

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sepakbola adalah satu dari berbagai macam cabang olahraga yang diminati oleh sekelompok manusia diseluruh penjuru dunia. Sepakbola sejatinya sudah menjadi penyihir handal bagi seluruh manusia di dunia, karena menjadi budaya yang paling terkenal bagi penduduk bumi (Wahyudi, 2017). Dengan banyaknya penikmat sepakbola, menjadikan sepakbola sebagai suatu bentuk nyata arus global yang berkembang dengan pesat. Sebuah sihir yang disajikan dengan dimainkannya 11 pemain dari setiap tim untuk saling merebut bola dengan mempertahankan gawang tim tidak kemasukan gol dan mencetak gol ke gawang musuh untuk mengukuhkan kemenangan tim (Subagyo, 2010).

Dalam dunia sepakbola sudah tidak ada lagi perbedaan strata sosial, ekonomi maupun politik. Tidak peduli berdasi atau berpeci, tua atau muda, kaya atau miskin, laki-laki atau perempuan semua melebur bersuka cita memenuhi lorong-lorong dan tribun stadion serta rela meluangkan waktunya untuk menikmati sebuah pertandingan sepakbola. Nelson Mandela mengatakan bahwasannya “Sepakbola merupakan olahraga paling populer dan paling mempersatukan umat, tak cuma di Afrika, tapi seluruh belahan dunia, mengajarkan kesabaran dan tenggang rasa” (Permana, 2019).

Kutipan dari Nelson Mandela membuktikan bahwasannya hadirnya sepakbola bukan semata-mata sebagai olahraga, tapi sebagai wadah pemersatu umat.

Pertandingan tarkanam (antar kampung) atau pertandingan yang sudah memiliki gengsi tinggi seperti El-Clasico (Barcelona vs Real Madrid), Derby Della Italia (Juventus vs Inter Milan), North-West Derby (Manchester United vs Liverpool) (Arifin, 2020) akan mempunyai penikmatnya masing-masing. Etnis dan budaya para supporter sudah tidak berarti lagi dalam dunia sepakbola. Walau memang sepakbola kadang juga menjadi sebuah wadah pertengkaran antar supporter yang memiliki perbedaan latar belakang tim yang mereka cintai, sepakbola tetaplah sepakbola yang selalu menghadirkan perasaan Bahagia pada setiap hati penikmatnya.

Awal bulan Maret tepatnya tanggal 05 Maret 2023 sebuah tragedi pembantaian dalam dunia sepakbola kembali terjadi. Pertandingan klasik antara Liverpool vs Manchester United yang sering disebut dengan North-West Derby berujung tragis untuk Manchester United dan seluruh supporter Manchester United di dunia. Manchester United digunduli Liverpool dengan skor yang sangat meyakinkan yaitu tujuh gol tanpa balas (Prasetya, 2023). Tragedi pembantaian Manchester United atas Liverpool menjadi perbincangan hangat dan merambah ke dalam dunia industri yang menjadikan fenomena tersebut untuk dimanfaatkan sebagai ajang promosi dan branding sebuah perusahaan ternama, sehingga semakin cepat pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen (*riding the wave*) (Wirawan, 2023).

Dalam era globalisasi digital setiap perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan perkembangan dan ritme yang berjalan di dalam dunia industri. Perusahaan harus mampu memanfaatkan segala peluang yang ada untuk meningkatkan benefit bagi perusahaan. Hal itulah yang menjadikan setiap perusahaan harus mampu membuat strategi pemasaran yang dapat mempererat hubungan dengan konsumen, sehingga terjalin rasa kepercayaan satu sama lain (Simbolon, 2013). Dengan terjalinnya hubungan baik antara perusahaan dan konsumen akan mampu meningkatkan keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan tersebut.

PT. Bank Central Asia Tbk adalah salah satu bank swasta yang sudah dikenal masyarakat Indonesia. Keberadaan BCA tentu sebagai bank transaksional yang memberikan pelayanan jasa perbankan dengan sistem Non Tunai ataupun Tunai dan tersedia di tempat-tempat yang strategis di seluruh daerah yang ada di Indonesia untuk pemenuhan kebutuhan nasabah (Aliyanto, 2019). PT. Bank Central Asia Tbk mempunyai sebuah strategi pemasaran unik dengan memanfaatkan peluang yang sedang ramai diperbincangkan di lingkungan masyarakat.

PT. Bank Central Asia Tbk memiliki sejarah menjadi sponsor utama beberapa kegiatan olahraga yang ada di Indonesia terkhusus olahraga basket, futsal dan badminton. Dalam dunia badminton, Bank Central Asia telah menjadi sponsor utama sebanyak lima kali dalam event badminton paling bergengsi di Indonesia. Badminton Indonesia Open telah disponsori oleh Bank Central Asia sebanyak 5 kali dari tahun 2013 hingga 2017 dengan total rata-rata hadiah yang diberikan kepada pemenang

sebesar satu juta US\$ (Suwefi, 2017) nilai tersebut dianggap fantasis dalam ajang badminton. Bank Central Asia Tbk sebelumnya juga pernah menjadi sponsor utama Futsal Liga Mahasiswa pada tahun 2015 dan menjadi sponsor Development Basket League Surabaya pada tahun 2012 hingga 2015 (Bramantoro, 2015).

Dapat dilihat dari sejarahnya Bank Central Asia Tbk benar-benar dekat dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* di ruang lingkup dunia olahraga yang ada di Indonesia. Dengan berbagai event bergensi yang telah mereka sponsori dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas serta produktifitas para pelaku olahraga di Indonesia. Tetapi Bank Central Asia Tbk belum pernah terlibat sekalipun dalam event sepakbola, baik yang ada di Indonesia maupun di luar Indonesia.

Bank Central Asia Tbk dilihat dari segala aspek tentu tidak memiliki keterkaitan sama sekali di dalam dunia sepakbola, tetapi mampu menumpang trend yang sedang hangat dalam dunia sepakbola (Nelahi, 2023). Dengan adanya perbedaan aspek serta fungsi dari Bank Central Asia Tbk menjadikan banyaknya nasabah Bank Central Asia yang mendukung serta menolak keikutsertaan BCA menumpang (*riding the wave*) trend kekalahan Manchester United tujuh gol tanpa balas atas Liverpool. Data tersebut dapat dijadikan sebuah fakta bahwasannya Bank Central Asia Tbk tidak pernah berada di ranah sepakbola tetapi ikut andil dalam (*riding the wave*) kekalahan Manchester United tujuh gol tanpa balas dari Liverpool. Penumpangan promosi yang dilakukan Bank Central Asia Tbk tentu dimaksudkan untuk meningkatkan branding serta percepatan penyampaian informasi kepada nasabah Bank Central Asia.



Gambar 1.1 Postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023

Gambar 1.2 Postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023

Bank Central Asia melalui akun Instagram miliknya @goodlifebca memposting sebuah foto pada tanggal 06 Maret 2023, dalam postingan tersebut terdapat angka Rp. 1 ,- mirip dengan angka 7. Terdapat sebuah kalimat “Bukan, bukan angka 7. Ini angka 1.” Dalam caption dituliskan “Coba kasih tau mimin kamu lihat angka berapa hihiii~”. Postingan tersebut banyak dibanjiri komentar oleh para netizen, baik penggemar sepakbola ataupun netizen yang tertarik perhatiannya dengan postingan Instagram milik @goodlifebca. Postingan foto Instagram @goodlifebca telah disukai sebanyak 27,7k likes dan sebanyak 2,874 komentar. Dan postingan tersebut menjadi postingan dengan jumlah likes dan komentar terbanyak di Instagram @goodlifebca. Hal yang difokuskan dalam analisis resepsi adalah pemunculan angka 1 yang menyerupai angka 7. Karena dicaption juga ditanyakan “lihat angka berapa hihiii~”

Beberapa komentar positif postingan *riding the wave* dari followers Instagram @goodlifebca. @dio.jpeg mencuitkan komentarnya “Tim marketingnya cerdas”. @hrwdrock berkomentar “Otewe pindaaaah BCA...sangat mengerti rakyat dan fans sepakbola...Kemudian akun Instagram @avandijk_ berkomentar “naikkan gaji tim sosmednya” komentar milik @avandijk memiliki 473 jumlah likes. Akun @goodlifebca merespon komentar tersebut “Hai, avandijk_. Amin, paling keras”. Dan dibanjiri 370 likes dari followers.

@ikimaulf memberikan komentarnya terhadap postingan *riding the wave* di postingan Instagram @goodlifebca “besok saya tutup rekening dari bca, admin tidak ramah sekian terimakasih”. Komentar tersebut langsung dibalas oleh admin @goodlifebca “Mohon maaf sudah membuat kamu merasa tidak nyaman. Terkait postingan yang kami sampaikan melalui media sosial merupakan sarana informasi, edukasi dan solusi perbankan BCA yang bisa diakses oleh setiap pengguna media sosial melalui akun yang terdaftar. Sehingga informasi yang kami berikan dapat diterima dengan mudah tanpa harus datang ke Cabang BCA ya. Kami sarankan kamu tidak melakukan penutupan rekening, kamu tetap bisa gunakan Rekening BCA kamu sesuai dengan kebutuhan dan keperluan transaksi yang kamu lakukan. Pastikan kamu selalu berinteraksi dengan akun resmi Bank BCA yang sudah terverifikasi”. Komentar balasan dari @goodlifebca menjadi sebuah pertanda bahwasannya media sosial milik Bank Central Asia Tbk adalah sebuah sarana informasi, edukasi dan solusi perbankan. Menjadikan tanda bahwasannya postingan tersebut sengaja dibuat untuk ikut andil dalam *riding the wave* kekalahan Manchester United tujuh gol tanpa

balas atas Liverpool. Instagram @goodlifbca ingin menarik perhatian dan respon dari nasabah ataupun followers Instagram @goodlifebca dengan menyelipkan sedikit pesan tersirat dalam postingan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana analisis resepsi khalyak yaitu followers Instagram @goodlifebca terhadap fenomena kekalahan Manchester United tujuh gol tanpa balas atas Liverpool. Antusias serta respon dari khalayak khususnya followers begitu besar terhadap postingan Instagram @goodlifebca. Postingan *riding the wave* @goodlifebca menjadi postingan dengan komentar terbanyak berjumlah 2,847 dan rata-rata komentar postingan sebelumnya dibawah 250 komentar per postingan. Ditambah dengan total 27.593 *like* di postingan tersebut.

Peneliti menjadikan beberapa penelitian terdahulu sebagai penguat dalam penelitian ini, yaitu Analisis Resepsi Khalyak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip Tutur Batin Karya Yura Yunita oleh Valida Achsani dari Universitas Ahmad Dahlan. Dalam penelitian tersebut didapatkan dua pengklasifikasian kategori dengan enam berada pada posisi dominan dan empat berada pada posisi negosiasi serta tidak ada informan menolak makna pesan video klip tersebut (Achsani, 2023).

Paparan penjelasan di atas menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi khalayak terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan instagram @goodlifebca. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teori analisis resepsi milik Stuart Hall, sehingga

didapatkan pengartian pesan dalam postingan Instagram @goodlifebca yang ikut dalam *riding the wave* Liverpool 7-0 Manchester United.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, didapatkan sebuah rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti, yaitu “Bagaimana analisis resepsi khalyak terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instgram @goodlifebca?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian milik peneliti bertujuan untuk mengetahui “Bagaimana analisis resepsi khalyak terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instgram @goodlifebca”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian milik peneliti diharapkan dapat memberikan sebuah manfaat pada perkembangan penelitian di rumpun Ilmu Komunikasi. Serta dapat menjadi sebuah rekomendasi kedepannya bagi penelitian lanjutan dan berkontribusi dalam perkembangan Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Berkontribusi sebagai kebermanfaatan yang baik untuk penikmat sepakbola dan masyarakat terhadap suatu fenomena besar dalam dunia sepakbola.

E. Limitasi/Fokus Penelitian

Dengan adanya latar belakang yang telah dijelaskan serta rumusan masalah yang telah dijabarkan, penulis memiliki tujuan untuk membatasi cakupan penelitian ini agar tetap terfokus pada satu hal dan tidak menyimpang ke topik yang tidak relevan dengan fokus penelitian. Fokus penelitian merupakan aspek sentral yang menjadi fokus utama dari sebuah penelitian yang akan dilakukan (Rukin, 2019)

Fokus pada penelitian ini adalah resepsi khalayak dalam melihat dan memaknai pesan *riding the wave* yang ada pada postingan Instagram @goodlifebca. Penelitian ini dibatasi pada tanggapan audiens terhadap pesan yang disampaikan dalam postingan yang dibagi menjadi tiga kategori penerimaan pesan yaitu *Dominant Hegemonic, Negotiated, dan Oppositional*. Dengan demikian, data yang dipakai dalam melakukan penelitian ini diambil dengan melakukan wawancara bersama responden berusia 20 sampai 30 tahun yang mengetahui postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023.

F. Kajian Pustaka

Pada penelitian kali ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang notabene memiliki keterikatan dalam fokus penelitian serta metode penelitian, dengan penelitian yang akan dilakukan. Sehingga dapat menjadi sebuah acuan dan pendukung peneliti untuk memperlancar penelitian.

1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Penulis : Valida Achsani Tahun : 2023 Asal : Universitas Ahmad Dahlan Judul : Analisis Resepsi Khalyak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip T tutur Batin Karya Yura Yunita (Achsani, 2023)	Dalam penelitian milik Valida Achsani melakukan wawancara kepada sepuluh informan untuk mengetahui resepsi informan terhadap body positiviy dalam video klip T tutur Batin karya Yura Yunita. Didapatkan hasil dua kategori klasifikasi, yaitu : Posisi Dominan, terdapat enam informan menerima makna pesan body	Persamaan penelitian milik peneliti dengan penelitian milik Valida Achsani terletak pada pendekatan penelitian, yaitu deskriptif kualitatif dengan metode analisis resepsi milik Stuart Hall. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam sehingga didapatkan pesan dari informan terhadap teks media.	Perbedaan penelitian milik peneliti dengan penelitian milik Valida Achsani terletak pada subjek penelitian, yaitu body positiviy. Sedangkan penelitian milik peneliti terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United.

		positvy dalam video klip Tutar Batin karya Yura Yunita Posisi Negosiasi, terdapat empat informan menerima makna pesan body positivy dalam video klip Tutar Batin karya Yura Yunita tetapi memberikan tanggapan serta pendapatnya tentang body positivy Dan tidak ada yang menolak makna pesan body positivy dalam video klip Tutar Batin karya Yura Yunita		
2	Penulis : Risa Tusnawati dan Devi	Dalam penelitian milik Risa Tusnawati dan	Persamaan penelitian milik peneliti dengan	Perbedaan penelitian milik peneliti dengan

	<p>Purnamasari Tahun : 2017 Asal : Universitas Dian Nuswantoro Judul : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi Cowok Tau Kapan Harus Bohong Invalid source specified.</p>	<p>Devi Purnamasari melakukan wawancara kepada enam informan untuk mengetahui resepsi informan terhadap isi pesan dalam iklan itu sesuai dengan versinya yaitu “Cowok Tau Kapan Harus Bohong”. Didapatkan hasil tiga kategori klasifikasi, yaitu : Posisi Dominan, terdapat empat informan menerima makna pesan Iklan Rokok U Mild Versi “Cowok Tau Kapan Harus Bohong” Posisi Negosiasi, terdapat satu</p>	<p>penelitian milik Risa Tusnawati dan Devi Purnamasari menggunakan analisis resepsi khalayak terhadap suatu hal yang dibuat oleh media dan dengan teori encoding-decoding milik Stuart Hall. Serta persamaan yang kedua dengan penelitian ini adalah metode penelitian serta pendekatan yang dilakukan yaitu dengan metode penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>penelitian milik Risa Tusnawati dan Devi Purnamasari terletak pada subjek penelitian, yaitu Pesan Iklan Rokok U Mild Versi “Cowok Tau Kapan Harus Bohong”. Sedangkan penelitian milik peneliti terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United.</p>
--	---	---	---	--

		informan menerima makna pesan Iklan Rokok U Mild Versi “Cowok Tau Kapan Harus Bohong” Posisi Oposisi, terdapat satu informan menolak makna pesan Iklan Rokok U Mild Versi “Cowok Tau Kapan Harus Bohong”		
3	Penulis : Miftaquel Listiyorini Tahun : 2019 Asal : Universitas Bhayangkara Surabaya Judul : Analisis Resepsi Orang	Dalam penelitian milik Miftaquel Listiyorini melakukan wawancara kepada enam informan untuk mengetahui resepsi informan terhadap isi pesan bullying dalam	Persamaan penelitian milik peneliti dengan penelitian milik Miftaquel Listiyorini menggunakan analisis resepsi khalayak terhadap suatu hal yang dibuat oleh media dan dengan teori	Perbedaan penelitian milik peneliti dengan penelitian milik Miftaquel Listiyorini terletak pada subjek penelitian, yaitu Pesan Unsur Bullying dalam Serial Animasi

	<p>Tua Terhadap Unsur Bullying Dalam Serial Animasi Doraemon di RCTI Invalid source specified.</p>	<p>serial animasi Doraemon di RCTI. Didapatkan hasil tiga kategori klasifikasi, yaitu : Posisi Dominan, terdapat dua informan menerima makna pesan Unsur Bullying dalam Serial Animasi Doraemon di RCTI Posisi Negosiasi, terdapat satu informan menerima makna pesan Unsur Bullying dalam Serial Animasi Doraemon di RCTI Posisi Oposisi, terdapat tiga informan menolak makna pesan Unsur Bullying</p>	<p>encoding-decoding milik Stuart Hall. Serta persamaan yang kedua dengan penelitian ini adalah metode penelitian serta pendekatan yang dilakukan yaitu dengan metode penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>Doraemon di RCTI Sedangkan penelitian milik peneliti terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United.</p>
--	---	---	---	--

		dalam Serial Animasi Doraemon di RCTI		
--	--	--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti

2. Kerangka Teori

2.1. Analisis Resepsi

Peneliti ingin melihat adanya dampak yang dihasilkan dari berita kekalahan Manchester United atas Liverpool dengan skor 7-0 dengan menggunakan analisis resepsi. Pembelajaran tentang analisis resepsi digunakan untuk melihat pemahaman dari khalayak dalam menginterpretasi sebuah pesan berdasarkan pengalaman sebelumnya dan kegiatan interaksi dalam mengkonsumsi isi media (Hadi, 2009). Analisis resepsi dimaksudkan untuk mengetahui persepsi khalyak yang berbeda-beda secara latar belakang terhadap pemberitaan pembantaian Manchester United tujuh gol tanpa balas atas Liverpool.

Teori resepsi lahir dalam ranah komunikasi pada tahun 1974 yang dijelaskan oleh Stuart Hall yang berbunyi “*Encoding and Decoding in The Television Discourse*”. Decoding yang dilakukan khalayak dalam melakukan interaksi dengan media menjadi acuan dari analisis resepsi. Khalayak menerima kemudian didapatkan sebuah makna dalam suatu pesan yang dibuat oleh media. Analisis resepsi menyebutkan bahwasannya khalayak mampu untuk menginterpestasikan sebuah teks berita didasarkan dengan latar belakang budaya, sosial dan pengalaman yang dialami

oleh setiap khalayaknya secara subjektif. Setiap khalayak akan menginterpretasi secara berbeda-beda, karena adanya perbedaan latar belakang pengetahuan, pendidikan, sosial budaya dan komunitas yang diikuti oleh khalayak tersebut selama hidupnya, sehingga akan menumbuhkan interpretasi berbeda satu sama lain.

Metode perbandingan antara wacana khalayak dan media dan analisis tekstual wacana yang menghasilkan interpretasi sesuai konteks, sama halnya dengan *cultural setting* dan konteks atas isi media dapat disebut dengan analisis resepsi (Nicholas W Jankowski, 2002). McQuaill juga turut mendeskripsikan tentang analisis resepsi. Menurutnya analisis resepsi adalah sebuah pengkajian sebuah makna pada suatu isi media yang berdasarkan persepsi khalayak, tentang khalayak menggunakan media dan isi media yang diperankan oleh persepsi khalayak. Khalayak dalam analisis resepsi dipandang sebagai khalayak aktif dan pengkajiannya menggunakan metode kualitatif yang didasari oleh isi media dan perilaku khalayak dalam pengambilan data penelitian serta akan berbeda antara satu dengan lainnya (McQuaill, 2012).

Croteau & Hoynes dalam bukunya menyatakan bahwasannya analisis resepsi secara umum memiliki beberapa premis, yaitu :

- 1) Didapatkannya sebuah makna dalam penerimaan teks media dan menghasilkan makna dari penerimaan isi media yang mampu diinterpretasikan menjadi teks yang sesuai dengan latar belakang sosial dan budaya khalayak.

- 2) Menjadi landasan dalam penelitian, bahwasannya pesan yang dihasilkan oleh media secara subjektif dapat dikonstruksikan kembali oleh khalayak secara individual, walaupun media berada dalam posisi paling dominan kebenarannya.
- 3) Khalayak memiliki kekuatan terbesar dalam pemberian sebuah makna terhadap suatu pesan dari media, karena khalayak mempunyai posisi sebagai makhluk bebas (David Croteau, 2003).

Ido Prijana Hadi berargumen bahwasanya analisis resepsi adalah faktor kontekstual yang dapat memberikan pengaruh kepada khalyak dalam melihat atau membaca media (Hadi, 2009). Dalam analisis resepsi, khalayak sebagai penonton dan pembaca dapat menginterpretasikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana hasil dari tontonan atau bacaan dari makna sebuah teks (Hadi, 2009).

Dapat disimpulkan, bahwasannya analisis resepsi digunakan untuk mendapatkan sebuah pengetahuan tentang pemaknaan khalayak terhadap sebuah teks media yang didasari latar belakang dari masing-masing khalayak. Analisis resepsi digunakan untuk memberikan pengetahuan atas sebuah makna teks media, baik di dalam media elektronik, cetak dan internet, dengan pemahaman khalayak terhadap karakter teks media yang telah dibaca atau dilihat sebelumnya. Makna dalam sebuah teks media, tercipta karena adanya interaksi khalayak dengan teks dan tercipta dengan cara membaca, menonton dan memproses teks media sebagai pemaknaan.

Teori encoding-decoding adalah sebuah teori yang diperuntukan untuk mengkritik komunikasi linier. Komunikasi linier dapat diartikan bahwasannya sumber dalam menyampaikan pesan melalui media kemudian diterima oleh penerima dalam hal ini khalayak. Dalam komunikasi linier tidak terjadi umpan balik atau feedback dari pesan yang telah disampaikan oleh pengirim. Hall ingin memberikan sebuah penjelasan bahwasannya makna yang diciptakan (*encoding*) tidak dapat menjamin khalayak dapat menjabarkan pesan dari media (*decoding*) sesuai yang dimaksudkan oleh pembuat pesan.

Stuart Hall memberikan pandangannya tentang encoding/decoding sebagai alternatif untuk penggambaran bagaimana hegemoni dapat dioperasikan melalui budaya populer. Gagasan utama dari teori encoding/decoding adalah kontribusi aktif khalyak dalam proses politis yang berhubungan dengan makna suatu media sehingga menimbulkan suatu tindakan dari gagasan media seperti menerima, menolak dan menegosiasi (Karen Ross, 2003).

Berikut beberapa keuntungan yang bisa didapatkan dari penggunaan teori encoding-deconding milik Stuart Hall :

- 1) Dapat memunculkan sebuah fakta bahwasannya media sebagai pemberi ideologi paling dominan dalam masyarakat dapat dipelajari menggunakan teori encoding-decoding
- 2) Pesan yang dibuat oleh media mampu di re-produksi kembali oleh kelompok sosial menjadi pemaknaan yang berbeda di masyarakat

- 3) Dapat digunakan untuk mengetahui khalayak dalam membaca suatu pesan atau teks dari media daripada kebutuhan psikologis yang dialami oleh khalayak

Karena fokus teori encoding-decoding merujuk pada wacana, membuat teori encoding-decoding dapat digunakan untuk meminimalisir pentingnya sebuah pesan atau media tunggal (David Croteau, 2003). Ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pemaknaan pesan media kepada khalayak/audience, yaitu :

- 1) Framework of Knowledge : kerangka pengetahuan berpengaruh pada pengelihatannya khalayak terhadap sebuah permasalahan yang didasari dari pengetahuan yang dimiliki oleh khalayak
- 2) Relation of Production : relasi produksi berpengaruh pada pengelihatannya khalayak terhadap seorang tokoh yang memiliki powerful dalam menerima sebuah pengetahuan
- 3) Technical Infrastructure : teknik infrastruktur berpengaruh terhadap akses informasi yang didapatkan oleh khalayak dalam mendapatkan sebuah pengetahuan

Ada tiga posisi yang dapat menentukan setiap audience dalam proses encoding/decoding dalam menafsirkan pesan dalam penerimaan dan produksi dari media menurut Stuart Hall, yaitu (Shaw, 2017) :

1) *Dominan Hegemonic Position*

Posisi Hegemoni Domian adalah suatu keadaan dimana khalayak dapat menerima pesan atau teks yang telah dibuat oleh media secara sukarela. Tanda tersebutlah yang menandakan bahwasannya tidak ada penolakan dari khalayak terhadap pesan yang diberikan oleh media. Posisi hegemoni dominan menjelaskan bahwasannya pesan yang disampaikan oleh media melalui kode budaya dan sosial dapat diterima oleh masyarakat. Asumsi dari posisi hegemoni dominan adalah penyampaian sebuah pesan menggunakan kode-kode oleh penyair dengan hegemoni. Media dituntut untuk mampu menemukan cara dalam proses produksi suatu pesan, sehingga budaya dominan dalam khalayak dapat selaras dengan isi pesan. Mudahnya ideologi hegemoni dominan adalah tujuan dari pesan media dapat diterima oleh khalyak secara menyeluruh.

2) *Negotiation Position*

Posisi Negosiasi adalah suatu keadaan dimana khalayak dapat menerima pesan atau teks yang telah dibuat oleh media tetapi ada pengecualian aturan budaya. Mudahnya khalayak menerima pesan media sekaligus menolak dengan beberapa pengecualian disesuaikan dengan aturan budaya. Dalam posisi negosiasi, khalayak dapat menjadi lawan untuk menerima atau menolak sebuah ideologi, karena disesuaikan dengan interprestasi pengalamam sosial milik khalyak. Adanya logika dapat dijadikan sebagai bentuk negosiasi, dikarenakan logika adalah hal pendukung suatu perbedaan sehingga dapat dihasilkan hubungan yang tidak sesuai dengan wacana dan logika kekuasaan. Kegagalan komunikasi terjadi karena adanya

perbedaan penerimaan pesan dan gagalnya pemahaman suatu kode sehingga terjadi tidak kecocokan antar individu.

3) *Oppositional Position*

Posisi oposisi adalah suatu keadaan dimana khalayak dapat menerima kode yang telah dibuat oleh media, tetapi khalayak dapat menolak dan mengganti kode yang diberikan oleh media dengan hasil pemikiran terhadap suatu obyek tertentu. Terdapat sebuah kode alternatif dari khalayak terhadap penerimaan kode yang diberikan oleh media. Setiap individu mempunyai caranya tersendiri dalam menerima pesan media, karena berdasarkan latarbelakang dan pengalaman yang dialami. Setiap individu mampu mengubah pemahaman menggunakan versi mereka sendiri, itulah salah satu perilaku dari analisis pesan media.

2.2. Instagram Sebagai Media Sosial

2.2.1. Pengertian Media Sosial

Fandi Tjiptono dalam bukunya mengatakan bahwasannya media sosial adalah teknologi berbasis internet yang memberikan sebuah fasilitas untuk memudahkan percakapan antar penggunanya (Tjiptono, 2016). Media sosial adalah bagian dari new media yaitu sebuah alat bertukar informasi dengan mengandalkan internet. Dengan basis media online serta perkembangan internet yang semakin pesat inilah para pengguna media sosial dapat berbagi, berinteraksi serta melahirkan konten-konten yang beragam dan menciptakan hal-hal baru.

Nasrullah dalam bukunya mendeskripsikan bahwasannya sosial media adalah medium internet yang dapat digunakan oleh penggunanya sebagai media untuk merepresentasikan kemampuan diri, berkomunikasi, berbagi serta berinteraksi dengan antar pengguna lain sehingga membentuk sebuah ikatan sosial secara virtual (Rulli, 2016). Garis merah yang didapat tentang definisi sosial media menurut Nasrullah dan Fandi Tjiptono yaitu sosial media dapat digunakan oleh para penggunanya untuk terus saling berhubungan dan berkomunikasi dengan siapa saja, dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batasan geografi. Sosial media dapat menghubungkan semuanya.

2.2.2. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk mengunggah atau membagikan foto dan video secara gratis. Instagram dapat diunduh atau diakses melalui perangkat Android, IOS dan Windows Phone. Instagram berasal dari kata “instan” yang asal kata sebelumnya yaitu “instan” sama halnya dengan kamera polaroid yang dahulu dikenal dengan kameran instan. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara penggunaannya yaitu mengirim informasi kepada orang lain dengan cepat. Dua kata itulah yang menjadi asal kata dari Instagram (instan dan telegram) Dari deskripsi dua kata tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasannya Instagram adalah sebuah platform berbasis aplikasi yang memiliki kegunaan untuk berbagi video dan foto penggunanya sehingga informasi dapat tersampaikan dengan cepat.

Bambang dalam bukunya mendeskripsikan instagram sebagai aplikasi dari smartphone yang khusus beroperasi di media digital yang memiliki fungsi kurang lebih sama dengan Twitter , tetapi berbeda dalam hal pengambilan foto untuk berbagi informasi bagi para penggunanya (Atmoko, 2012). Sebagai sebuah aplikasi media sosial berbasis foto dan video, Instagram dapat memiliki nilai lebih untuk meningkatkan kreatifitas para penggunanya untuk mengkreasikan foto dan video dengan fitur-fitur yang ada didalamnya, sehingga menghasilkan nilai keindahan dan keaesthetican foto atau video.

06 Oktober 2010 adalah hari lahirnya Instagram yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang awalnya hanya dikembangkan di platform IOS oleh startup bernama Burbn. Instagram mencapai 1 juta penggunanya setelah 2 bulan diluncurkan. Dua tahun kemudian akhirnya Instagram realese di platform Android tepatnya pada tanggal 03 April 2012. Tanpa disangka saat direlease di platform android, instagram membooming dan membuat sebuah gebrakan dengan mendapatkan satu juta pengguna dalam tenggat waktu 1 x 24 jam ditambah pengguna aktif sebelumnya sebanyak 30 juta pengguna (Atmoko, 2012).

Peningkatan yang pesat membuat nilai harga Instagram sebagai aplikasi sharing foto dan Burbn sebagai perusahaan yang menaunginya semakin tinggi. Dan tepat enam hari setelah Instagram direlease di platform Android, perusahaan raksasa Facebook milik Mark Zuckerberg akhirnya mengakuisisi Instagram dengan harga \$1.000.000.000 tepatnya pada tanggal 09 April 2012 (Atmoko, 2012). Sejatinya

tujuan dibuatnya Instagram bukan hanya sekedar sebagai aplikasi foto, namun Instagram diproyeksikan sebagai sebuah sarana komunikasi melalui foto dan video yang menjadikan sebuah komunikasi yang berbeda, hal itulah yang membuat Instagram dijadikan menjadi sebuah alat baru di dalam media sosial.

2.2.3. Fitur-Fitur Instagram

Sebagai aplikasi untuk berbagi foto dan video, Instagram menerapkan filter digital untuk memberikan kesan tampilan efek foto yang dapat dibagikan ke layanan media sosial yang lain, termasuk Instagram itu sendiri. Atmoko menjelaskan bahwasannya Instagram mempunyai sebuah fitur utama berjumlah lima menu yang letaknya di bagian bawah (Atmoko, 2012).

Berikut detail serta penjelasan singkat tentang lima fitur utama di Instagram menurut Atmoko di dalam bukunya :

1. Home Page

Home page atau yang lebih sering dikenal dengan halaman atau menu utama yang memperlihatkan timeline kegiatan dari followers yang telah diikuti oleh pengguna Instagram. Cara untuk menampilkan foto dari followers lain hanya dengan mengusap layar smartphone dari bawah ke atas sama halnya dengan penggunaan scroll mouse yang tersedia di komputer. Kurang lebih akan ditampilkan 30 foto terbaru saat sedang mengakses Instagram dan dibatasi untuk postingan terbaru.

2. Comments

Sebagai layanan aplikasi jejaring sosial tentu Instagram menyediakan fitur komentar, postingan yang ada di dalam Instagram dapat diberikan komentar pada kolom komentar. Hanya dengan menekan tanda ikon bertanda balon komentar.

3. Explore

Explore adalah sebuah fitur yang menampilkan foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh pengguna Instagram. Instagram memiliki sebuah algoritma rahasia untuk menampilkan foto yang masuk ke dalam explore setiap penggunanya.

4. Profile

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail segala informasi milik pengguna dan pengguna lainnya. Halaman profil dapat diakses dengan menekan ikon kartu nama pada menu utama bagian kanan, fitur profil nantinya akan menampilkan berapa jumlah foto, jumlah followers dan following dari setiap pengguna Instagram.

5. News Feed

Fitur news feed menampilkan notifikasi terhadap berbagai jenis aktifitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed dibedakan menjadi dua jenis tab yaitu ‘Following’ dan ‘News’. Sesuai dengan namanya

tab “following” menampilkan aktifitas terbaru dari following user dan tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar, atau followers baru dan notifikasi akan muncul di tab “news”.

Dalam bukunya Atmoko menjelaskan bahwasannya ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar postingan yang diunggah lebih mempunyai makna informasi (Atmoko, 2012). Berikut adalah bagian-bagian yang perlu diisi menurut Atmoko :

1. Judul atau Captions

Judul yang sering disebut juga dengan caption, caption dapat digunakan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna di dalam foto yang mereka posting.

2. Hastag

Hastag yang sering disimbolkan dengan tanda pagar (#), fitur hastag dapat digunakan untuk mempermudah para pengguna untuk menemukan suatu foto dengan hastag tertentu.

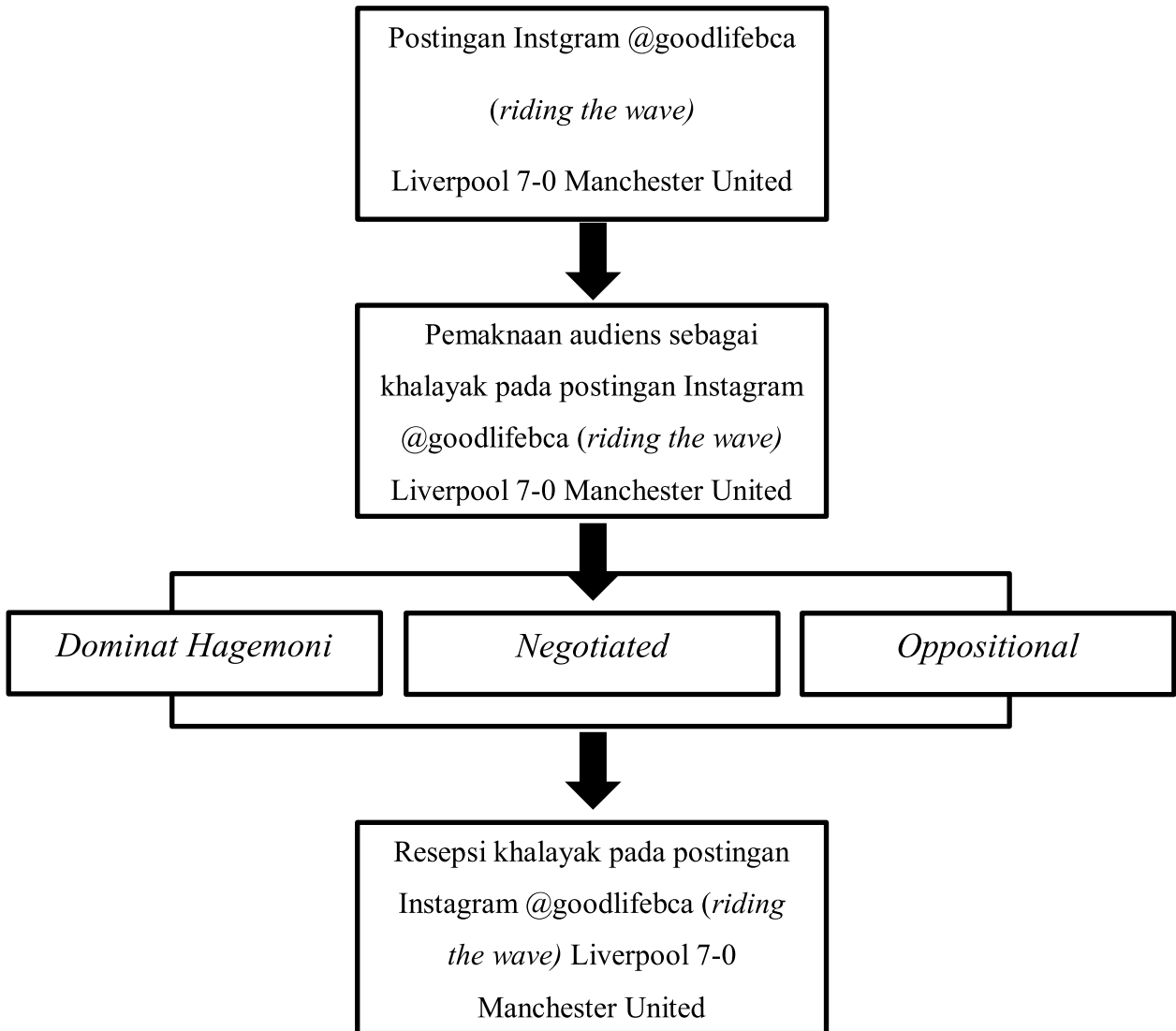
3. Lokasi

Lokasi adalah fitur yang menampilkan dimana letak pengambilan foto tersebut. Bukan hanya sebagai layanan foto sharing, Instagram juga sebuah jejaring sosial yang penggunaannya bisa saling berinteraksi satu dengan yang

lainnya. Berikut adalah beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram :

- Follow : Follow atau yang disebut sebagai pengikut, follow adalah sebuah aktivitas berteman dengan pengguna lain di Instagram.
- Like : Like adalah sebuah penanda bahwasannya pengguna menyukai postingan Instagram pengguna lain.
- Komentar : Komentar adalah suatu aktivitas memberikan pikiran atau sudut pandang berupa kata-kata baik berupa pujian, saran dan kritik.
- Mentions : Aktivitas mention yaitu menandai pengguna lain dalam postingan, caranya mudah hanya dengan ketik tanda arroba (@) dan tulis nama akun Instagram yang di mentions.

G. Kerangka Pemikiran



H. Metode Penelitian

Metode merupakan salah satu strategi atau cara yang digunakan oleh guru dalam proses belajar mengajar yang hendak dicapai, semakin tepat metode yang digunakan oleh seorang guru maka pembelajaran akan semakin baik. Metode berarti jalan atau cara yang harus dilalui untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan data penelitiannya (Arikunto, 2006). Sutanto berpendapat bahwa “metode penelitian atau metodologi suatu studi, ialah rancang-bangun (*design*) menyeluruh untuk menyelesaikan masalah penelitian”. Sugiyono menutarakan “bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, 2013).

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan pengkajian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis resepsi. Analisis resepsi digunakan untuk melakukan penelitian tentang khalayak mere-produksi makna yang disampaikan dan dibuat oleh media. Moleong menjelaskan, bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik (utuh) dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah, serta

dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang salah satunya bermanfaat untuk keperluan meneliti dari segi prosesnya (Moleong, 2009).

Sugiono mendeskripsikan penelitian kualitatif sebagai sebuah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, dalam penggunaannya untuk meneliti suatu kondisi alamiah, instrumen kunci terdapat pada peneliti analisis data bersifat kualitatif atau induktif serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2013).

Menurut Faisal metode analisis deskriptif adalah suatu analisis tentang pendeskripsiaan atau penggambaran data-data yang berkaitan dengan pokok permasalahan sesuai dengan rumusan baik berupa kondisi atau sebuah hubungan, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat yang sedang terjadi, serta kecenderungan yang tengah berkembang. Sukmadinata menjelaskan penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan serta memberikan sebuah gambaran fenomena yang ada, baik bersifat alamiah atau rekaya manusia dengan lebih memfokuskan tentang karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2011).

2. Lokasi / Obyek Penelitian

Obyek penelitian merupakan hal, orang, tempat dan/atau data yang menjadi variabel penelitian yang melekat dan dipermasalahkan. Pemilihan ini berdasarkan pada pertimbangan yang menjadi obyek penelitian mampu memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan penelitian .

Obyek dalam penelitian milik peneliti adalah nasabah Bank Central Asia atau followers Instagram @goodlifebca atau fans sepakbola yang mengetahui postingan *riding the wave* Liverpool 7-0 Manchester United. Instagram @goodlifebca memiliki 631 ribu followers dan peneliti berencana memilih sepuluh informan yang termasuk ke dalam kategori yang telah ditentukan.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah waktu yang diperlukan peneliti dalam melakukan penelitian. Pada penelitian ini memerlukan waktu tiga bulan, tetapi dapat disesuaikan dengan cepat/lambatnya penelitian. Penelitian dilakukan sejak bulan November 2024 hingga selesai.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Istijanto berdasarkan sumbernya data dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yang disebut data primer dan sekunder (Arikunto, 2006). Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk di manfaatkan. Data Primer adalah data asli yang dihimpun oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Data primer dari penelitian ini didapatkan dari informan / narasumber. Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan perusahaan dan sumber lainnya. Peneliti menggunakan empat metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Berikut penjelasan singkat empat metode pengumpulan data yang telah ditentukan :

1) Observasi

Menurut Rachmat Kriyantono dalam bukunya Riset Komunikasi, secara rinci menuliskan, metode observasi adalah metode dimana periset mengamati langsung objek yang diteliti (Kriyantono, 2006). Observasi sering dipadu dengan wawancara mendalam. Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek, objek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna untuk melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Dalam penelitian ini proses observasi dilakukan saat mengamati perilaku informan selama dilangsungkan proses wawancara.

2) Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari berbagai teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian. Wawancara dibagun menjadi dua teknik penggunaan, yaitu verbal atau lisan. Wawancara dapat diartikan sebagai proses untuk mendapatkan informasi demi kepentingan penelitian. Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh peneliti dan informannya, membahas sebuah topik yang sesuai dengan penelitian dalam konteks observasi partisipan. Larry Cristensen mendeskripsikan bahwasannya wawancara adalah sebuah teknik atau cara pengumpulan data, dengan cara pewawancara mengajukan sebuah pertanyaan kepada informan (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian milik peneliti menggunakan teknik wawancara semi-struktur. Wawancara semi-struktur mempunyai sedikit kesamaan dengan wawancara tidak terstruktur, yaitu dengan tidak adanya pedoman dalam proses wawancara. Wawancara semi-struktur adalah sebuah proses wawancara dengan pertanyaan yang telah disiapkan tetapi dapat mengajukan pertanyaan lain yang ingin ditanyakan secara bebas sesuai topik pembahasan wawancara, sehingga informan dapat menyampaikan ide, gagasan dan pendapat (Kriyantono, 2006). Berikut adalah beberapa kriteria informan yang telah ditentukan :

- 1) Pria atau Wanita (10 Orang) berusia 20 – 30 tahun
- 2) Nasabah BCA, Followers @goodlifeba dan Fans Sepakbola
- 3) Sudah pernah melihat postingan @goodlifebca 06 Maret 2023
- 4) Menyukai / mengomentari postingan @goodlifebca 06 Maret 2023
- 5) Informan paham atau mengetahui tentang riding the wave secara umum.

Tabel 1.2 Informan Penelitian

NO	NAMA	USIA	STATUS
1	AWA	24 Tahun	Konten Kreator
2	RAF	23 Tahun	Freelance Photographer
3	YA	21 Tahun	Mahasiswa

4	DI	30 Tahun	Karyawan Swasta
5	TAS	26 Tahun	Konten Kreator
6	LDM	25 Tahun	Karyawan Swasta
7	AK	27 Tahun	Karyawan Swasta
8	BRR	26 Tahun	Pegawai Negeri Sipil
9	AYH	29 Tahun	Arsitektur
10	MEA	28 Tahun	Pengusaha

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh para peneliti kualitatif untuk mendapatkan dokumentasi dari sudut pandang subjek melalui media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2009). Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis, tentang orang atau kelompok, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang berguna di dalam penelitian kualitatif sehingga didapatkan sebuah data yang dapat dijadikan sebagai penunjang dalam penelitian (Yusuf, 2017). Diperoleh melalui data-data berupa foto dan transkrip wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan sebagai narasumber dari penelitian.

4) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian sebuah informasi atau data melalui dokumen, baik dokumen yang berupa sebuah gambar, foto, tulisan ataupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Hasil penelitian akan semakin kredibel jika ada dokumen pendukung berupa tulisan, foto dan seni (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode studi dan eksplorasi terhadap sejumlah jurnal, buku, dan dokumen yang tersedia dalam format cetak maupun elektronik ditambah dengan sumber data atau informasi lain yang dianggap relevan.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data deskriptif kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati dengan pendekatan langsung terhadap informan yang ada. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis dan membuat prediksi.

Metode kualitatif menekankan pada metode penelitian observasi di lapangan dan datanya di analisa dengan cara non-statistik meskipun tidak selalu harus mencantumkan penggunaan angka. Bodgan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang

diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dipahami dan temuannya dapat diinformasikan pada orang lain (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan hal tersebut dapat dikemukakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.

Penelitian ini memilih menggunakan metode analisis milik Miles dan Huberman, mereka menyatakan bahwasannya aktifitas data kualitatif dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus-menerus hingga selesai dan menghasilkan data yang valid (Sugiyono, 2013). Aktifitas analisis data dibagi menjadi tiga yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

1) Reduksi Data

Mereduksi memiliki artian merangkum yaitu memilih hal-hal pokok dan berfokus pada hal-hal penting. Reduksi data adalah suatu tahapan atau proses pemilihan informasi dan data selama proses pengumpulan data di lapangan. Fokus yang diambil oleh peneliti dari proses reduksi data yaitu penyederhanaan data. Setelah pengambilan data diperoleh mampu disederhanakan, diharapkan peneliti dapat menemukan pola data yang dirancang dalam bentuk analisa akhir.

a. Encoding

Dalam penelitian ini analisis data dimulai dengan encoding yang diperoleh dengan menggunakan instrumen analisis teks media agar dapat dilihat representasi dari teks media tersebut (Widya Pujarama, 2020). Di tahap ini peneliti berusaha untuk mencari wacana dominan atau *preferred readings*. Langkah ini dapat diperoleh menggunakan teknik dokumentasi terkait wacana dominan yang ada dalam teks media, yang mana dalam penelitian ini yaitu postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023

b. Decoding

Analisis data pada tahap decoding dimulai dengan menyusun transkrip yang diperoleh dari wawancara. Setelah transkrip disusun, maka langkah analisis selanjutnya yaitu membuat kategorisasi dari transkrip tersebut dengan proses decoding pesan.

2) Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengelompokkan data sesuai dengan sub bab-nya hingga menjadi sebuah kesatuan. Sehingga menghasilkan hasil akhir penelitian yang telah disusun menggunakan kalimat yang sistematis dan logis sehingga mudah dipahami.

3) Kesimpulan

Kesimpulan merupakan sebuah implikasi dari prinsip induktif penelitian dan menjadi langkah terakhir dari proses analisis data. Kesimpulan harus dapat diverifikasi sehingga menghasilkan data yang memiliki kebenaran, kekuatan dan kecocokan melalui uji validitas.

6. Teknik Validitas Data

Validitas dapat diartikan sebagai sebuah ukuran untuk menunjukkan kevalidan sebuah instrument yang diteliti (Arikunto, 2006). Instrument suatu penelitian dapat dikatakan valid, apabila bisa terungkap data yang diteliti secara tepat. Validitas adalah sebuah tingkatan kevalidan antara data yang didapatkan dalam obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Sebuah penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang diperoleh sesuai dengan fakta. Dapat diartikan bahwasannya, secara empiris benar, data dapat terprediksi secara akurat dan konsisten menggunakan teori teruji.

Keakuratan data dalam penelitian ini akan diuji menggunakan validasi data dengan uji kredibilitas dengan cara triangulasi. Wiliam Wiersma mendeskripsikan bahwasannya triangulasi dalam pengujian kredibilitas adalah pengoreksian sebuah data dari berbagai sumber dan berbagai waktu penelitian. Triangulasi dibagi menjadi tiga, triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2013).

1) Triangulasi Sumber

Dalam menguji kredibilitas data digunakan cara pengecekan data dari beberapa sumber yang telah diperoleh dalam pengambilan data. Kemudian data yang telah didapatkan dianalisis oleh peneliti, sehingga dihasilkan sebuah kesimpulan dan dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data yang telah disediakan sebelumnya (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian milik peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Demi mengetahui keabsahan dan kevalidan dengan pengecekan data yang akan dibandingkan dengan hasil dari sepuluh informan untuk mengetahui resepsi pesan Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instagram milik @goodlifebca. Berikut adalah proses Uji Validasi Data menggunakan Triangulasi Sumber :

- Pengumpulan data dari berbagai sumber di Instagram, Website dan Media Digital
- Pengumpulan komentar-komentar di postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023
- Proses analisis data dari hasil observasi, wawancara, studi Pustaka dan dokumentasi
- Proses perbandingan dan validasi antara data-data yang dikumpulkan melalui internet dan hasil data yang didapatkan dari informan.