi lain terdapat beberapa bagian pesan yang tidak sejalan dengan pandangan informan. Informan sebagai khalayak akun Instagram @tabu.id menganggap bahwa pernyataan konten yang diunggah tidak sesuai dengan hal-hal yang terjadi di Indonesia, informan dengan tanggapan negatif juga mengatakan bahwa tidak ada dampak yang terjadi kepada dirinya dalam aktivitas sehari-hari setelah melihat konten pada akun Instagram @tabu.id, hanya melihat saja.

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi dan komunikasi, maka sangat memungkinkan akan ada banyak platform lain yang sama-sama membahas seputar pendidikan seksual. Tentunya hal ini dapat dieksplorasi lebih dalam lagi, namun tetap menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang akan terjadi di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian ini cocok untuk dilanjutkan dalam contoh kasus lainnya dengan metode serupa. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan metode *Focus Group Discussion* untuk melengkapi penerimaan khalayak terhadap konten yang ada di akun Instagram.

## REFERENSI

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Astari, C. (2020, July 21). *Pentingnya Edukasi Seks bagi Kehidupan Seharian Anak*. <https://rhknowledge.ui.ac.id/id/articles/detail/the-importance-of-sex-education-in-our-children-daily-life-5f1f85>
- Davis, J. L. (2015). Social Media. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (1st ed., pp. 1–8). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.WBIEPC004>
- DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). Pearson.
- Döring, N. (2021). Sex Education on Social Media. *Encyclopedia of Sexuality and Gender*, 1–12. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-59531-3\\_64-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-59531-3_64-1)
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2018). A First Look At Communication Theory. In *McGraw-Hill*. (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hawari, I. (2019). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup *Clubbing* yang Ditampilkan Melalui Foto dalam Akun Instagram @indoclubbing. *Jurnal Ilmiah*. (Online). (<http://repository.unair.ac.id>), diakses 1 Maret 2022
- Indorelawan.org. (2017). *Profil Organisasi: TABU ID*, Dalam <https://indorelawan.org/organization/5c933cde7efd3f4952b8b9d5>, 6 April 2022.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. In *The SAGE Handbook of Applied Social Research Methods* (3rd ed.). Sage Publication, Inc.
- Nadhira, A., Nadindya, K., & Maheswara, R. P. (2020, September 11). *Keterbukaan Pendidikan Seks di Indonesia: Hambatan dan Implementasi*. Universitas Muhammadiyah Malang. <https://www.economica.id/2020/09/11/keterbukaan-pendidikan-seks-di-indonesia-hambatan-dan-implementasi/>
- Olamijuwon, E., & Odimegwu, C. (2021). Sexuality Education in the Digital Age: Modelling the Predictors of Acceptance and Behavioural Intention to Access and Interact with Sexuality Information on Social Media. *Sexuality Research and Social Policy*, 19, 1241–1254. <https://doi.org/10.1007/s13178-021-00619-1>
- Steiner, L. (2016). “Wrestling with the Angels”: Stuart Hall’s Theory and Method. *Howard Journal of Communications*, 27(2), 102–111. <https://doi.org/10.1080/10646175.2016.1148649>
- Xie, Y., Al Imran Bin Yasin, M., Agil Bin ShekhAlsagof, S., & Ang, L. H. (2022). An Overview Of Stuart Hall’s Encoding And Decoding Theory With Film Communication. *Multicultural Education*, 8(1), 190–198. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5894796>
- Zulfitri, Almas. (2016). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isu Feminisme dalam Film *Ca Bau Kan*. *Skripsi*. (Online). (<https://eprints.stikosa-aws.ac.id>), diakses 1 Maret 2022)