



**RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI
RIA RICIS (*MOANA NAIK JETSKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI
TENGAH LAUT*)**

SKRIPSI

**Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata (S1) untuk gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik**

OLEH:

DIAH RAHMA NINGSIH

NPM 2220600033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

2024



**RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI
RIA RICIS (*MOANA NAIK JETSKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI
TENGAH LAUT*)**

SKRIPSI

**Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata (S1) untuk gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik**

OLEH:

DIAH RAHMA NINGSIH

NPM 2220600033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diah Rahma Ningsih

NPM : 2220600033

Jenjang : Strata Satu (S1)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI RIA RICIS (MOANA NAIK JET SKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI TENGAH LAUT)** adalah benar-benar hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Apabila kemudian hari ditemukan plagiat atau meniru hasil penelitian orang lain yang tingkat kemiripannya 90% dan muncul permasalahan terkait penelitian yang telah saya lakukan, maka saya bertanggungjawab terhadap keseluruhan skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh kesadaran.

Tegal, 2 Agustus 2024


Nan,

Diah Rahma Ningsih
NPM. 2220600033

LEMBAR PERSETUJUAN



RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI RIA RICIS (MOANA NAIK JET SKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI TENGAH LAUT)

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan Studi Strata (S1) untuk
mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal

Tegal, Jum'at 2, Agustus 2024

Telah disetujui oleh

Pembimbing I

Didi Permadi, M.I.Kom

NIPY 28267111988

Pembimbing II

Sarwo Edy, M.I.Kom

NIPY 27061151985

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



LEMBAR PENGESAHAN



YAYASAN PENDIDIKAN PANCASAKTI TEGAL
UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI : ILMU PEMERINTAHAN (Terakreditasi Baik Sekali)
ILMU KOMUNIKASI (Terakreditasi Baik)
Jl. Halmahera KM. 1 Telp. (0283) 323290 Tegal, e-mail : fisip@upstegal.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI RIA RICIS (MOANA NAIK JET SKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI TENGAH LAUT)

Skripsi ini telah dipertahankan dalam sidang terbuka skripsi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal
pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 2 Agustus 2024

1. Ketua Dewan Penguji : **Ike Desi Florina, M.I.Kom** (.....)
NIPY. 23768121984
2. Anggota Dewan Penguji 1 : **Sarwo Edy, M.I.Kom** (.....)
NIPY. 27061151985
3. Anggota Dewan Penguji 2 : **Didi Permadi, M.I.Kom** (.....)
NIPY. 28267111988

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Unggul Sugi Harto, M.Si.
NIPY. 14251921973

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. PERCAYA PROSES itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

-Edwar Satria

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan hati yang bahagia, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dalam skripsi ini, tiada lembar yang paling indah kecuali lembar persembahan. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati dan sebagai ucapan terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua penulis, Ibu dan Bapak. Semua yang penulis capai hingga saat ini adalah berkat cinta dan pengorbanan kalian berdua. Terimakasih sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terimakasih orang tua hebatku yang sudah memberikan fasilitas pendidikan setinggi ini tanpa harus memikirkan uang yang dikeluarkan.
2. Kakak saya, Farhan. Yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
3. Nenek dan saudara di Bogor. Terimakasih atas kasih sayang dan dukungan serta doa yang kalian berikan.
4. Kepada seorang tuan yang dalam masa kuliah ini selalu ada menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis. Terimakasih telah berkontribusi dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi hingga selesai dengan baik.

5. Untuk teman-teman saya khususnya Sahda Ismi dan Laely Nurusyifa.
Terimakasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.

6. Untuk diri saya Diah Rahma Ningsih terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku, kamu hebat. Semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

Dengan tulus ikhlas, penulis berharap karya ini tidak hanya menjadi ungkapan terima kasih, namun juga menjadi pemicu semangat bagi kita semua untuk terus berinovasi dan berkontribusi positif. Semoga karya ini dapat menginspirasi dan memotivasi kita semua untuk terus berbuat kebaikan. Terima kasih atas segala dukungan yang telah mendorong penulis hingga selesai.

ABSTRAK

Diah Rahma Ningsih. 2220600033. **RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI RIA RICIS (*MOANA NAIK JET SKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI TENGAH LAUT*)**. SKRIPSI. Pembimbing I: Didi Permadi, M.I.Kom. Pembimbing II: Sarwo Edy, M.I.Kom. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pancasakti Tegal.

Ria Ricis menuai hujatan saat membuat konten bersama sang anak dikarenakan anak mereka baru berusia 5 bulan, diajak berlibur ke laut. Mungkin sebagian penggemar ada yang menyambut video tersebut sebagai hiburan. Akan tetapi, ada sebagian penonton yang memandang kontroversi dalam video tersebut dan merasa bahwa perlu diperhatikan lagi dengan kondisi Moana yang baru berusia 5 bulan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui resepsi penonton terhadap video YouTube kontroversi Ria Ricis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui riset pustaka, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall, yang membagi resepsi khalayak menjadi 3 posisi pemaknaan: *dominant hegemonic, negotiated, dan oppositional*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi mayoritas yang penulis dapatkan yaitu pemaknaan oposisi, dimana para penonton memberikan resepsi berdasarkan video yang mereka tonton tersebut dapat membahayakan keselamatan anak.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Akun YouTube Ria Ricis, Video Kontroversi

ABSTRACT

Diah Rahma Ningsih. 2220600033. VIEWER RECEPTION TOWARDS RIA RICIS' CONTROVERSIAL YOUTUBE VIDEO (MOANA RIDES A JET SKI FOR THE FIRST TIME LEFT IN THE MIDDLE OF THE SEA). ESSAY. Advisor I: Didi Permadi, M.I.Kom. Advisor II: Sarwo Edy, M.I.Kom. Communication Science Study Program. Faculty of Social and Political Sciences. Pancasakti University of Tegal.

Ria Ricis received criticism when making content with her child because their child was only 5 months old, invited on vacation to the sea. Maybe some fans welcomed the video as entertainment. However, there were some viewers who saw the controversy in the video and felt that it was necessary to pay more attention to Moana's condition, who was only 5 months old. The purpose of this study was to determine the audience's reception to Ria Ricis' controversial YouTube video.

The method used in this study was descriptive qualitative with data collection through library research, observation, and documentation. This study uses Stuart Hall's reception analysis theory, which divides audience reception into 3 meaning positions: dominant hegemonic, negotiated, and oppositional.

The results of the study show that the majority of receptions that the author obtained were oppositional meanings, where the audience gave a reception based on the video they watched that could endanger the safety of children.

Keywords: *Reception Analysis, Ria Ricis' YouTube Account, Controversial Video*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Resepsi Penonton Terhadap Video YouTube Kontroversi Ria Ricis (Moana Naik Jet Ski Pertama Kali Ditinggal Di Tengah Laut)**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana strata 1 (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan mendukung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan yang telah diberikan. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Dr.Taufiqulloh, M.Hum., selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal
2. Bapak Unggul Sugi Harto, S.IP, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pancasakti Tegal
3. Bapak Didi Permadi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan, arahan, masukan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Penulis sangat berterima kasih untuk segala pembelajaran dan motivasi yang diberikan baik saat perkuliahan maupun selama bimbingan.
4. Bapak Sarwo Edy, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pancasakti Tegal sekaligus Dosen Pembimbing II, atas bimbingan, dukungan, dan arahan yang selalu diberikan kepada penulis. Terimakasih penulis sangat menghargai setiap masukan yang telah

Bapak berikan, serta waktu dan perhatian yang dicurahkan selama proses bimbingan.

5. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pancasakti Tegal. Terimakasih atas dedikasi dan komitmen dalam mendidik serta membimbing. Ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan menjadi bekal berharga bagi penulis.
6. Kedua Orang Tua penulis yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, doa yang tiada henti, serta harapan yang besar dalam setiap langkah penulis.
7. Teman-teman penulis dan semua pihak terkait yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan dengan limpahan rahmat dan keberkahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Tegal, 2 Agustus 2024

Penulis,

Diah Rahma Ningsih
NPM.2220600033

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	18
I.3 Tujuan Penelitian	18
I.4 Manfaat Penelitian	18
I.4.1. Manfaat Teoritis	18
I.4.2. Manfaat Praktis.....	19
BAB II	20

TINJAUAN PUSTAKA	20
II.1 Penelitian Terdahulu	20
II.2 Kerangka Teori	24
II.2.1 Analisis Resepsi Stuart Hall	24
II.3 Kerangka Konsep.....	30
II.3.1 Analisis Resepsi.....	30
II.3.2 YouTube	32
II.3.3 Kontroversi	35
II.3.4 YouTuber.....	40
II.3.4 Kerangka Berpikir	43
BAB III	44
METODE PENELITIAN	44
III.1 Jenis dan Tipe Penelitian	44
III.2 Jenis dan Sumber Data	45
III.3 Instrumen Penelitian.....	46
III.4 Teknik Pengumpulan Data	46
III.5 Teknik dan Analisis Data	47
III.6 Sistematika Penulisan.....	48
BAB IV	50
DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	50

IV.I Deskripsi Obyek	50
BAB V	58
HASIL PENELITIAN	58
V.I Gambaran Umum	58
V.II Hasil Temuan Penelitian	60
BAB VI	85
PEMBAHASAN	85
VI.I Teori Analisis Resepsi Stuart Hall.....	85
VI.II Hasil Analisis.....	87
VI.1.1 Posisi Hegemoni Dominan.....	88
VI.1.2 Posisi Negosiasi	92
VI.1.3 Posisi Oposisi.....	99
BAB VII	121
PENUTUP	121
VII.I Kesimpulan.....	121
VII.II Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pengguna internet di Indonesia	4
Gambar I. 2 Pengguna media sosial di Indonesia	6
Gambar I. 3 10 Negara dengan Jumlah Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia .	8
Gambar I. 4 10 YouTuber Indonesia dengan Jumlah Subscriber Terbanyak	13
Gambar IV. 1 Channel YouTube Ria Ricis	51
Gambar IV. 2 Tayangan YouTube Moana Naik Jet ski Pertama Kali Ditinggal Di Tengah Laut	54

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Jumlah Views Video Viral	15
Tabel I. 2 Penelitian Terdahulu	22
Tabel V. 1 kolom komentar video Moana naik jet ski pertama kali ditinggal di tengah laut	60
Tabel VI. 1 Analisis Resepsi Penonton Pada Posisi Hegemoni Dominan.....	90
Tabel VI. 2 Tabel Analisis Resepsi Penonton Pada Posisi Negosiasi	95
Tabel VI. 3 Tabel Analisis Resepsi Penonton Pada Posisi Oposisi	109

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Analisis resepsi membantu memahami bagaimana khalayak menafsirkan pesan media dan apa yang mereka ambil dari pesan tersebut. Hal ini bertujuan untuk memahami bagaimana media mempengaruhi khalayaknya dan untuk mengidentifikasi kesalahpahaman pada pesan tersebut.

Resepsi merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk meneliti tentang khalayak media yang mementingkan tanggapan pembaca terhadap sebuah karya seperti penilaian atau penerimaan. Pendekatan tersebut mulai diperkenalkan oleh Stuart Hall, seorang tokoh penting dalam kajian budaya, dalam menjelaskan tentang proses encoding/decoding. Analisis ini melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media serta pemaknaan dari seluruh pengalaman khalayak (McQuail, 2000: 73). Studi ini berusaha untuk mengetahui bagaimana khalayak memahami, menginterpretasi isi pesan (memproduksi makna), berdasarkan pengalaman dan pandangan selama melakukan interaksi dan mengonsumsi isi media online selama ini (Hadi, 2011). Adapun penerimaan pesan diawali dengan proses decoding yaitu dengan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding. Decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima (Morissan,2013). Dengan berkembangnya era digital, kemampuan khalayak dalam menerima pesan akan lebih beragam karena khalayak lebih banyak informasi dari berbagai sumber. Oleh karena itu proses pemaknaan pesan tentunya akan lebih beragam, tersegmentasi dan

tergantung dari kondisi khalayak. Hal inilah yang kemudian menyebabkan adanya perbedaan dari pengirim pesan dan penerima pesan.(Nanda Delya et al., 2022)

Internet (kependekan dari *interconnection-networking*) secara harfiah artinya “jaringan antarkoneksi”. Internet dipahami sebagai system jaringan komputer yang saling terhubung. Berkat jaringan itulah, apa yang ada disebuah komputer dapat diakses orang lain melalui computer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media dikenal dengan “media online” utamanya website. (Asep Syamsul, 2018:16)

Internet telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak awal mula di ciptakan. Begitu pula dengan media sosial yang cukup masif dan berbanding lurus dengan perkembangan internet itu sendiri. Adapun di zaman sekarang ini, tidak dapat dipungkiri bahwa kehidupan manusia saat ini sangat bergantung dengan media sosial. Media sosial memegang peranan penting bagi banyak orang. Mulai dari mengirim pesan ataupun mencari informasi. Jadi, tidak heran lagi jika media sosial telah menjadi kebutuhan penting hampir setiap orang. Pengembangan teknologi banyak mengalami perubahan mulai dari informasi, komunikasi maupun perangkat lunak yang digunakan. Dan sekarang ini internet memiliki cakupan yang lebih besar, misalnya penggunaan untuk bidang pendidikan, sosial, komunikasi, informasi dan lain-lain. (Zellatifanny, 2020)

Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat. Dari mulai interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat maupun perusahaan. Hadirnya internet telah menunjang efektivitas dan

efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya. (Yuyun, n.d.)

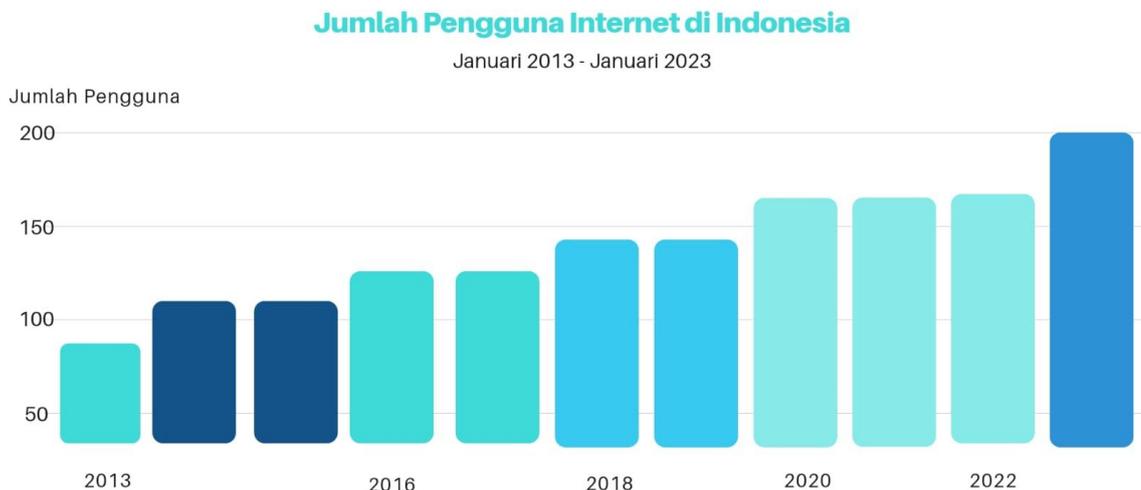
Peran internet semakin penting dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik di dunia global. Setiap tahun internet semakin dalam mempengaruhi kehidupan umat manusia. Tak dapat disangka teknologi ini telah merubah peradaban dunia dengan cepat (APJII, 2020). Media sosial menjadi hal yang sangat digemari masyarakat, bahkan sudah dianggap menjadi kebutuhan hidup. Media sosial bagi masyarakat kini bukan hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung saja, akan tetapi dengan media sosial masyarakat lebih dimudahkan baik dalam proses komunikasi maupun informasi (Sandra dan Dewi, 2019).

Semula, netiket hadir untuk pengguna internet pada umumnya. Netiket berasal dari dua kata yaitu networks dan etiquette; maka jadilah netiquette, diartikan sebagai etika berinternet. Prinsipnya sama seperti etiket atau sopan santun pada umumnya, namun ranahnya di dunia maya. Etika berinternet diperlukan agar setiap netizen ketika berada di dunia virtual memahami hak dan kewajibannya sebagai warga Negara dunia virtual. (Nasrullah, 2014).

Meluasnya penggunaan jaringan internet sebagai salah satu produk revolusi teknologi informasi menjadikan wajah perpolitikan, perekonomian, dan sosial-kultural masyarakat Indonesia berubah drastic. Hal itu belum ditambah dengan kian masifnya penyebaran *handphone* yang kian hari kian canggih. (Mohammad Afifuddin, 2022:1).

Gambar I. 1 Pengguna internet di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id



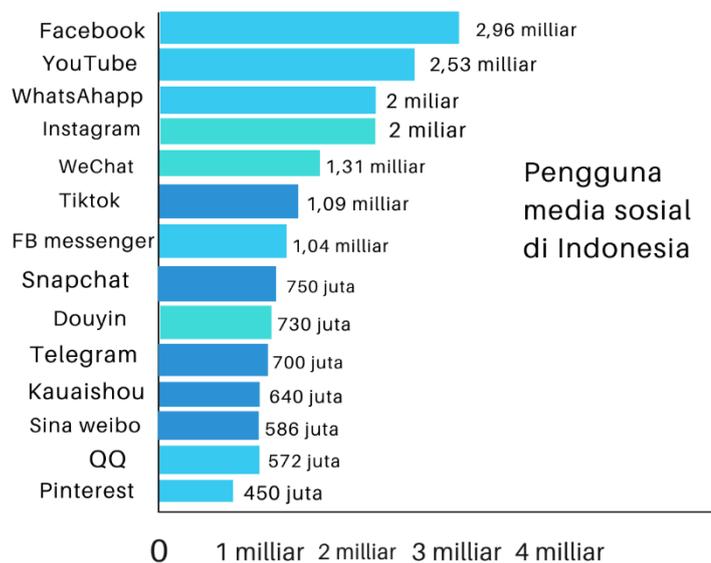
Sumber : databoks.katadata.co.id

Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year/yoy). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Secara tren, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam sedekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri tercatat bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Pertumbuhan jumlah pengguna internet dalam sedekade terakhir paling tinggi yaitu pada Januari 2016 yaitu mencapai 50,16% secara tahunan (yoy). Sementara pertumbuhan paling lambat yaitu pada Januari 2022 yang hanya tumbuh 0,5% (yoy).

Disisi lain media sosial pada dasarnya bagian dari pengembangan internet. Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Twitter, dan Skype merupakan media yang digunakan untuk memublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. (Dr. Rulli N, 2014:36)

Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun berada. Sebagai salah satu platform digital yang banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan dengan orang yang memiliki akses internet. Media sosial yang di gunakan oleh banyak orang beragam di antaranya YouTube, Tik Tok, Instagram dan lain sebagainya. Sebenarnya perkembangan media sosial ini sungguh pesat, dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jejaring internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan di lakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya. (*I.+Syafri+Irawadi, n.d.*)

Gambar I. 2 Pengguna media sosial di Indonesia



Sumber : databoks.katadata.co.id

Secara keseluruhan saat ini ada 4,8 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Angka ini setara dengan sekitar 59,9% dari total populasi global yang mencapai 8,03 miliar orang. We Are Social mencatat, pertumbuhan pengguna media sosial global cenderung melambat dalam beberapa bulan terakhir. Jika dibanding kuartal sebelumnya, pada kuartal I 2023 jumlah pengguna aktif media sosial global hanya naik 45 juta orang atau 0,9% (quarter-to-quarter/qtq).

Adapun media sosial yang menjadi perhatian bagi masyarakat salah satunya yaitu YouTube karena YouTube sangat praktis bisa ditonton di mana saja dan kapan saja, dengan hanya bermodalkan smartphone saja kita sudah bisa menonton melalui YouTube. YouTube adalah platform media sosial yang menghadirkan konten audio-visual (video) dan dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer, laptop, atau smartphone dengan koneksi internet. Berdasarkan survei,

80% milenial memilih YouTube sebagai media sosial favorit karena format videonya yang informatif dan menarik. YouTube, dengan jutaan konten yang beragam, memiliki dampak positif dan negatif bagi penggunanya. Sama seperti televisi yang dulu populer, YouTube memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku masyarakat, bahkan melampaui peran media massa tradisional.

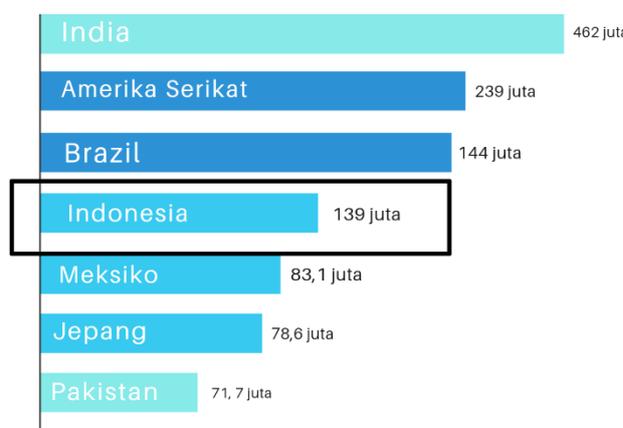
YouTube dibuat oleh Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim pada tahun 2005. Lalu YouTube dibeli oleh pihak perusahaan Google pada November 2006 dan hingga sekarang YouTube merupakan milik perusahaan *google*. Selain itu suatu situs web ini memberi kemungkinan untuk berbagi, mendownload, melakukan tontonan dan membagikan video. Adapun yang bisa kita temukan di YouTube yaitu mulai dari vlog, podcast, tutorial, hiburan, video klip musik, dan lain-lain.

YouTube juga menyediakan fitur video siaran langsung yang dimana pemilik akun bisa berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan para penonton atau audiens, meskipun komunikasi tidak secara langsung tatap muka melainkan dengan perantara fitur chat. Mulai dari informasi berita, pendidikan, musik, olahraga dan lain lain semua tersedia di dalam aplikasi YouTube. Dari kelebihan YouTube tersebut yang menjadi daya tarik lebih dimata masyarakat. Selain untuk sarana komunikasi massa, YouTube juga bisa menghasilkan uang dengan fitur afiliasinya. Maka terbentuklah peluang lapangan kerja baru dibidang YouTube seperti contohnya seperti YouTuber atau konten kreator.

Di sisi lain sebagai konten kreator juga harus memiliki ide yang kreatif untuk menarik perhatian agar banyak penonton. Dari para penonton inilah para YouTuber menghasilkan keuntungan atau adsense. Dari inilah yang membuat pro kontra bagi masyarakat terhadap YouTube karena mereka membuat video hanya mementingkan keuntungan tanpa berfikir dampak pengaruh video yang mereka buat.

Akan tetapi, terkait dengan media sosial di dalamnya terdapat konten-konten yang beragam yang dapat dinikmati oleh pengguna, dalam konten tersebut terdapat kolom komentar yang berisikan komentar-komentar netizen baik komentar positif maupun negatif. Selain itu juga, penggunaan gaya bahasa yang berbeda-beda. Bahasa yang dipakai oleh netizen untuk mengomentari konten video yang mereka suka akan lebih sopan di bandingkan dengan konten video yang tidak mereka suka akan lebih kasar.

Gambar I. 3 10 Negara dengan Jumlah Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia



Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut laporan terbaru We Are Social, jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia. Sementara itu, India masih menempati posisi teratas dengan 462 juta pengguna YouTube terbanyak di dunia pada bulan lalu. Amerika Serikat dan Brasil menempati peringkat kedua dan ketiga dengan masing-masing 239 juta pengguna dan 144 pengguna.

Seperti yang kita tahu, bahwa YouTube bisa diakses hingga ke seluruh dunia. Dengan hal ini maka kita bisa mengakses video video yang dibuat oleh konten kreator luar negeri untuk menambah wawasan kita. Selain itu kita dapat menonton video vlog para konten kreator yang berkunjung ke negara orang, hanya dengan menonton video melalui YouTube saja kita sudah bisa tahu dan belajar banyak hal. Di mana kita bisa mendapatkan pengetahuan mengenai gaya hidup di luar negeri tanpa kita harus berkunjung secara langsung.

Di sisi lain, YouTube juga bisa menjadi wadah hiburan dikala stres dan bosan karena memang kita bisa banyak menjumpai video video sesuai dengan apa yang kita inginkan. Berbeda dengan televisi, jika pada televisi kita harus menunggu jadwal tayang pada acara yang kita inginkan, dengan segala kelebihannya sebagai media baru YouTube juga terus mengoptimalkan segala fiturnya yang disesuaikan dengan kebutuhan para pengguna. Semua orang juga bisa mengakses YouTube secara gratis selain itu juga YouTube mudah di operasikan. Tentu kelebihan kelebihan YouTube ini tidak sepenuhnya akan menutupi kekurangan dari konten konten video yang di unggah di platform YouTube.

Penyaringan video harus tetap dilakukan saat pengguna ingin menonton video di YouTube, karena memang pada dasarnya semua orang dapat dengan mudah dan memiliki hak untuk mengunggah video apapun di YouTube dan unggahan unggahan tersebut belum tentu bisa kita nilai positif. Beberapa video yang ada di YouTube terkadang berisikan hal hal negatif, seperti contohnya penyebaran informasi yang palsu. Di mana para pengguna YouTube ini sendiri dari semua kalangan, dan tidak menutup kemungkinan jika konten konten yang negatif dan menyesatkan akan mempengaruhi pola pikir seseorang.

Sama halnya dengan YouTuber Ria Ricis awal mula Ria Ricis menjadi seorang konten kreator rupanya bermula dari iseng. Nama Ria Ricis yang akrab disapa 'ricis' itu menjadi terkenal sebagai YouTuber karena unggahan video mengenai squishy. Sebelum merambah dunia YouTube, Ria Ricis memang sudah lebih dulu bergelut di dunia entertainment. Karier yang terus menjulang tinggi tidak didapatkan Ria Ricis secara instan, banyak cara dan kerja keras yang telah ia lakukan. Ria Ricis mengawali kariernya melalui akun sosial mediana, yaitu Instagram. Dengan mengunggah konten foto dan video lucu, hal itu membuat dirinya mendapat respons baik dari warganet.

Dari keberhasilan itu, Ria Ricis mulai menerima endorse, dan tetap ia suguhkan dengan konten lucu dari iklan produk tersebut. Dari situ, nama Ria Ricis mulai disebut sebagai 'selebgram'. Sukses menjadi selebgram berhijab yang apa adanya, para penggemar pun meminta agar Ria Ricis membuat channel YouTube. Hal ini karena, penggemarnya ingin mengenal dan mengetahui kehidupan pribadi Ria Ricis lebih dalam. Akhirnya, pada 2016 Ria Ricis mulai membuat dan

menekuni dunia YouTube. Awal mula pembuatan konten video di YouTube, Ria Ricis masih berfokus pada hal-hal lucu.

Namun, kecintaannya terhadap squishy membuat ia mempunyai ide untuk membuat konten squishy versi dirinya sendiri. Tidak disangka, video tentang squishy berhasil beberapa kali masuk trending di YouTube dan meraup angka jutaan penonton. Karena banyak yang menyukai video tersebut, penggemarnya meminta Ria Ricis membuat video YouTube dengan durasi yang lebih panjang di channel YouTube nya. Banyak pengikut yang terus bertambah setiap harinya, dan Ria Ricis mulai terbiasa dengan penggunaan YouTube. Lalu ia memikirkan ide selanjutnya yang akan diunggah ke YouTube nya untuk semua orang.

Sosok Ria Ricis banyak dikenal lewat tingkah lakunya yang super aktif dan lucu. Bernama lengkap Ria Yunita, wanita berhijab ini sukses di dunia entertainmen dan juga YouTuber ternama di Indonesia. Ria Ricis terlahir dari keluarga sederhana. Ayahnya yang bekerja sebagai karyawan, bernama Sulyanto, dan Ibunya sebagai ibu rumah tangga bernama Yunifah Lismawati. Ricis anak terakhir dari 2 saudara perempuan. Anak pertama Oki Setiana Dewi, juga merupakan artis ternama yang sudah berkeluarga, serta anak kedua Shindy Kurnia Putri yang berprofesi sebagai dokter. Namun, kesuksesan yang diraihinya Ricis hingga sekarang bukanlah semata-mata menumpang nama besar kakaknya yang lebih dulu terjun di dunia keartisan, melainkan dari ide kreatifnya dapat membuat konten YouTube.

Perjalanan karier Ria Ricis dimulai dari Ricis menghabiskan masa SD dan SMP nya di Batam. Sejak SMP Ricis sudah mulai mandiri. Ricis sekolah sambil

bekerja. Saat itu pekerjaan pertamanya sebagai pelayan restoran di Batam. Setelah lulus SMP, ia kemudian memilih SMK agar setelah lulus bisa langsung bekerja.

Kemudian pada tahun 2005, ia beserta 2 saudara mengikuti orang tuanya pindah ke pulau Jawa dan menetap di Depok Jawa Barat. Setelah lulus SMK Ricis kemudian mencoba mengikuti casting sebagai artis, namun gagal setelah beberapa kali mencoba. Ricis kemudian mencoba aktif di Instagram di sana ia aktif membuat berbagai macam konten menarik di Instagram, terutama mengenai Squishy. Dengan kontennya itu ia cepat mulai di kenal di Instagram. Ricis pun di kenal sebagai selebgram dengan jutaan *followers* di Instagram. Dari sana pula ia sudah mulai mendapatkan pundi-pundi rupiah dari jasa endorse atau mempromosikan produk di Instagramnya.

Ricis juga banyak disukai karena multitalentnya sebagai seniman, selebgram, bahkan YouTuber, dan ia dikenal sebagai salah satu YouTuber wanita Indonesia yang berhasil memiliki banyak *subscriber* di Indonesia bahkan di Asia Tenggara. Bahkan kabarnya Ricis YouTuber di Indonesia dengan penghasilan paling besar. Pada awal mulanya, Ricis tidak sengaja menjadikan akun YouTube sebagai sumber penghasilannya. Awalnya, ia hanya sering mengupload vidio tentang membuat squishy di Instagramnya, dan ia bahkan sampai dijuluki sebagai ratu squishy. Berawal dari iseng-iseng belaka, Ria Ricis berhasil menemukan cara untuk menghasilkan uang banyak. Dan saat ini konten-konten di YouTubanya semakin beragam.

Ria Ricis mempunyai alasan tersendiri mengapa dirinya suka memeriahkan suasana. Sedangkan kakak-kakaknya Oki Setiana Dewi menjadi artis penceramah dan Shindy Kurnia Putri menjadi dokter. Sebenarnya Ria Ricis tidak berniat untuk menjadi selebgram dan awalnya hanya iseng membuat parodi lalu di upload ke akun Instagramnya. Ternyata, video parodinya banyak di sukai oleh orang-orang dan mendatangkan banyak *followers* sehingga melebihi beberapa artis ternama Indonesia. Dengan jumlah *followers* yang semakin meningkat Ria Ricis dapat menghasilkan uang dari paid promote serta *endors* yang di posting di akun instagramnya.

Gambar I. 4 10 YouTuber Indonesia dengan Jumlah Subscriber Terbanyak



Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data Socialblade, Ricis Official masih bertengger di posisi puncak daftar YouTuber dengan jumlah subscriber terbanyak di Indonesia hingga 10 Mei 2023. Akun dari pemilik nama asli Ria Yunita tersebut tercatat memiliki 32,1 juta subscribers di saluran YouTube miliknya.

YouTube Ria Ricis menyajikan konten seputar kehidupan sehari-harinya. Mulai vlog kegiatan berlibur bersama keluarga, ulasan mainan, dan lain-lainnya. Kesuksesan Ria Ricis mulai merambat ke YouTube dengan konten vlog keseharian dan juga video review mainan anak-anak seperti squishy. Dengan populer di media sosial Ria Ricis bisa menempatkan dirinya masuk pada youtuber-youtuber terkenal di Indonesia.

Namun, di balik kesuksesannya itu Ria Ricis terbilang cukup rumit di dalam percintaannya. Selama ini, Ria Ricis selalu dikabarkan dekat dengan beberapa aktor muda di Indonesia. Hingga akhirnya, Ria Ricis di pertemukan dengan lelaki asal Aceh yang bernama Teuku Ryan dan akan maju ke jenjang pernikahan yang lebih serius.

Ria Ricis dan Teuku Ryan sempat menuai hujatan saat membuat konten bersama sang anak dikarenakan anak mereka baru berusia 5 bulan, diajak berlibur ke laut. Mungkin sebagian penggemar ada yang menyambut video tersebut sebagai hiburan. Akan tetapi, ada sebagian penonton yang memandang kontroversi dalam video tersebut dan merasa bahwa perlu diperhatikan lagi dengan kondisi Moana yang baru berusia 5 bulan. Moana dalam konteks tersebut bisa dianggap tidak pantas atau merendahkan. Pasalnya Ria Ricis dan Teuku Ryan membawa Moana naik jet ski. Ria Ricis terlihat memegang kamera dengan tersenyum lebar. Sementara Teuku Ryan menggendong Moana seraya memegang setir jet ski. Melansir dari laman action sport, anak-anak yang bermain jet ski pada umumnya diizinkan ketika sudah berusia 12 tahun ke atas. Sementara, jika umur anak di

bawah 12 tahun dilarang karena dapat membahayakan. Untuk anak usia 12-15 tahun juga harus berada di antara dua orang dewasa yang mendampinginya.

Setelah itu, Ria Ricis mengunggahnya di akun YouTube miliknya. Sontak video tersebut dibanjiri kritik dari netizen yang menilai bahwa Ria Ricis telah lalai menjaga keamanan Moana. Mereka mengkhawatirkan keamanan Moana yang hanya di gendong dengan satu tangan dan tidak memakai pelampung sedangkan orang tuanya memakai pelampung. Padahal memakai jaket pengaman adalah sebuah kewajiban. Yang menjadi permasalahannya yaitu kondisi angin saat itu terbilang cukup kencang, belum lagi guncangannya. Netizen juga khawatir jika terjadi hal yang tidak diinginkan dengan Moana karena naik jet ski tanpa pengaman. Beberapa netizen juga memberikan nasihat kepada Ria Ricis agar lebih baik tidak membuat momen tersebut menjadi konten.

Tabel I.1 Data Jumlah Views Video Viral

Judul video	Jumlah views
Moana naik jetski pertama kali ditinggal ditengah laut	1,5 juta x ditonton
Extrim Moana bayi 5 bulan naik ATV bikin panik	935 ribu x ditonton
Extrim Moana perdana main trampolin extrim banget	320 ribu x ditonton

Dari penjelasan tabel di atas merupakan data jumlah views video viral yang diunggah oleh channel YouTube Ria Ricis. Konten liburan bersama Moana menuai banyak kritikan dikarenakan baru berusia 5 bulan. Tabel di atas merupakan konten yang berisi kontroversi yang sempat viral dan disorot oleh media asing. Adapun total jumlah keseluruhan video yang di tonton mencapai 2.755.000 x ditonton.

Dilansir dari era.id Aksi YouTuber Ria Ricis mengajak bayi naik jet ski tanpa jaket pelampung dibanjiri kritikan dari netizen. Tak hanya netizen, Ketua Komisi Nasional Perlindungan Anak (Komnas PA), Arist Merdeka Sirait menyentil YouTuber Ria Ricis yang membawa anak naik jet ski. Menurutnya, aksi yang dilakukan oleh adik Oki Setiana Dewi dapat membahayakan anaknya, Cut Raifa Aramoana atau Moana yang masih berusia 5 bulan. Oleh karena itu, Arist meminta istri Teuku Ryan untuk tidak mengeksploitasi anaknya demi kepentingan konten YouTubanya dan tidak kebablasan dalam membuat konten. Baginya, anak usia 5 bulan harusnya mendapatkan pelayanan terbaik.

Aksi Ria Ricis tersebut tidak hanya di sorot netizen Indonesia, melainkan menjadi sorotan media asing juga asal Hongkong dan Amerika Serikat, South China Morning Post (SCMP) dan insider. Kedua media tersebut membahas tentang standar keselamatan olahraga air dan banyaknya kritikan yang di layangkan kepada Ricis. SCMP ikut menyoroti aksi Ricis yang membawa anaknya naik jet ski tanpa pelampung. SCMP menulis tajuk "Indonesian YouTuber under fire for video of infant daughter on a jet ski with no life jacket" soal aksi Ria Ricis tersebut dan merilisnya pada Selasa (10/1).

"Menurut beberapa situs web perahu pribadi, tidak ada aturan mencegah orang tua membawa anak mereka di jetski," tulis SCMP. Bukan hanya SCMP yang berbasis di Hong Kong, media Amerika Serikat yang memiliki cabang di Singapura, Insider, juga menyoroti aksi Ria Ricis Insider menulis tajuk "A YouTube mom with 30 million subscribers filmed her baby on a jet ski with no life jacket, sparking concern among viewers," untuk menggambarkan aksi Ria Ricis. Dalam pemberitaan tersebut, SCMP memajang foto Ricis dan anaknya saat menaiki jet ski. Media SCMP menyebut bahwa memang tidak ada larangan untuk membawa anak naik jet ski. Namun, para pembuat jet ski telah memberikan pedoman bahwa kendaraan air tersebut harus dinaiki oleh penumpang yang bisa menyentuh lantai jet ski dengan kedua kakinya.

Dari salah satu sudut pandang psikolog, Indah SJ kerap membagikan berbagai ilmu psikologi melalui akun TikToksnya dan memberikan pendapat soal aksi Ria Ricis tersebut. "Terlepas dari banyaknya pro dan kontra yang muncul dari apa yang ada di video tadi di sini aku mau memberikan pendapatku dari sudut pandang psikologis ya" kata @sundariindah, dikutip Senin 9 Januari 2023. Dalam video yang beredar, Teuku Ryan tanpa mengendarai jet ski sambil menggendong Moana. Sementara tangan kanannya memegang kemudi, tangan kiri Teuku Ryan memeluk putrinya itu. Sedangkan Ria Ricis duduk di belakang sang suami sambil membawa kamera. Dalam satu momen, Ryan dan Ricis tampak begitu kegirangan dan bersemangat dengan olahraga air itu namun Moana hanya terdiam sambil sesekali menutup matanya dan berpegang erat kepada sang ayah. Teuku Ryan pun

bertanya-tanya mengapa putrinya tersebut diam dan tidak menunjukkan rasa senang menaiki jet ski.

“Di video itu, sang ayah sempat tanya ke anaknya “kok kamu diam saja sih enggak ketawa-ketawa?” Jawabannya sederhana, ya anaknya takut pak, “jelas sang psikolog. Menurut Indah, bayi seusia Moana belum bisa menguasai beberapa emosi dasar saja. Jadi, ketika bayi tersebut merasakan sesuatu ia akan mengekspresikannya secara langsung tanpa mengalihkannya kepada jenis emosi lain.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pesan yang ingin disampaikan dalam judul skripsi “RESEPSI PENONTON TERHADAP VIDEO YOUTUBE KONTROVERSI RIA RICIS (*MOANA NAIK JETSKI PERTAMA KALI DITINGGAL DI TENGAH LAUT*)”

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini bagaimana resepsi penonton terhadap video YouTube kontroversi Ria Ricis (*Moana naik jet ski pertama kali ditinggal di tengah laut*)?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yakni untuk mengetahui resepsi penonton terhadap video YouTube kontroversi Ria Ricis (*Moana naik jet ski pertama kali ditinggal di tengah laut*)

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan pemahaman yang detail pada objek yang diteliti.

b. Memberikan pandangan pikiran dalam konteks menganalisis resepsi penonton terhadap video kontroversi.

I.4.2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa dan masyarakat untuk memahami tentang resepsi penonton terhadap video kontroversi.

b. Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi bagi peneliti pada bidang media sosial, khususnya yang meneliti tentang resepsi penonton terhadap video kontroversi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi yang dibutuhkan dalam penelitian. Sehingga untuk melengkapi penelitian ini, peneliti mencari referensi dari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang diproses oleh penulis. Dengan adanya data penelitian terdahulu ini, bisa diketahui bagaimana perkembangan penelitian mengenai tema yang diangkat penulis serta mengetahui resepsi penonton dari penelitian penulis. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian kali ini adalah sebagai berikut.

1. Salsabillah (2022). Analisis Resepsi Khalayak Tentang Stigma Orang Dengan Skizofrenia Pada Tayangan YouTube CXO Media “Prespektif” Episode 23 oleh Devi Salsabillah dan Retno Dyah Kusumastuti pada tahun 2022. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dan mengeksplorasi makna sejumlah individu terkait masalah sosial tertentu (Creswell, 2014). Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dan observasi. Teknik analisis data pada penelitian ini mengacu pada tiga tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman (Pujileksono, 2016) yang di antaranya Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti berusaha untuk mencari bagaimana pemaknaan fenomena stigma terhadap Orang Dengan

Skizofrenia (ODS) pada tayangan YouTube CXO media “Perspektif” Episode 23.

2. Anggara Purissta Putra (2022) berjudul Analisis Resepsi Khalayak Atas Pemberitaan Konflik Agama di Media Online (Studi Pemaknaan Khalayak Atas berita Kelompok Ahmadiyah di Tirta.id). Skripsi : Jurusan Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik berupa studi kasus. Jenis penelitian yang di gunakan penelitian kualitatif, yang mana nantinya data pada penelitian ini diinterpretasikan melalui analisis resepsi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses *encoding* berita “*Jemaat Ahmadiyah: Kami Seperti Mayat , Enggak Ada Rasa Lagi*” di Tirta.id.
3. Diana Wahyuni, Yanto, Sri Narti (2020). Analisis Resepsi Penonton Terhadap pesan Video “Saya Mualaf Bila” di Akun Channel Youtube Deddy Corbuzier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis resepsi yaitu analisis yang mendasarkan pada kesadaran atau cara subjek dalam menerima dan memahami obyek. Analisis resepsi dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut dan konsekuensi sosial apa yang muncul (Billy,2014). (Wahyuni & Narti, 2020)

Tabel I. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Devi Salsabillah dan Retno Dyah Kusumastuti	Analisis Resepsi Khalayak Tentang Stigma Orang Dengan Skizofrenia Pada Tayangan YouTube CXO Media “Perspektif”	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori analisis resepsi.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah penelitian terdahulu menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan observasi sedangkan penelitian sekarang menggunakan teknik pengumpulan data dengan riset

				kepuustakaan dan dokumentasi.
2.	Anggara Purissta Putra	Analisis Resepsi Khalayak Atas Pemberitaan Konflik Agama di Media Online (Studi Pemaknaan Khalayak Atas Berita Kelompok Ahmadiyah di tirta.id	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pada jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pada objek penelitiannya.
3.	Diana Wahyuni, Yanto, Sri Narti	Analisis Resepsi Penonton Terhadap pesan Video “Saya Muafak Bila” di Akun Channel Youtube Deddy Corbuzier.	Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang pada teori yaitu teori analisis resepsi Stuart Hall	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah pada subjek penelitian

II.2 Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan suatu gambaran atau rencana yang berisi tentang penjelasan dari semua hal yang dijadikan sebagai bahan penelitian yang berlandaskan pada hasil dari penelitian tersebut. Kerangka teori juga berisi tentang relasi antara sebuah variabel dengan variabel yang lainnya, yang biasanya terdapat sebab serta akibat dari kedua atau lebih dari dua variabel tersebut.

II.2.1 Analisis Resepsi Stuart Hall

Kata "Resepsi" berasal dari bahasa Latin "recipere" dan bahasa Inggris "reception" yang berarti penerimaan atau penyambutan oleh pembaca. Dalam konteks penelitian, resepsi diartikan sebagai proses pengolahan teks dan pemberian makna terhadap tayangan media, sehingga muncul respon sebagai akibat dari tampilan media. Lebih dari sekedar makna tunggal resepsi terhadap tayangan televisi maupun media online tidak hanya menghasilkan makna tunggal, tetapi beragam makna yang dapat memperkaya program acara tersebut. Ketika seseorang menonton, masyarakat akan menemukan reaksi atau respon terhadap apa yang sedang dilihat. Reaksi-reaksi inilah yang kemudian membentuk pandangan atau pendapat mengenai sebuah fenomena sosial. (Putri Widya, 2022)

Analisis resepsi merupakan teori pemaknaan terhadap sebuah tayangan. Teori ini dikemukakan oleh Stuart Hall. Dilansir dari Communication Theory, Stuart Hall memperkenalkan teori analisis resepsi encoding dan decoding, di mana individu memaknai media berdasarkan pengalaman hidup mereka.

Teori resepsi menitikberatkan pada pendapat khalayak terhadap sebuah isi media ataupun karya. Pendapat ini dapat berubah-ubah terhadap suatu karya, dan tidak selalu sejalan dengan makna yang ingin disampaikan oleh pencipta. Menurut Fiske, teori analisis resepsi merupakan alat yang mendukung kajian terhadap khalayak. Kajian ini tidak melihat khalayak sebagai penerima pasif, melainkan sebagai agen kultural yang memiliki kekuasaan untuk menghasilkan makna dari berbagai wacana konten yang ditawarkan media.

Makna yang diusung media tidak selalu tunggal, tetapi bisa bersifat terbuka atau polisemi. Bahkan, khalayak dapat menafsirkannya secara berlawanan dengan apa yang dimaksudkan oleh pencipta (Fiske dalam Tri Nugroho Adi, 2008).

Dalam perkembangan perspektif Hall (2006), interpretasi khalayak juga diperhitungkan sebagai bagian penting dari proses pembentukan makna. Dalam konteks media massa, proses pembentukan makna tidak hanya berasal dari teks media itu saja, melainkan ditentukan dari hubungan antara teks dengan pembaca teks (khalayak). Jadi, dalam pandangan teori resepsi, khalayak dimaknai sebagai entitas yang aktif alih-alih sebagai entitas yang pasif. Khalayak tidak hanya berperan sebagai penerima pesan yang dikirim oleh media, tetapi juga dapat berperan sebagai sumber pesan yang bisa mereproduksi pesan yang disampaikan media. (Widya dan Ika, 2020:41)

Teori resepsi berusaha menjelaskan mengenai analisis institusional-sosial dalam produksi teks media. Proses encoding menjelaskan segenap tahapan yang terjadi di sisi media (institusional). Bagian penting dalam proses ini yaitu

membentuk meaningful discourse, bagaimana media memastikan bahwa pesan yang mereka buat memiliki makna spesifik tertentu yang dapat diterima khalayak.

Selanjutnya, proses decoding menjelaskan segenap tahapan yang terjadi di sisi audiens (dengan melihat pemaknaan teks media sebagai bagian dari realisasi pesan media dan bagian dari cara audiens mendefinisikan realitas sosial tertentu). Jika dirangkum, encoding-decoding merupakan dua tahapan penting dalam proses produksi dan reproduksi teks yang melihat tahapan pembentukan makna dari sisi media dan audience (Widya dan Ika, 2020: 44).

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

1. Althusser merupakan teks yang memanfaatkan ideologi bertujuan melakukan pemanggilan (*healing*) kepada subyek (khalayak sasaran) dan ketika khalayak sasaran tersebut terpanggil berarti dia telah memosisikan dirinya sebagai subyek dan siap pula tertundukkan dengan ritual-ritual tertentu. Karena itu penting untuk mengetahui bagaimana teks yang ada di

media mencoba menggiring khalayak (subyek) ke arah pembacaan tertentu sesuai kebutuhan media. (Althusser:1984:47-49).

2. Ien Ang menyatakan analisis resepsi meneliti bagaimana khalayak mengkonstruksi makna keluar dari yang ditawarkan oleh media. Asumsi awal yang dikemukakan oleh Ien Ang, makna di dalam media bukanlah suatu yang tidak bisa berubah atau inheren di dalam teks. Media teks memunculkan makna hanya pada saat resepsi, adalah ketika teks itu di baca, di lihat atau di dengar. Dengan kata lain, khalayak dipandang sebagai produser makna, tidak hanya konsumen isi media, Mereka menginterpretasi teks media dengan cara yang sesuai dengan pengalaman subjektif yang berkaitan dengan situasi tertentu. Analisis resepsi tidak langsung ditujukan kepada individu yang mencoba memaknai sebuah teks tetapi juga makna sosial yang melingkupinya (Storey, 1993).
3. Antariksa, para penggagas kajian resepsi mengatakan bahwa makna dominan yang diajukan oleh para produsen teks, belum bisa dipastikan merupakan makna apa yang akan diambil atau dipahami oleh para pembaca atau khalayak yang sesungguhnya. Artinya, khalayak merupakan pencipta makna yang aktif dalam hubungannya dengan teks. Mereka menerapkan berbagai latar belakang sosial dan kultural yang diperoleh sebelumnya untuk membaca teks, sehingga khalayak yang memiliki karakteristik berbeda-beda dalam memaknai suatu teks yang sama tetapi pemaknaan yang di hasilkan akan secara berbeda pula. (Prabayanti & Erfianah, 2023).

Meskipun memahami pesan tampak transparan dan alami, pada kenyataannya hal itu merupakan praktik yang problematik. Pengirim pesan secara satu arah selalu memiliki kemungkinan disalahartikan oleh penerima. Peristiwa yang sama dapat disampaikan atau diterjemahkan dengan berbagai cara, dan pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi interpretasi.

Model teori ini menyatakan bahwa yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim dapat diartikan (*decoded*) menjadi hal yang berbeda oleh si penerima. Pengirim akan mengirimkan makna sesuai dengan persepsi dan tujuan mereka, sedangkan penerima menerjemahkan pesan atau makna sesuai dengan persepsi mereka. “Teori ini mengacu pada bagaimana khalayak melakukan *decoding* pada seluruh isi yang di sampaikan media dalam hubungannya berinteraksi dengan makna dari pesan yang disampaikan” (McQuails, 2004: 326)

Menurut Stuart Hall, Khalayak melakukan decoding pesan media melalui tiga kemungkinan posisi:

a. *Dominant hegemonic position* (Posisi Hegemonic Dominan)

Stuart Hall menjelaskan Hegemoni Dominan sebagai situasi dimana “the media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading” (media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak). Jadi di posisi ini khalayak akan menerima makna secara penuh yang dikehendaki oleh pembuat program atau pesan tersebut. Dengan kata lain, program atau pesan yang telah dibuat dan disampaikan oleh media, benar benar dapat diterima dengan baik oleh khalayak.

b. *Negotiated position* (Posisi Negosiasi)

Diposisi ini khalayak akan menerima ideologi dominan dan menolak untuk menerapkannya pada kasus-kasus tertentu. Seperti yang dikatakan oleh Stuart Hall; “the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case”. Khalayak akan menerima ideologi secara umum tapi akan menolak menerapkannya jika terdapat perbedaan dengan kebudayaan mereka. Lebih jelasnya, khalayak akan menolak suatu program atau pesan yang dibuat jika tidak sesuai dengan baik oleh khalayak.

c. *Opositional position* (posisi oposisi)

Di dalam posisi oposisi ini, audiens atau khalayak menolak makna yang diberikan oleh media dan menggantikannya dengan makna pemikiran mereka sendiri sesuai dengan pemikiran mereka terhadap isi media tersebut. Dalam hal ini, khalayak tidak menerima bahkan benar benar menolak program yang dibuat dan disampaikan oleh media.

Menurut Althusser, teks dengan memanfaatkan ideologi melakukan pemanggilan (*interpellation*) kepada subjek (khalayak sasaran). Ketika khalayak sasaran terpanggil, berarti dia telah memosisikan dirinya sebagai subjek dan siap pula tunduk dengan ritual-ritual tertentu. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana teks di media mencoba menggiring khalayak (subjek) ke arah pembacaan tertentu (Althusser:1984;47-49). (Ade Nasti et al., 2022)

II.3 Kerangka Konsep

II.3.1 Analisis Resepsi

Analisis resepsi khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna (making meaning process) yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi tayangan sinema atau program filmseri di televisi, misalnya. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca majalah atau novel-novel romantis misalnya terhadap konten dari karya literature dan tulisan dalam majalah. (Rachma Ida, 2014:161).

Analisis resepsi merupakan salah satu studi khalayak dalam komunikasi massa yang meneliti tentang penerimaan dan pemaknaan pesan oleh khalayak. Penelitian ini juga menganalisis peran pesan yang diterima khalayak melalui media saat menonton sebuah tayangan. Analisis resepsi dapat diartikan sebagai pemahaman audiens tentang proses pembuatan makna yang mereka lakukan saat mengonsumsi tayangan video. Analisis ini digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang dibentuk oleh audiens atau pembaca terhadap konten dari karya literatur dan tulisan dalam majalah.

Analisis resepsi menjelaskan bagaimana pemaknaan khalayak saat melihat sebuah tayangan. Sebuah simbol, pesan, dan tanda dimaknai sebagai pemaknaan utama dari sebuah adegan atau tayangan. Adapun Stuart Hall memandang resepsi atau pemaknaan sebagai adaptasi yang diproyeksi dari elemen encoding-decoding yang hadir dan dikenal pada 1973.

Analisis resepsi berlandaskan pada asumsi khalayak aktif. Khalayak aktif memiliki kekuasaan untuk memproduksi makna dari tayangan video atau film yang mereka tonton. Stuart Hall dalam teorinya "Encoding dan Decoding" menjelaskan proses khalayak dalam memproduksi makna saat menerima isi media massa. Analisis resepsi digunakan untuk mengetahui bagaimana pemahaman dan interpretasi khalayak terhadap isi pesan berdasarkan pengalaman dan pandangan mereka. Analisis ini pada dasarnya digunakan untuk mengamati, memahami respon, penerimaan, perilaku, dan pemaknaan yang diciptakan oleh mahasiswa terhadap sebuah karya. Artinya, analisis ini digunakan untuk meneliti bagaimana penerimaan teks berita oleh informan. (Lokita et al., n.d.)

Pemaknaan teks di media yang dilakukan oleh audiens dipengaruhi oleh keadaan sosial budaya dan pengalaman masing-masing. Audiens memiliki pendapat dan pemahaman yang berbeda-beda terhadap suatu pesan. Hal ini disebabkan karena teks memiliki makna lebih dari satu dan bersifat terbuka. Menurut Hall, audiens dan media melakukan proses decoding dan encoding dalam komunikasi. Audiens berperan aktif dalam memberikan makna dan pendapat atas pesan yang diterima. Pesan tersebut dapat dimaknai berbeda dengan makna yang terkandung di dalamnya.

Menurut Hall, pemaknaan atau pembacaan khalayak dibagi menjadi 3 yang pertama yaitu *Dominant Hegemonic Position*, dimana khalayak berada dalam posisi menerima, mengakui dan setuju terhadap makna yang dikehendaki oleh pembuat pesan tanpa adanya penolakan. Yang kedua ada *Negotiated Reading*, dalam posisi ini khalayak berada dalam batas-batas tertentu sejalan dengan pesan yang diterima,

akan tetapi mereka juga dapat memodifikasinya sehingga mencerminkan posisi dan minat pribadi masing-masing. Dan yang terakhir ada *Oppositional Reading* di mana khalayak tidak sejalan atau tidak setuju dengan pesan yang diterimanya. (Savira & Zuhri, n.d.)

II.3.2 YouTube

Saat ini, platform media sosial sudah sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari. Salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah YouTube. Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berupa video. Berdasarkan dari statistik dalam situsnya sendiri, Youtube memiliki lebih dari satu milyar pengguna. Diluncurkan pada bulan Mei 2005, YouTube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. YouTube adalah salah satu perusahaan milik google. YouTube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005.

YouTube meluncurkan desain baru pada tanggal 31 Maret 2010 untuk menyederhanakan antarmuka dan meningkatkan waktu pengguna di situs. Tujuannya adalah agar pengguna merasa lebih nyaman dan menghabiskan lebih banyak waktu untuk menonton video. Perubahan ini menghasilkan dampak yang signifikan.

Pada bulan Mei 2010, YouTube dilaporkan melayani lebih dari dua miliar video per hari, dua kali lipat jumlah penonton primetime di tiga jaringan televisi terbesar Amerika Serikat. Angka ini terus meningkat, mencapai tiga miliar kunjungan per hari pada Mei 2011 dan empat miliar per hari pada Januari 2012.

Pada bulan Oktober 2010, CEO YouTube saat itu, Steve Hurley, mengundurkan diri dan digantikan oleh Salar Kamangar. Di bawah kepemimpinan Kamangar, YouTube semakin terintegrasi dengan produk Google lainnya. Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi dengan YouTube dan Chrome, memungkinkan pengguna untuk menonton video YouTube di Google+.

Bulan Desember 2011, YouTube meluncurkan antarmuka baru dengan tampilan yang lebih mirip dengan situs jejaring sosial. Kanal video ditampilkan di kolom tengah halaman utama, dan logo YouTube mendapatkan bayangan merah yang lebih gelap. Ini adalah perubahan desain pertama yang signifikan sejak Oktober 2006. Perubahan desain dan integrasi dengan produk Google lainnya membantu YouTube untuk meningkatkan jumlah pengguna dan waktu yang dihabiskan pengguna di situs.

Sejak awal diluncurkan, YouTube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. Adapun kehadiran Youtube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki hobi di bidang pembuatan, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video vlog, tetapi tidak memiliki lahan untuk mempublikasikan karyanya. YouTube salah satu situs yang dapat digunakan untuk sharing video, selain itu video tersebut dapat di download. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses di mana pun dan

kapan pun berada. Hal itulah yang membuat masyarakat tertarik untuk sekedar membuat video amatir dengan bebas serta video vlog yang nantinya akan di upload untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik maka viewers mereka akan naik dan juga dapat menghasilkan uang.

Pertumbuhan penonton YouTube juga tak lepas dari kontribusi para kreator di Indonesia, di mana sejumlah kreator berhasil meraih jutaan subscriber. Bahkan kini tercatat 600 channel di Indonesia yang memiliki satu juta subscriber. Jika dibandingkan dengan tahun 2019, terdapat 2 YouTuber Indonesia yang mendapatkan diamond button creators yaitu Atta Halilintar dan Ria Ricis. Sedangkan di tahun 2020, sudah lebih dari delapan kreator, yang terdiri dari individual creators dan beberapa channel TV lokal yang mendapatkan penghargaan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa betapa pesatnya perkembangan YouTube di Indonesia dalam kurun waktu 1 tahun.

Dengan banyaknya jumlah kreator YouTube di Indonesia, dapat meningkatkan berbagai kreativitas yang dimiliki oleh para YouTuber, dan mereka dapat membuat berbagai jenis konten yang menarik perhatian para penonton YouTube contohnya seperti konten gaming (Jess No Limit), konten edukasi (Nihongo Mantappu), konten tutorial makeup (Sarah Ayu), dan masih banyak konten menarik lainnya. Konten-konten tersebut sangat populer di berbagai kalangan masyarakat Indonesia, sehingga hal ini dapat menarik minat para remaja untuk menjadi YouTuber, karena para YouTuber juga mendapatkan penghasilan yang cukup besar sesuai dengan jumlah subscribe yang mereka miliki.

II.3.3 Kontroversi

Kontroversi adalah perdebatan berkepanjangan mengenai pendapat atau sudut pandang yang saling bertentangan. Hal ini mengakibatkan timbulnya persengketaan hingga perselisihan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kontroversi adalah perdebatan, persengketaan, dan pertentangan. Dari ketiga arti tersebut biasanya terjadi karena adanya perbedaan pendapat atau sudut pandang. Perbedaan pendapat yang dapat menimbulkan kontroversi bisa melibatkan individu, individu antar kelompok, dan kelompok antar kelompok. Selain itu juga kontroversi dapat diartikan pula sebagai perdebatan sudut pandang atau pendapat yang terjadi dalam jangka waktu yang cukup panjang.

Kontroversi merupakan suatu keadaan di mana terdapat lebih dari satu sudut pandang yang saling bertentangan dan semua sudut pandang tersebut memiliki argumentasi yang sama kuatnya. Artinya, kontroversi yang mendatangkan kontradiksi akan menimbulkan berbagai pandangan yang berbeda-beda. Setiap pendapat tersebut memiliki dasar atau landasan yang kuat. Jadi bisa disimpulkan bahwa makna kontroversi adalah sebuah pertentangan atau perbedaan terhadap suatu masalah.

Kontroversi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis. Handayani menjelaskan, salah satu jenis kontroversi adalah kontroversi sosial. Proses sosial yang ditandai dengan sikap dan perasaan tidak suka yang tersembunyi dapat diartikan sebagai kontroversi sosial. Bentuk-bentuk kontroversi sosial tersebut, antara lain:

1. Kontroversi umum misalnya memaksa, menghasut, menghalanghalangi, memprotes, dsb.
2. Kontroversi sederhana misalnya, memaki-maki di telepon, memfitnah dan menncerca.
3. Kontroversi intensif misalnya, menyebarkan desas desus atau membuat orang lain merasa kecewa.
4. Kontroversi rahasia misalnya, membicarakan rahasia orang lain, berkhianat, atau ingkar janji.
5. Kontroversi taktis contohnya, mengganggu orang lain atau menghalanghalangi kelompok lain.

Wiese dan Becker berpendapat bahwa, ada tiga jenis umum kontroversi yaitu kontroversi generasi dalam masyarakat (konflik antara generasi muda dan tua karena perbedaan latar belakang pendidikan dan pengalaman), kontroversi menyangkut seks (hubungan suami dan istri dalam keluarga) serta kontroversi parlementer (hubungan antara golongan mayoritas dan minoritas pada masyarakat, menyangkut hubungan mereka di dalam lembaga-lembaga legislatif, keagamaan, pendidikan, dan seterusnya). Selain jenis umum tersebut, ada juga beberapa kontroversi yang terletak antara kontroversi dan pertentangan atau pertikaian, yang dimasukkan ke dalam kategori kontroversi, yaitu :

1. Kontroversi antar masyarakat, yakni kontroversi yang sering terjadi umumnya pada zaman yang mengalami perubahan yang signifikan. Terdapat 2 bentuk yaitu kontroversi masyarakat yang berbeda (intracommunity struggle) dan

kontroversi antar golongan dalam suatu masyarakat setempat (intercommunity struggle).

2. Antagonimisme keagamaan

3. Kontroversi intelektual sikap menyombongkan diri dari mereka yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi juga sebaliknya.

4. Oposisi moral yang erat kaitannya dengan kebudayaan. Kontroversi, apabila dibandingkan dengan persaingan dan pertentangan bersifat agak tertutup atau rahasia.

Kontroversi, perselisihan, dan pertentangan merupakan fenomena sosial yang lazim terjadi di masyarakat. Ketiganya memiliki kesamaan dalam melibatkan dua pihak atau lebih yang memiliki perbedaan dan berusaha untuk mencapai tujuannya dengan cara menentang pihak lain.

Kontroversi dapat diibaratkan sebagai perdebatan sengit di mana masing-masing pihak berusaha untuk mendominasi, menghambat, atau menghalangi pencapaian tujuan pihak lain. Perselisihan, di sisi lain, merupakan proses sosial yang melibatkan usaha individu atau kelompok untuk mencapai tujuannya dengan menentang pihak lain, biasanya didasari oleh perbedaan individu, budaya, kepentingan, atau status sosial. Pertentangan, bentuk yang lebih intens dan berbahaya, melibatkan usaha individu atau kelompok untuk mencapai tujuannya dengan menentang pihak lain, bahkan menggunakan ancaman atau kekerasan.

Meskipun memiliki perbedaan intensitas, kontroversi, perselisihan, dan pertentangan memiliki beberapa persamaan:

- * Melibatkan dua pihak atau lebih yang bertikai.
- * Adanya perbedaan antara pihak-pihak yang terlibat.
- * Usaha dari satu pihak atau lebih untuk mendominasi, menghambat, menghalangi, atau menekan pihak lain.

Menariknya, tidak semua konflik bersifat negatif. Konflik positif dapat terjadi ketika pertentangan terjadi atas tujuan, nilai, atau kepentingan, sepanjang tidak bertentangan dengan pola hubungan sosial dalam struktur sosial tertentu. Masyarakat biasanya memiliki alat-alat khusus (safety-valve institutions) untuk menyalurkan benih-benih permusuhan, seperti pengalihan perhatian ke arah lain.

Kontroversi atau pertentangan akan selalu ada karena karakter orang berbeda-beda sehingga cara memandang dan menyelesaikan masalah setiap orang juga berbeda. Meskipun begitu, ada beberapa cara yang bisa digunakan untuk menghadapi kontroversi sebagai berikut:

- Diskusi, masalah harus didiskusikan karena melibatkan beberapa pihak. Dengan berdiskusi, maka pihak yang terlibat kontroversi bisa saling mengetahui sudut pandang masing-masing dan bisa menyelesaikan masalah dengan cepat.
- Berpikir dengan tenang, pikiran yang tenang akan memudahkan untuk mendapatkan solusi atas kontroversi yang terjadi. Hal ini memang

terbilang sulit untuk dilakukan, tetapi jika bisa melakukannya maka solusi dari masalah tersebut bisa dicapai.

- Mendengar, menjadi pendengar yang baik bisa memahami akar dari kontroversi yang terjadi. Dengan demikian solusi akan lebih mudah dicari.
- Memaafkan, maaf adalah kata sederhana yang sulit dilakukan. Namun, dengan saling memaafkan akan membuat masalah cepat selesai. Memaafkan juga akan menjamin tidak ada kontroversi dengan masalah yang sama.

Kata kontroversi sering ditemukan di dalam sebuah pemberitaan di media massa. Kata kontroversi ada pada pemberitaan bermula karena adanya isu yang menimbulkan pro dan kontra. Jadi, kontroversi ditujukan kepada suatu pendapat yang di sampaikan akibat dari perilaku atau ucapan seorang atau sekelompok orang. Dalam hal ini kontroversi dipicu dari Ria Ricis yang membawa anaknya naik jetski saat berusia baru 5 bulan. Aksi kontroversi Ria Ricis pun bahkan sudah terdengar hingga ke luar negeri, salah satunya ke Amerika Serikat. Berdasarkan keterangan yang diperoleh, kontroversi YouTuber tersebut diliput oleh media asing asal Negeri Paman Sam yang bernama Insider. Kabar kontroversi Ria Ricis yang diliput oleh media asing ini kemudian menyebar luas di media sosial Twitter dan mendapat atensi sebanyak 826 ribu jumlah tayangan. Dan mengetahui konten kontroversial terkait Ria Ricis tersebut, sejumlah netizen turut memberikan respons dan komentar yang beragam.

II.3.4 YouTuber

Lebih dari sekadar pengguna biasa, YouTuber adalah individu atau tim yang membuat dan mengunggah konten video di platform YouTube. Mereka memiliki channel YouTube sendiri, di mana mereka memproduksi dan menayangkan video untuk menarik *subscribers* dan membangun pengikut. Awalnya, menjadi YouTuber dimulai sebagai hobi. Namun, seiring dengan pertumbuhan popularitas platform ini, peluang untuk meraup penghasilan dari pembuatan dan penayangan konten YouTube menjadi semakin terbuka, terutama bagi mereka yang tekun dan kreatif. Saat ini, banyak orang telah menjadikan YouTuber sebagai profesi utama mereka, bahkan dengan penghasilan yang fantastis. Di Indonesia, profesi ini dikategorikan sebagai pekerjaan bebas dengan klasifikasi usaha nomor 90002 atau kategori pekerja seni, sebagaimana diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015.

YouTuber merupakan istilah untuk menyebut seseorang yang membuat konten video yang unik, lucu, dan menarik kemudian diunggah melalui akun YouTube mereka sebagai YouTuber mereka memiliki akun YouTube yang selalu aktif mengunggah video yang mereka buat setiap minggunya. YouTuber dapat berbentuk orang pribadi atau individu, kelompok ataupun perusahaan besar yang menggunakan YouTube sebagai media untuk memperkenalkan dirinya baik barang atau jasa yang diperjualbelikan. Tidak sedikit YouTuber yang menyebut dirinya sebagai influencer marketing yang bekerja pada bidang memasarkan suatu barang atau jasa di media sosial khususnya YouTube.

Sebenarnya menjadi seorang YouTuber tidak memerlukan kriteria khusus. Cukup dengan mengunggah dan mempublikasikan video yang telah dibuat tanpa harus memiliki pengetahuan khusus. Kolom komentar yang tersedia di setiap video dimanfaatkan untuk audiens memberikan kritik dan saran. Tetapi syarat menjadi seorang influencer marketing menurut IDN Times adalah minimal memiliki *followers* aktif sejumlah 3000 sudah dapat dikatakan sebagai seorang influencer marketing.

YouTube memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Dikarenakan hal ini membuat popularitas YouTube menjadi lebih meningkat karena menambah variasi di setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh YouTube membuat nilai tambah YouTube dibandingkan dengan media sosial lainnya.

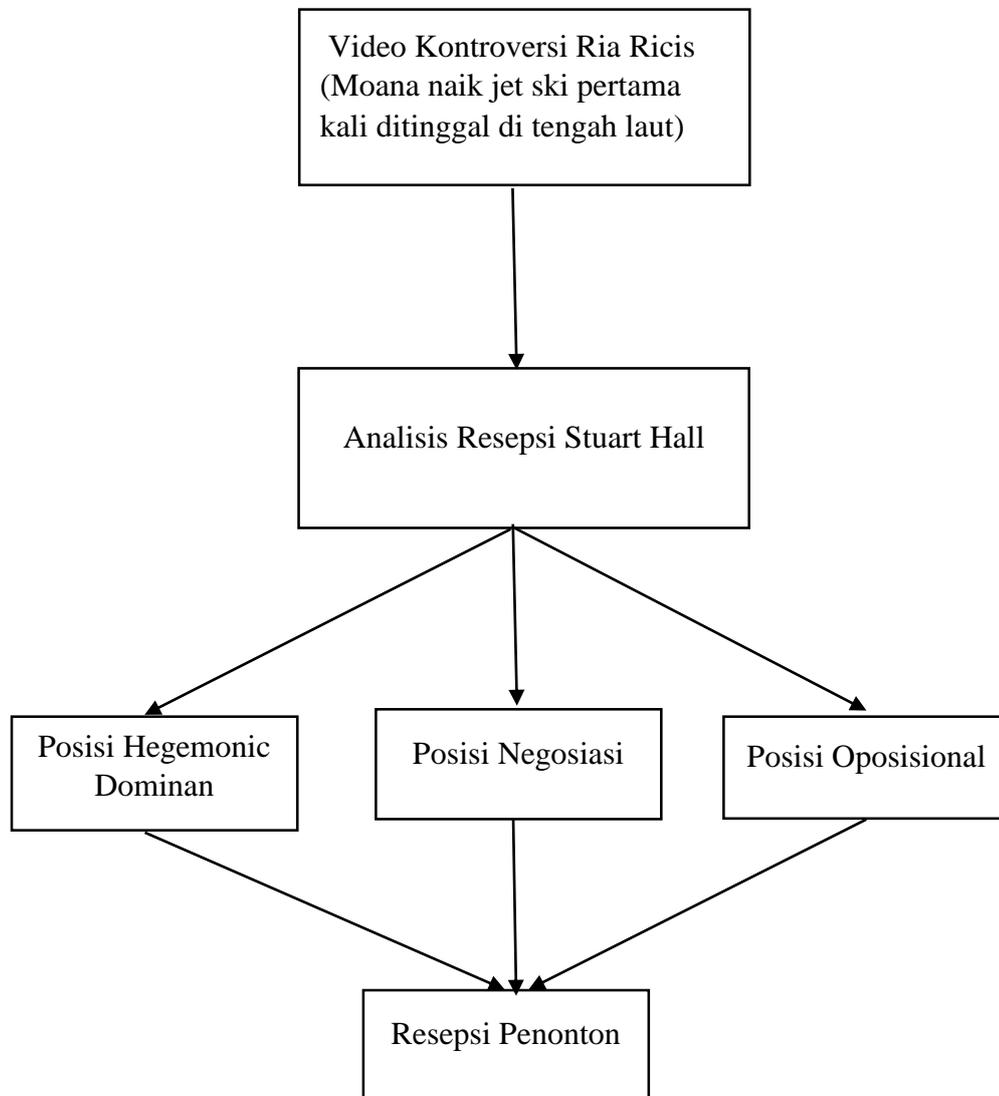
Penghasilan seorang YouTuber berasal dari berbagai sumber. Pertama, melalui monetisasi channel YouTube. Artinya, kreator mengizinkan YouTube atau Google untuk memasang iklan di dalam videonya. Sebagai imbalannya, kreator akan mendapatkan bagi hasil dari iklan tersebut, dengan perbandingan 45% untuk YouTube dan 55% untuk YouTuber. Kedua, melalui brand deals. YouTuber dengan jumlah pengikut atau subscriber yang banyak dapat menarik sponsor atau pengiklan dari luar YouTube. Bahkan, YouTuber dengan subscriber banyak juga bisa menarik perhatian investor ke dalam channelnya, yang akan bertindak sebagai sponsor.

Dengan mendapatkan sponsor, YouTuber bisa mendapatkan bayaran untuk menempatkan brand placement, atau iklan di luar sistem Google ke dalam videonya. Harga brand placement ini bervariasi, tergantung sepopuler apa channel

seorang YouTuber, dan sedalam apa potensi keuntungan yang bakal didapatkan oleh sponsor. Ketika mendapatkan sponsor, YouTuber akan menerima bayaran untuk memasang brand placement atau iklan di luar sistem Google dalam videonya. Harga brand placement ini bervariasi, tergantung pada beberapa faktor, di antaranya popularitas channel YouTuber yaitu semakin populer channelnya, semakin tinggi pula harga brand placementnya. Potensi keuntungan bagi sponsor yaitu semakin besar potensi keuntungan yang bisa diraih sponsor, semakin tinggi pula harga yang mereka mau bayar.

Di lansir dari detik.com Ria Ricis meraup penghasilan bulanan dari YouTube berkisar antara USD 37.000 hingga USD 592.400, atau setara dengan Rp 580 juta hingga Rp 9,2 miliar. Adapun estimasi penghasilannya mencapai USD 444.300 hingga USD 7,1 juta, yang jika dirupiahkan berkisar antara Rp 6,96 miliar hingga Rp 111,3 miliar.

II.3.4 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan informasi atau data dan melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut.

III.1 Jenis dan Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan keadaan di lapangan secara sistematis dengan fakta-fakta dan interpretasi yang tepat. Tujuannya bukan hanya untuk mencari kebenaran mutlak, tetapi hakikatnya mencari pemahaman observasi. Penelitian kualitatif menghasilkan temuan yang tidak diperoleh melalui alat statistik atau komunikasi lainnya. Temuan ini dapat berupa gambaran kehidupan, sejarah, perilaku seseorang, atau hubungan-hubungan internasional. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkap fenomena atau keadaan objek penelitian. Menemukan makna atau pemahaman mendalam tentang suatu masalah (Sugiyono, 2019).

Penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan dan analisis data non-numerik (misalnya teks, video, atau audio) untuk memahami konsep, opini, atau pengalaman. Semua sumber data tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan wawasan mendalam tentang suatu masalah atau menghasilkan ide-ide baru untuk penelitian. Selain itu juga penelitian kualitatif umumnya digunakan dalam bidang

humaniora dan ilmu-ilmu sosial, dalam mata pelajaran seperti antropologi, sosiologi, pendidikan, ilmu kesehatan, sejarah dan lain-lain. (L.J Meleong, 2018)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi mempelajari makna, produksi, dan pengalaman khalayak dalam berinteraksi dengan teks media. Khalayak memainkan peran aktif dalam memaknai teks media. Premis-premis dari model encoding-decoding Stuart Hall menjadi dasar analisis resepsi. Hall berpendapat bahwa peristiwa yang sama dapat disampaikan atau diterjemahkan lebih dari satu cara, dan pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi pembacaan. Teori encoding dan decoding menjelaskan proses audiens dalam mengonsumsi dan memproduksi makna dalam rangka menerima konten media.

III.2 Jenis dan Sumber Data

Terdapat 2 jenis sumber data di dalam penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung untuk keperluan penelitian yang sedang dilakukan. Data ini diperoleh dari sumber pertama, baik individu atau perseorangan, melalui survei lapangan tanpa melalui perantara. Dalam penelitian ini sumber data primernya adalah resepsi penonton video YouTube kontroversi Ria Ricis.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, bukan oleh peneliti itu sendiri. Dalam penelitian ini sumber data sekundernya adalah berupa data berbagai sumber. Seperti dari

buku, jurnal, data dari internet dan sumber data lain yang mendukung penelitian.

III.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu alat yang membantu peneliti dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif, instrumen utamanya adalah manusia, yaitu peneliti sendiri atau orang yang membantunya. Tetapi penelitalah yang berperan aktif dalam mengumpulkan data dengan cara bertanya, meminta, mendengar, dan mengambil informasi.

III.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk melakukan sebuah penelitian. Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (Sugiyono, 2020):

1. Riset kepustakaan

Riset kepustakaan adalah pengumpulan data-data yang dilakukan dengan membaca berbagai literatur. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data riset kepustakaan dengan merujuk pada berbagai karya ilmiah, seperti buku, jurnal, dan artikel online.

2. Observasi

Metode observasi merupakan cara untuk mengamati dan mendengarkan kejadian atau tindakan yang dilakukan oleh subjek penelitian. Hasil pengamatan tersebut kemudian dicatat dengan menggunakan alat tulis atau alat bantu lainnya. Observasi dapat diartikan sebagai kegiatan mengamati, menyaksikan, dan

memperhatikan suatu fenomena sebagai metode untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data yang valid dan menganalisis komentar-komentar pada video YouTube Moana Naik Jet ski Pertama Kali Ditinggal di Tengah Laut.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian dan pelengkap dari metode kualitatif dengan cara mengumpulkan data melalui komentar-komentar pada kolom YouTube Ria Ricis yang berjudul Moana Naik Jet ski Pertama Kali Ditinggal di Tengah Laut. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dokumentasi dilakukan dengan cara *screen shoot* (tangkapan layar) pada tayangan tersebut.

III.5 Teknik dan Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif berfokus pada penggunaan deskripsi untuk menghasilkan interpretasi yang mendalam. Berbeda dengan metode kuantitatif yang berpusat pada angka, teknik ini mengutamakan penjelasan, penyebab, dan faktor-faktor yang mendasari suatu topik. Tujuannya adalah untuk memahami dan menguak fenomena tertentu. Oleh karena itu, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis resepsi Stuart Hall.

Analisis resepsi Stuart Hall digunakan dalam penelitian ini, dengan beberapa tahapan seperti berikut:

1. Peneliti menonton video YouTube kontroversi Ria Ricis (Moana naik jet ski pertama kali ditinggal di tengah laut)
2. Melakukan pengamatan pada setiap segmen video

3. Menganalisis komentar-komentar pada video tersebut
4. Menentukan data untuk di kelompokkan sesuai dengan jenis posisi pemaknaan
5. Penarikan kesimpulan dan penilaian terhadap data yang ditemukan

III.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab terakhir.

BAB I Pendahuluan

Berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Dalam penelitian ini BAB I dimulai dengan deskripsi masalah yang akan terjadi kemudian menjadi latar belakang penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Memaparkan tentang penelitian terdahulu, kerangka teori, kerangka konsep, dan alur pikir penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Berisi tentang jenis dan tipe penelitian, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta rincian sistematika penulisan.

BAB IV Deskripsikan Obyek Penelitian

Dalam bab ini peneliti diwajibkan menuliskan terkait obyek penelitian yang disesuaikan dengan obyek penelitian. Sehingga pembaca akan dapat mengetahui obyek yang akan diteliti.

BAB V Hasil Penelitian

Mengenai hasil-hasil yang diperoleh pada saat melakukan penelitian, dengan menyesuaikan instrumen penelitian. Sehingga peneliti mencantumkan sesuai dengan yang akan diteliti.

BAB VI Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan-pembahasan yang diperoleh. Isi dalam bab ini merupakan hasil analisis peneliti dengan menggunakan metode analisis yang ditentukan oleh peneliti.

BAB VII Penutup

Berisi tentang ringkasan dari bab-bab sebelumnya, yakni bab tentang pembahasan hasil penelitian yang membahas tentang ketercapaian tujuan penelitian. Melalui bab ini pembaca dengan mudah dapat memahami, bahwa penelitian telah menyelesaikan masalah yang telah dirumuskan atau belum. Serta dilengkapi dengan kesimpulan sesuai dengan hasil dari penelitian tersebut.

BAB IV

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

IV.I Deskripsi Obyek

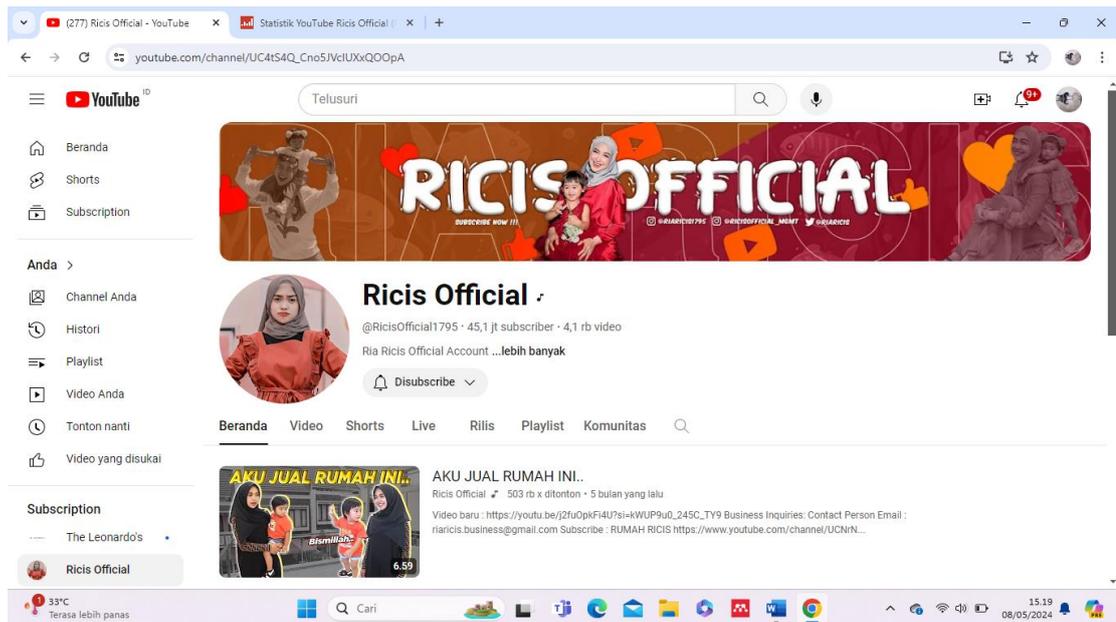
Ria Ricis, nama yang tak asing lagi di dunia Youtube Indonesia. Pemilik kanal Ricis Official ini telah menjadi salah satu Youtuber dengan subscriber terbanyak di Tanah Air. Pencapaiannya yang luar biasa ini bukan hanya tentang popularitas, tetapi juga penghasilan yang mengalir deras. Memulai karirnya di Youtube tiga tahun lalu, Ricis kini telah memiliki rumah mewah, mobil, dan menjadi panutan bagi generasi Z dan alpha. Meskipun terkesan mudah, perjalanan Ricis menuju kesuksesan tidaklah selalu mulus. Perempuan berusia 28 tahun ini mengaku bahwa ia tidak memiliki cita-cita saat kecil. Berbeda dengan anak-anak lain yang bercita-cita menjadi dokter atau pilot, Ricis lebih suka belajar di luar dari pada di meja belajar.

Namun, kecintaannya pada media sosial mengantarkannya menuju jalan kesuksesan. Memulai karirnya di Instagram dengan membuat video parodi, dubs mash, dan meme, Ricis berhasil menarik perhatian banyak orang. Pembawaannya yang centil, kocak, dan penuh percaya diri, serta statusnya sebagai perempuan berhijab yang tidak malu-malu berekspresi menjadikannya berbeda dari selebritas lainnya pada masanya.

Kesuksesannya di Instagram membuka jalan bagi Ricis untuk melebarkan sayapnya ke Youtube. Awalnya, ia merasa kurang percaya diri untuk tampil dalam

format video yang lebih panjang. Namun, setelah 6 bulan, Ricis mulai menemukan kenyamanannya dan menjadi lebih percaya diri sebagai Youtuber. Kini, Ricis merasa telah menemukan jati dirinya dengan menjadi Youtuber.

Gambar IV. 1 Channel YouTube Ria Ricis



Awal Ria Ricis mengunggah video di YouTube channel pada tahun 2016. Ria Ricis mulai bergabung pada 15 Januari 2016 dan telah ditonton oleh 7.786.094.884x ditonton. Berdasarkan estimasi, penghasilan Ricis dari YouTube setiap bulannya mencapai US\$ 37.000-592.400 atau setara Rp 580 juta hingga Rp 9,2 miliar. Jika ditarik ke penghasilan tahunan, kira-kira US\$ 444.300 sampai US\$ 7,1 juta. Jika dikonversi ke rupiah menjadi Rp 6,96-111,3 miliar. Ini baru perkiraan penghasilan dari YouTube saja. Bisa jadi penghasilannya lebih banyak dari kerja sama dengan brand, hingga monetisasi di berbagai akun media sosial lainnya. Dengan konsistensi Ria Ricis mengupload konten di media sosial, rasanya wajar

saja ia mendapatkan penghasilan demikian karena terbilang sudah cukup lama memulai karirnya.

Sebenarnya, Ria Ricis YouTuber dengan jutaan subscriber, tak pernah menyangka akan sukses ini. Dahulu, ia bahkan mengaku tak memiliki cita-cita. "Waktu kecil kalau ditanya mau jadi apa, aku selalu jawab 'nggak tau'," ungkap Ria Ricis. Perjalanannya menuju kesuksesan berawal dari media sosial. Ia memulai dari Instagram dan menjadi selebgram. Setahun kemudian, pada tahun 2015, ia merambah ke YouTube. Awalnya, ia tidak percaya diri dan merasa tidak memiliki banyak andil dalam pembuatan video YouTube. "Aku diajak teman-teman, tapi awalnya aku ragu dan tidak pede. Tapi mereka percaya padaku dan terus menyemangati. Lama-kelamaan, aku mulai terbiasa dan akhirnya menemukan passionku di YouTube," kata Ria Ricis. Seiring waktu, Ria Ricis semakin serius dalam berkarier sebagai Youtuber. Ia menemukan kenyamanan dan kebahagiaan dalam membuat video. Kisah Ria Ricis ini menunjukkan bahwa kesuksesan tidak datang dengan mudah. Dibutuhkan kerja keras, tekad, dan kepercayaan diri untuk mencapai mimpi.

Awalnya, Ria Ricis dikenal dengan video-video lucunya di YouTube. Namun, seiring waktu, ia mulai fokus pada konten squishy, mainan yang lembut dan mudah diremas. Konten squishynya ini pun berhasil menarik jutaan penonton. Meskipun squishy menjadi fokus utama, Ricis tidak melupakan vlog dan video challenge di channel Youtubanya. Sebagai pecinta squishy, ia memiliki banyak koleksi dan sering mengajak penontonnya untuk unboxing squishy bersama.

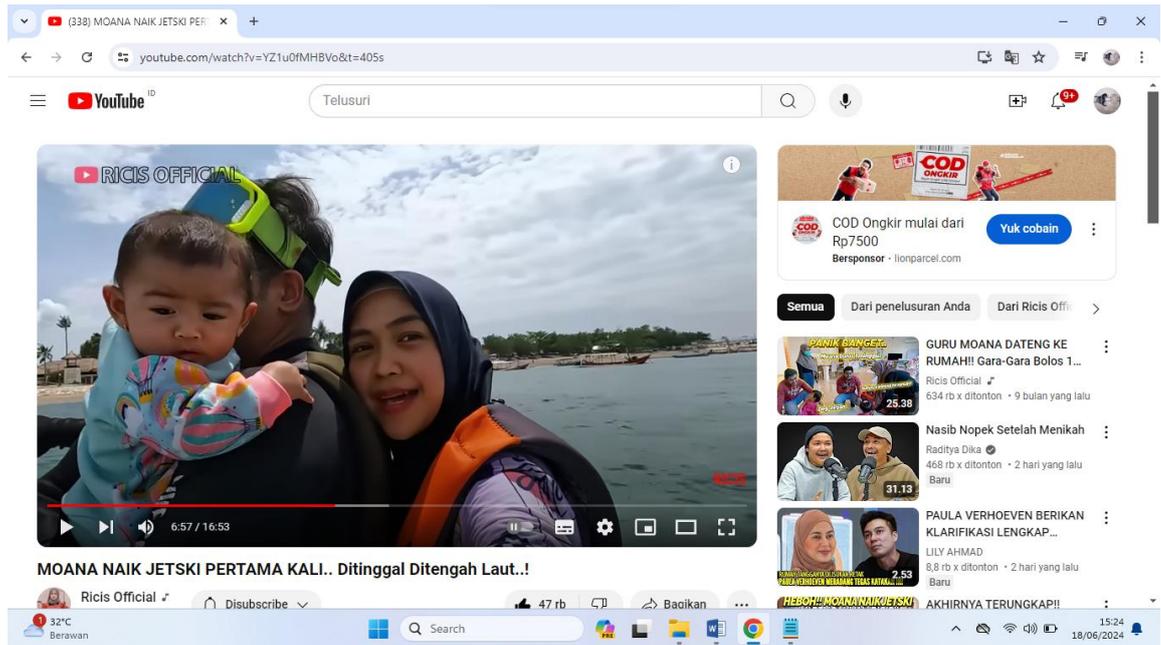
Bahkan, ia juga sering mengadakan giveaway squishy untuk para penggemarnya. Squishy memang memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak orang, dari anak-anak hingga remaja bahkan orang dewasa. Hal inilah yang membuat konten Ria Ricis ini begitu digemari dan laris manis.

Dari kisah Ricis menunjukkan bahwa siapapun bisa meraih kesuksesan dengan kerja keras dan kreativitas. Dia menjadi contoh bahwa media sosial dapat digunakan untuk hal yang positif dan bermanfaat, serta menginspirasi generasi muda untuk berani mengekspresikan diri dan mengikuti *passion* mereka. Sama halnya dengan di Instagram, pengikut di akun YouTubanya menanjak cepat. Soal ini, Ricis berbagi kiat tentang menggiring pengikut di Instagram untuk menjadi subscribarnya di YouTube. Tidak hanya itu, Ricis juga berupaya mengunggah video sesering mungkin. Dari yang semula hanya satu sampai dua video per bulan, kini bisa menjadi tiga kali seminggu, bahkan dua kali per hari. "Karena buatku kalau kita makin sering upload, maka orang akan lebih notice dan lebih ingat. Jadi, dengan semakin sering upload, orang akan semakin banyak subscribe," katanya.

Akan tetapi, sebagai YouTuber dan Selebgram, tentu perjalanan Ria Ricis tidak mulus saja. Beberapa konten yang dipostingnya berakhir menjadi kontroversi. Salah satu yang cukup lama dibahas adalah video Ricis membuang squishy ke toilet dan ke laut. Bahkan untuk konten squishy yang dibuang ke laut telah dihapus, sedangkan video squishy yang dibuat ke toilet kolom komentarnya telah dinonaktifkan hingga sekarang. Ricis menjelaskan kalau meski ia membuat konten membuang squishy, ia tak benar-benar melakukannya. Pada akhirnya ia tetap mengambil lagi squishynya itu. Hingga sekarang, Ricis masih memiliki banyak

haters, tak hanya konten yang dikritik, mereka juga banyak yang menyinggung penampilan kocak Ricis yang dianggap tidak cocok dilakukan wanita berhijab.

Gambar IV. 2 Tayangan YouTube Moana Naik Jet ski Pertama Kali Ditinggal Di Tengah Laut



Awal mula Ria Ricis membuat konten liburan bersama sang anak Moana naik jet ski pada tanggal 1 Januari 2023 dan telah ditonton sebanyak 1.573.154 x ditonton. Setelah videonya di upload dan di tonton oleh warganet sontak video tersebut langsung dibanjiri komentar-komentar negative gara-gara mengajak bayinya Moana, yang baru berusia 5 bulan naik jet ski. Yang dipermasalahkan warganet adalah kondisi angin saat itu cukup kencang, belum lagi guncangannya. Selain itu, Moana juga tidak memakai life jacket seperti yang dikenakan kedua orang tuanya. Padahal memakai alat pengaman adalah sebuah keharusan.

Sehingga dari video tersebutlah yang menimbulkan keprihatinan netizen. Lewat raut wajah Moana yang tampak tegang, netizen menyimpulkan sang bayi dalam kondisi tidak nyaman di tengah laut, terpapar angin, tanpa pengaman, dan di bawah terik matahari dengan jet ski yang dikendarai cukup kencang. Belum lagi pertanyaan Ryan pada Moana, yang bikin semakin menggelengkan kepala. “Moana seru nggak naik jet ski? Kok diem aja, gimana, sih? Nggak ada ketawa-ketawanya,” kata Ryan. Akibatnya, Netizen menjadi geram ketika melihat Ria Ricis mengajak bayinya Moana, yang baru berusia 5 bulan, naik jet ski di laut lepas tanpa pelampung keselamatan. Banyak yang menilai Ricis dan suaminya, Teuku Ryan, lebih mementingkan konten daripada keselamatan anaknya.

Menurut *Baby Center*, bayi memang tidak dianjurkan naik jet ski atau kendaraan air lainnya hingga usia 2-3 tahun, meskipun memakai pelampung yang sesuai. Lalu, Ricis pun menanggapi kritikan dengan berbagai cara. Ia membalas komentar netizen di Instagram, mengunggah percakapan dengan dokter anak yang menyatakan Moana sehat, dan meminta maaf kepada Moana di Instagram Story. Video Moana naik jet ski yang diberi judul clickbait ini sukses menarik 1 juta penonton. Netizen menduga Ricis sengaja mengeksploitasi anaknya untuk meningkatkan engagement dan keuntungan finansial. Fenomena ini dikenal sebagai *kidfluencers*, di mana anak-anak dijadikan sumber konten untuk mendapatkan penghasilan dari kerjasama dengan brand dan sponsor di media sosial.

Kidfluencers, anak-anak yang menjadi influencer di media sosial, tak lepas dari keterlibatan brand dalam mempromosikan produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa brand menyadari target pasar mereka, yaitu anak-anak, kini aktif di media sosial, baik akun yang dikelola orang tua maupun mereka sendiri.

Sebenarnya, Ria Ricis bukan satu-satunya YouTuber yang terlibat dalam fenomena ini. Salah satu contohnya adalah Rafathar Malik Ahmad, putra Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Di usia satu tahun, Rafathar telah menghasilkan Rp 2 miliar dari pekerjaannya sebagai bintang iklan produk snack. Meskipun salah satu pemilik produk tersebut adalah Raffi sendiri, hal ini menunjukkan potensi besar anak-anak sebagai influencer. Namun, di balik potensi tersebut, penting untuk diingat bahwa Rafathar, sebagai anak-anak, juga memiliki hak untuk beristirahat dan bermain, sebagaimana diatur dalam Pasal 11 Undang-undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Raffi sendiri pernah menceritakan bahwa Rafathar merasa lelah disorot kamera dan ingin privasinya dihormati. Rafathar meminta agar Raffi tidak membawa kamera saat bertemu dengannya dan mempertanyakan apakah dia bisa bermain tanpa disyuting. Kisah Rafathar mengingatkan kita bahwa hak anak-anak untuk beristirahat dan bermain dapat terkikis ketika mereka menjadi kidfluencers dan menghadapi tuntutan pekerjaan layaknya orang dewasa. Keseharian mereka tak ubahnya seperti orang dewasa yang bekerja, bahkan menjadi representasi berbagai brand.

Dan Kasus tersebut menimbulkan pertanyaan apakah etis mengeksploitasi anak demi konten dan keuntungan finansial? Di mana batas antara berbagi momen keluarga dengan membahayakan keselamatan anak? Dan yang paling penting untuk diingat adalah anak-anak masih rentan dan membutuhkan perlindungan ekstra. Orang tua harus memprioritaskan keselamatan dan kesejahteraan anak di atas segalanya.