

# ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP FENOMENA LIVERPOOL 7-0 MANCHESTER UNITED DALAM POSTINGAN INSTAGRAM @GOODLIFEBCA

<sup>1\*</sup>Muhammad Alven Paradista, <sup>2</sup>Fitrinanda An Nur

<sup>1,2</sup> Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

\*muhalvenp@gmail.com, fitrinanda@comm.uad.ac.id

---

## ARTICLE INFO

*Received on* .....

*Received in revised from* .....

*Accepted* .....

*Published on* .....

---

### Keywords:

*Analisis Resepsi,*

*Bank Central Asia*

*Riding the wave*

*Sepakbolat*

---

*How to cite this article:* xxx

---

## ABSTRACT

*Sexual* Riding the wave is a way to join a wave that is going viral. @goodlifebca's post is an example that the use of riding the wave can be put to good use, if you can execute it at the right moment. This research aims to gain an understanding of how the public interprets the phenomenon of Liverpool 7-0 Manchester United in Instagram posts @goodlifebca. The research method used is a qualitative approach by applying Stuart Hall's reception analysis method. Through the reception analysis method, this research focuses on the attention and interaction between the post and the audience, so as to obtain the meaning and response of the audience to the message conveyed in the post. The data collection techniques used in this research are observation, interviews, documentation and literature study. Ten informants aged 20 to 30 years were involved in this research, who were then classified into three reception categories, namely dominant hegemonic position, negotiated position and oppositional position. The research results showed that six informants belonged to the dominant hegemonic category, which fully captured the meaning of the riding the wave message in the post.

Three informants were grouped into the negotiated category, who accepted the meaning of the message but also provided personal views based on their respective beliefs. One informant was in the oppositional category, because he did not agree and could not understand the message of the post..

---

## ABSTRAK

*Riding the wave* merupakan cara untuk ikut dalam sebuah gelombang yang sedang viral. Postingan @goodlifebca merupakan sebuah contoh bahwa pemanfaatan *riding the*

*wave* dapat dimanfaatkan dengan baik, jika mampu mengeksekusi di momen yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana khalyak memaknai fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instagram @goodlifebca. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode analisis resepsi milik Stuart Hall. Melalui metode analisis resepsi, penelitian ini berfokus pada perhatian dan interaksi antara postingan dan penonton, sehingga didapatkan pemaknaan dan tanggapan penonton terhadap pesan yang disampaikan dalam postingan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Sepuluh informan berusia 20 hingga 30 tahun terlibat dalam penelitian ini, yang kemudian diklasifikasikan menjadi tiga kategori resepsi, yaitu posisi *dominant hegemonic*, posisi *negotiated* dan posisi *oppositional*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enam informan tergabung dalam kategori *dominant hegemonic*, yang sepenuhnya menangkap makna pesan *riding the wave* dalam postingan. Tiga informan tergabung dalam kategori *negotiated*, yang menerima makna pesan namun juga memberikan pandangan pribadi berdasarkan keyakinan masing-masing. Satu informan berada dalam kategori *oppositional*, karena tidak setuju dan tidak dapat memahami pesan dari postingan.

## INTRODUCTION

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. 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). Pertandingan taktik (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.

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). 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).

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 bergengsi 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.

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~”

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. 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.

## CONCEPTUAL FRAMEWORK

### Analisis Resepsi

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 menginterpretasikan 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). 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.

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 Dominan 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 khalayak 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 interpretasi pengalaman sosial milik khalayak. 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.

## **Instagram Sebagai Media Sosial**

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 penggunaanya 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.

## **METHODOLOGY**

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-katadan 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 penggunaanya 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 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.

Teknik analisis data memegang peranan penting dalam mencari dan mengatur data secara terstruktur berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara, pencatatan lapangan, dan dokumentasi (Sugiyono 2019). Analisis data pada penelitian ini akan dilakukan melalui interpretasi tanggapan narasumber yang telah dipilih melalui wawancara secara mendalam, serta dengan menggunakan data-data pustaka lain yang relevan untuk mendukung penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan beberapa langkah. Pertama, seleksi informan dilakukan untuk memilih sumber data yang sesuai dengan kategori peneliti, dengan jumlah total informan sebanyak 10 orang yang akan diwawancarai. Langkah kedua adalah menganalisis hasil wawancara, yang meliputi proses transkrip dan penguraian data dengan mempertimbangkan aspek *encoding* dan *decoding*. Selanjutnya, langkah ketiga melibatkan klasifikasi data hasil penelitian berdasarkan posisi informan dalam tiga kategori pemaknaan, yaitu *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Terakhir, langkah keempat melibatkan penyimpulan dari data yang telah diperoleh dan dianalisis sebelumnya untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian tersebut.

Wawancara yang dilakukan kepada sepuluh informan dilakukan secara langsung maupun tidak langsung (*online*). Informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. 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

## FINDINGS & DISCUSSION

Data yang akan dipaparkan dalam bab ini adalah uraian peneliti yang diperoleh dari hasil wawancara dari 10 orang informan yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria penelitian sebagai berikut :

- 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

Dasar untuk memilih jumlah informan diambil sesusai dari pendapat yang diberikan oleh Smith “The range of 6-8 informants satisfies the requirements” (Greg Guest, 2008). Perbedaan latar belakang, pemahaman, pengalaman serta lingkungan audien akan menghasilkan penafsiran dan penerimaan pesan yang berbeda satu sama lain. Oleh karena itu, hasil dari penelitian akan memberikan berbagai pemikiran yang berbeda antar individu satu dan lainnya.

Dalam teori Stuart Hall terdapat penjelasan bahwa ada tiga posisi audiens dalam merespon pesan yang disampaikan media berdasarkan perbedaan status sosial, pendidikan, pengalaman dan kerangka referensi. Tiga posisi audien tersebut yaitu Dominant Hegemonic Position, Negotiated Position, dan Oppositional Position. Berdasarkan hasil resepsi yang telah dibuat kepada sepuluh informan, peneliti mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut. AWA, RAF, YA, DI, TAS, LDM, AK, BRR, AYH & MEA memiliki beberapa perbedaan pendapat dalam menginterpretasi dan meresepsi fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instagram @goodlifebca. Dengan demikian peneliti telah mendapatkan data dari informan yang telah diwawancarai dan kemudian hasil wawancara tersebut akan diklasifikasikan ke dalam tiga posisi khalayak menurut Stuart Hall seperti berikut :

**a. Dominant Hegemonic Position**

AWA	Partisipan I meresepsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan I menyampaikan bahwa tim kreatif Instagram @goodlifebca mampu up to date dalam isu viral dan banyak diperbincangkan oleh khalayak. Terjadi sebuah unsur ketidaksengajaan yang cocok dengan isu viral di khalayak, sehingga dimanfaatkan menjadi kendaraan untuk mempromosikan fitur terbaru dengan pengemasan konten secara kreatif dan unik.
DI	Partisipan IV merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan IV menyampaikan bahwa BCA dapat memanfaatkan isu publik dengan matang dan menghasilkan sebuah konten yang dapat meningkatkan engagement Instagram milik BCA (@goodlifebca)



TAS	Partisipan V merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan V menyampaikan bahwa Tim Sosial Media Instagram @goodlifebca berhasil membuat konten yang sempurna, cerdas memainkan bentuk antara angka 1 & 7 di dalam konten yang dipublikasi di Instagram @goodlifebca serta mampu memanfaatkan peluang.
LDM	Partisipan VI merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan VI menyampaikan bahwa sangat menyetujui karena melihat berbagai macam komentar di dalam postingan Instagram @goodlifebca yang sangat works dengan isu yang diangkat. Postingan tersebut seakan menarik perhatian banyak pengikut sepakbola dengan ide ambigunya.
AK	Partisipan VII merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan VII menyamakan bahwa tim kreatif Instagram @goodlifebca mampu memanfaatkan topik viral di masyarakat dengan dikemas secara baik dan unik. Dengan adanya postingan Instagram @goodlifebca semakin meningkatkan berita kekalahan telak Manchester United.
AYH	Partisipan IX merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan IX menyampaikan bahwa adanya kekalahan telak Manchester United dari Liverpool membantu meningkatkan promosi fitur baru BCA. Sehingga menghasilkan sebuah konten promosi yang menarik dan banyak diketahui khalayak.

**b. Negotiated Position**

YA	Partisipan III merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023 tetapi hanya secara teorikal sebagai strategi komunikasi. Partisipan III menyampaikan jika pemanfaatan riding the wave tidak sesuai serta digunakan secara terus-menerus akan memiliki resiko yang besar dan tentunya membosankan. Tetapi kembali lagi, hal tersebut adalah hak dari setiap Perusahaan untuk membuat konten promosi produk atau jasanya.
----	--

BRR	Partisipan VIII merespsi bahwa dirinya antara setuju dan tidak setuju adanya sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan menyampaikan kesetujuannya karena cara yang digunakan sesuai dengan riding the wave dan tidak setuju karena membahas kekalahan telak Manchester United. Partisipan VIII menambahkan bahwa penggunaan cara riding the wave dapat meningkatkan insight media sosial dengan pembuatan konten yang dapat menarik publik dengan masa yang besar.
MEA	Partisipan X merespsi bahwa dirinya setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023 tetapi partisipan X menyarankan untuk membuat konten menarik yang menggambarkan sebuah bank resmi yang ada di Indonesia. Partisipan X menyampaikan bahwa konten Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023 dapat membuat Fans Manchester United yang menggunakan BCA dapat tersinggung ataupun kecewa.

### ***c. Oppositional Position***

RAF	Partisipan II meresepsi bahwa dirinya tidak setuju terdapat sebuah pesan riding the wave (Liverpool 7-0 Manchester United) dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023. Partisipan II menyampaikan bahwa Instagram @goodlifebca hanya sekedar ingin ikut trending dan meningkatkan engagement social media. Postingan Instagram @goodlifebca digunakan hanya untuk ngetroll dan membully kekalahan telak Manchester United dari Liverpool.
-----	---

## **CONCLUSION**

Kesimpulan dalam penelitian milik peneliti adalah bagaimana pemaknaan yang didapat dalam Analisis Resepsi Fenomena Liverpool 7-0 Manchester United dalam postingan Instagram @goodlifebca. Pertandingan Liverpool vs Manchester United berlangsung pada tanggal 05 Maret 2023 jam 23.30 WIB dan postingan Riding The Wave Instagram @goodlifebca dipublikasikan pada tanggal 06 Maret 2023.

Dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023, peneliti telah melakkan kepada sepuluh orang informan dengan latar belakang yang berbeda-beda. Setelah melakukan wawancara dan penelitian, kesepuluh informan memberikan berbagai pendapat atau dapat diartikan kesepuluh informan tersebut tidak semua dapat menerima pesan riding the wave dalam postingan Instagram @goodlifebca 06 Maret 2023, tetapi ada juga informan yang mampu memaknai pesan seperti yang disampaikan dalam postingan Instagram @goodlifebca tentang riding the wave terhadap fenomena Liverpool 7-0 Manchester United.

Dalam sepuluh informan yang telah diwawancari dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori kelompok khalyak. Pertama merupakan kategori posisi dominan (dominan hegemonic) dengan informan berinisial AWA, DI, TAS, LDM, AK & AYH. Posisi ketiga merupakan posisi oposisi (oppositional hegemonic) informan yang berinisial RAF. Dapat disimpulkan bahwa dasar teori dari Stuart Hall yaitu proses *Encoding-decoding* berhasil sesuai dari hasil penelitian. Karena didapatkan hasil penelitian 60% posisi dominan, 30% posisi negosiasi dan 10% posisi oposisi. Hasil tersebut menggambarkan bahwa tujuan pengiriman pesan dari media sesuai dengan apa yang diinterpretasikan oleh audien atau khalayak.

### **LIMITATION AND STUDY FORWARD**

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.

### **ACKNOWLEDGEMENT**

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berbagai nikmat yang tak terhiting sehingga naskah publikasi ini berhasil diselesaikan. Saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses penulisan penelitian ini.

### **REFERENCES**

- Aliyanto, N. S. (2019, April 9). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah*. Retrieved from repository.uinjkt.ac.id: <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49034>
- Arifin, A. (2020, April 15). *El Clasico Hanya Nomor 2, Ini Peringkat 50 Derbi Terpanas dan Terbesar dalam Sejarah Sepak Bola*. Retrieved from bola.net: <https://www.bola.net/spanyol/el-clasico-hanya-nomor-2-ini-peringkat-50-derbi-terpanas-dan-terbesar-dalam-sejarah-sepak-bola-3a9fd.html>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita .
- Greg Guest, K. M. (2008). *Handbook for Team-based Qualitative Research*. Rowman Altamira.
- McQuaill, D. (2012). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nelahi, A. R. (2023, Maret 7). *MU Kalah 0-7, Deretan Brand Ini Ikut Roasting Setan Merah* . Retrieved from pilihanindonesia.com:  
<https://www.pilihanindonesia.com/hiburan/8157885735/mu-kalah-0-7-deretan-brand-ini-ikut-roasting-setan-merah>
- Nicholas W Jankowski, K. B. (2002). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. New York: Roudledge.
- Permana, S. (2019, Juli 19). *Kata-kata Mutiara Mandela Senjata Perdamaian Suporter Indonesia*. Retrieved from viva.co.id: <https://www.viva.co.id/bola/liga-indonesia/1167283-kata-kata-mutiara-mandela-senjata-perdamaian-suporter-indonesia?page=1>
- Prasetya, D. A. (2023, March 6). *Hasil Liverpool vs Manchester United: Skor 7-0*. Retrieved from bola.net: <https://www.bola.net/inggris/hasil-liverpool-vs-manchester-united-skor-7-0-274fa0.html>
- Shaw, A. (2017). *Encoding and Decoding Affordances Stuart Hall and Interactive Media Technologies*. USA: Temple University.
- Simbolon, F. (2013). STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DI PASAR INDONESIA. *BINUS BUSINESS REVIEW* Vol. 4, 405-413.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, H. (2017). *The Land of Hooligans : Kisah Para Perusuh Sepak Bola*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media Groups.
- Wirawan, O. (2023, March 7). *Iklan Kondom Sampai Es Teler Nge-roasting Kekalahan Telak Manchester United*. Retrieved from beritajatim.com: <https://beritajatim.com/ekbis/iklan-kondom-sampai-es-teler-nge-roasting-kekalahan-telak-manchester-united/>