

Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan Youtube
“Indonesia’s Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback”

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung



Disusun Oleh :

Alifia Nurrisqi Maulidya

32801900014

FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alifia Nurrizqi Maulidya

NIM : 32801900014

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan Youtube
"Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback"**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 28 Juli 2023

Peserta


Alifia Nurrizqi Maulidya
32801900014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan Youtube
"Indonesia's Next Top Model Cycle 3"

Nama Penyusun : Alifia Nurrizqi Maulidya

NIM : 32801900014

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

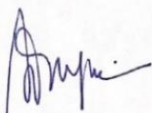
Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing

Semarang, 28 Juli 2023

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Made Dwi Adnjani, S.Sos, M.Si., M.I.Kom
NIK. 211109006



Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 211115018

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



Tamimah, S.Sos., M.Si
NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan "*Indonesia's Next Top Model Cycle 3*"
Nama Mahasiswa : Alifia Nurrizqi Maulidya
NIM : 32801900014
Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah dan telah lulus dalam ujian skripsi pendidikan strata-I

Semarang, 28 Juli 2023

Penulis



Alifia Nurrizqi Maulidya
32801900014

Dosen Penguji :

1. Mubarak, S.Sos., M.Si
NIK. 211108002
2. Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom
NIK. 211109006
3. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 211115018

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



Trimanan S.Sos., M.Si
NIK. 211109008

MOTTO

“Jangan pernah takut menghadapi apapun, karena tidak ada seorang pun yang bisa memberikan titik di hidupmu jika Allah masih menghendaki koma dalam hidupmu.”

-Alifia Nurrizqi Maulidya-

“Sebenarnya Aku sangat dekat denganmu. Ketika kau sudah mulai menjauh dari-Ku, maka Aku akan berlari jika kau memanggil nama-Ku”

-QS. Al-Baqarah 2:186-

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.”

-Umar bin Khattab-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang telah bekerja keras demi anak tercintanya untuk mendapatkan ilmu yang bermanfaat. Orang tua yang selalu mendahulukan anaknya di atas kepentingannya, dan adikku tersayang yang selalu menghibur serta nasihat orang tua yang menjadi perjalanan hidupku ini, terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan dan perhatiannya selama ini.



Semarang, 28 Juli 2023

Penulis

Alifia Nurrizqi Maulidya

32801900014

ANALISIS RESEPSI PENONTON PADA TAYANGAN YOUTUBE “INDONESIA’S NEXT TOP MODEL CYCLE 3 EPISODE COMEBACK”

Alifia Nurrisqi Maulidya

ABSTRAK

Indonesia’s Next Top Model merupakan kompetisi modelling yang diadaptasi dari *Asia’s Next Top Model*. Penelitian ini membahas tentang sistem *comeback* pada kompetisi *Indonesia’s Next Top Model Cycle 3* yang tayang di *youtube*. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan keragaman resepsi dan mengetahui posisi khalayak menurut tiga posisi cara pandang khalayak Stuart Hall. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruksionisme. Teori yang digunakan yaitu teori resepsi Stuart Hall dan didukung oleh teori SOR. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui FGD (*Forum Group Discussion*) dan wawancara sebagai data primer serta studi pustaka untuk data sekunder yang dianalisis menggunakan teknik analisis resepsi Stuart Hall yaitu *encoding-decoding*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 8 *scene* yang secara jelas memperlihatkan sistem serta hasil dari kompetisi ini. *Scene* yang memunculkan berbagai macam persepsi dari khalayak. Terdapat 3 posisi cara pandang berdasarkan teori Stuart Hall, penelitian yang dilakukan kepada tiga informan ini mendapat tiga cara pandang yang berbeda pada setiap informannya. Terdapat informan yang berada pada posisi *dominant hegemony position*, informan yang berada pada *negotiated position* dan terdapat juga informan yang berada pada *oppositional position* dalam penerimaan mereka terhadap episode *comeback* di tayangan *Indonesia’s Next Top Model Cycle 3*. Penelitian ini menemukan bahwa ketiga informan tidak konsisten dalam posisi dominasi, negosiasi, atau oposisi dari awal hingga akhir. Informan yang awalnya ada pada posisi dominan dapat beralih ke posisi negosiasi atau oposisi. Sebaliknya, informan yang awalnya dalam posisi oposisi atau negosiasi dapat berubah dan mengambil posisi dominan. Ini menunjukkan bahwa ketika menganalisis penerimaan khalayak, tidak ada penerimaan mutlak terhadap penerimaan makna yang ditafsirkan oleh informan. Adapun ditemukan dua jenis respon khalayak dalam penelitian ini yaitu respon kognitif dan afektif. Melalui analisis resepsi dapat dilihat bahwa khalayak berperan aktif dalam menafsirkan makna sebuah tayangan, yang dipengaruhi oleh faktor internal dari dalam diri individu dan juga dari lingkungan sekitar sebagai faktor eksternal.

Kata Kunci : Youtube, Indonesia’s Next Top Model, Analisis Resepsi

ANALYSIS OF THE AUDIENCE RECEPTION ON THE YOUTUBE CHANNEL “INDONESIA’S NEXT TOP MODEL CYCLE 3 EPISODE COMEBACK”

Alifia Nurrizqi Maulidya

ABSTRACT

Indonesia's Next Top Model is an adaptation of modeling competition from Asia's Next Top Model. This research discussed the comeback system of the Indonesian competition's Next Top Model cycle 3 broadcasts on youtube. This study aims to describe the diversity of receptions and to know public positions by three points of views from people of Stuart Hall. The study is a qualitative descriptive study using paradigm constructivism. The theory uses are reception theory of Stuart hall and SOR theory. Data collection techniques on this study are by FGD (Forum Group Discussion) and interviews as primary data and library studies for secondary data analyzed using the Stuart hall reception analysis technique of encoding-decoding.

This study shows 8 scenes that clearly show the system and the results of the competition. The scene presents a wide range of perceptions from the audience. There were three positions of perspectives based on Stuart Hall's theory, the research done on these three informers gave three different perspectives on each source. We have the informant on the dominant hegemony position, the informant on the negotiated, and the informant on the oppositional position in his acceptance of a comeback episode in Indonesia's next top model cycle 3. This study found that the three informants were inconsistent in domination, negotiation, or opposition from start to finish. An informer who initially holds a dominant position can move into a negotiation or oppositional position. It is the opposite, the informer who initially in an opposition or negotiation can change and take the dominant position. This suggests that when analyzing the acceptance of the people, there is no absolute acceptance of the meaning acceptance that the informant interpreted and reflected. As for two kinds of public response found in this study are cognitive and affective response. Through the analysis of the reception it can be seen that the masses have an active role in interpreting the meaning of a broadcast. Influenced by the internal factors of the individual from the surroundings as the external factor.

Keyword: Youtube, Indonesia's Next Top Model, Reception Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta inayah-Nya sehingga atas kehendak-Nya penulis dapat menyusun skripsi ini yang bertujuan untuk dapat melengkapi tugas akhir skripsi dengan tepat waktu. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi petunjuk serta jalan penerang yang benar bagi umatnya.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas mata kuliah skripsi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian ini dilakukan untuk dapat menggambarkan dan mengetahui bagaimana **Resepsi Penonton pada Tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3***. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap untuk mendapatkan manfaat, ilmu pengetahuan, dan keahlian tentang penelitian yang dilakukan. Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

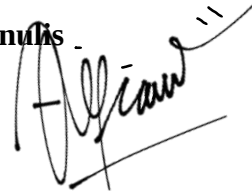
1. Allah SWT. yang senantiasa memberikan kekuatan, nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan hingga saat ini
2. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Eko Arifianto dan Ibu Wiwin Setyawati yang selalu memberikan do'a serta dukungan dalam mengingatkan penulis untuk memperjuangkan skripsi penulis, sehingga penulis bisa menggerakkan langkahnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah merawat dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang yang tiada henti sampai saat ini, semoga Allah selalu melimpahkan kasih sayang-Nya pada Bapak dan Ibu.
3. Adik saya, Danish Athalla Narendra yang selalu membangun mood dan memberikan vibes yang baik untuk penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi UNISSULA
5. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi UNISSULA

6. Ibu Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan nasihat serta arahnya.
7. Ibu Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan Skripsi ini.
8. Alvina Amelia Zulhan terima kasih telah menjadi sosok yang selalu ada disaat susah maupun senang untuk penulis, menemani mulai dari penulis mengawali dan menutup hari setiap harinya. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, terutama dalam memberikan dukungan kepada penulis, meluangkan waktu, tenaga, pikiran. Terima kasih sudah ada di dunia, terima kasih telah hadir dalam dunia saya, dan saya harap kita bisa terus bersama menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Teruntuk Dinda, Devi, dan Ireniza terima kasih telah melengkapi perjalanan penulis, memberikan dukungan, bantuan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teruntuk teman-teman seperjuangan penulis Veronica, Talitha, Liana, Liani dan Nerissa terimakasih sudah menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019 UNISSULA Semarang karena telah saling berbagi kenangan, walaupun harus terpisahkan pandemi.
12. Terimakasih untuk penulis karena mampu bertahan dan berjuang sampai ke titik ini. Thankyou Alifia Nurrizqi Maulidya.

Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan karya ilmiah ini serta pembaca yang telah menjadikan skripsi ini sebagai referensi penelitian dan bahan bacaan. Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak di masa mendatang.

Semarang, 28 Juli 2023

Penulis



Alifia Nurrizqi Maulidya

32801900014



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Signifikasi Penelitian.....	13
1.4.1 Signifikasi Akademis	13
1.4.2 Signifikasi Praktis	13
1.4.3 Signifikasi Sosial.....	13
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	13
1.5.2 <i>State Of The Art</i>	14
1.5.3 Teori Resepsi Stuart Hall	26
1.5.4 Teori SOR (<i>Stimulus, Organism, Respon</i>)	28
1.6 Operasional Konsep.....	31
1.6.1 Khalayak Aktif	31
1.6.2 Pengertian Resepsi	32
1.6.3 Youtube dan Media Massa.....	33
1.6.4 <i>Indonesia's Next Top Model</i>	34

1.7	Metodologi Penelitian	36
1.7.1	Tipe Penelitian	36
1.7.2	Lokasi Penelitian.....	38
1.7.3	Subjek Penelitian.....	39
1.7.4	Jenis Data	40
1.7.5	Sumber Data.....	40
1.7.6	Teknik Pengumpulan Data.....	40
1.7.7	Teknik Analisis Data.....	42
1.8	Kualitas Data	44
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		45
2.1	Perkembangan Youtube.....	45
2.2	<i>Indonesia's Next Top Model</i>	50
2.3	Fakta <i>Indonesia's Next Top Model</i>	54
2.4	Sinopsis <i>Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback</i>	57
BAB III TEMUAN PENELITIAN		64
3.1	Penyajian Data Penelitian.....	64
3.2	Profil Informan	66
3.2.1	Informan 1	66
3.2.2	Informan 2	66
3.2.3	Informan 3.....	66
3.3	Resepsi Informan.....	67
3.3.1	Resepsi Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode <i>Comeback</i>	67
3.3.2	Resepsi Informan terhadap Datangnya Model <i>Comeback</i>	68
3.3.3	Resepsi Informan terhadap Komentar “ <i>Insecure</i> ” Monica kepada Top 7.....	70
3.3.4	Resepsi informan terhadap <i>Privilege</i> di <i>Mini Challenge</i>	72
3.3.5	Resepsi Penonton tentang Perselisihan Monica dan Marella.....	74
3.3.6	Resepsi Informan terhadap Statement Panca Makmun.....	76
3.3.7	Resepsi Informan tentang Objektivitas Juri.....	78
3.3.8	Resepsi Informan terhadap Statement Marella	79

3.3.9	Resepsi Informan terhadap 3 Model Berhasil <i>Comeback</i> dan 1 Model Top 7 Tereliminasi	81
3.3.10	Resepsi Informan tentang kebijakan Juri	82
3.4	Decoding Pesan	83
3.5	Sudut Pandang Khalayak.....	90
3.5.1	Sudut Pandang <i>Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode Comeback</i>	92
3.5.2	Sudut Pandang Informan terhadap Datangnya Model <i>Comeback</i> ..	93
3.5.3	Sudut Pandang Informan Terhadap Komentar “Insecure” Monica kepada Top 7.....	95
3.5.4	Sudut Pandang Informan Terhadap <i>Privilege</i> di <i>Mini Challenge</i> .	97
3.5.5	Sudut Pandang Informan tentang Perselisihan Monica dan Marella.....	99
3.5.6	Sudut Pandang Informan terhadap Statement Panca Makmun	101
3.5.7	Sudut Pandang Informan terhadap Objektifitas Juri	103
3.5.8	Sudut Pandang Informan terhadap Statement Marella	104
3.5.9	Sudut Pandang Informan terhadap 3 Model Berhasil <i>Comeback</i> dan 1 Model Top 7 Tereliminasi	106
3.5.10	Sudut Pandang Informan terhadap Kebijakan Juri untuk Meningkatkan Rating.....	108
BAB IV PEMBAHASAN.....		111
4.1	Encoding.....	115
4.1.1	<i>Frameworks of Knowledge (Indonesia’s Next Top Model)</i>	115
4.1.2	<i>Relations of Production (Hubungan Produksi Indonesia’s Next Top Model)</i>	116
4.1.3	<i>Technical Infrastructure (Infrastruktur Teknis dalam Proses Produksi Media)</i>	116
4.2	Decoding.....	120
4.2.1	<i>Frameworks of Knowledge (Kerangka Pengetahuan Khalayak terhadap INTM)</i>	120

4.2.2 <i>Relations of Production</i> (Hubungan Produksi Informan dengan INTM)	124
4.2.3 <i>Technical Infrastructure</i> (Infrastruktur Teknis Informan).....	137
4.3 Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Penonton Terhadap Tayangan <i>Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback</i>	138
BAB V PENUTUP.....	140
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	148



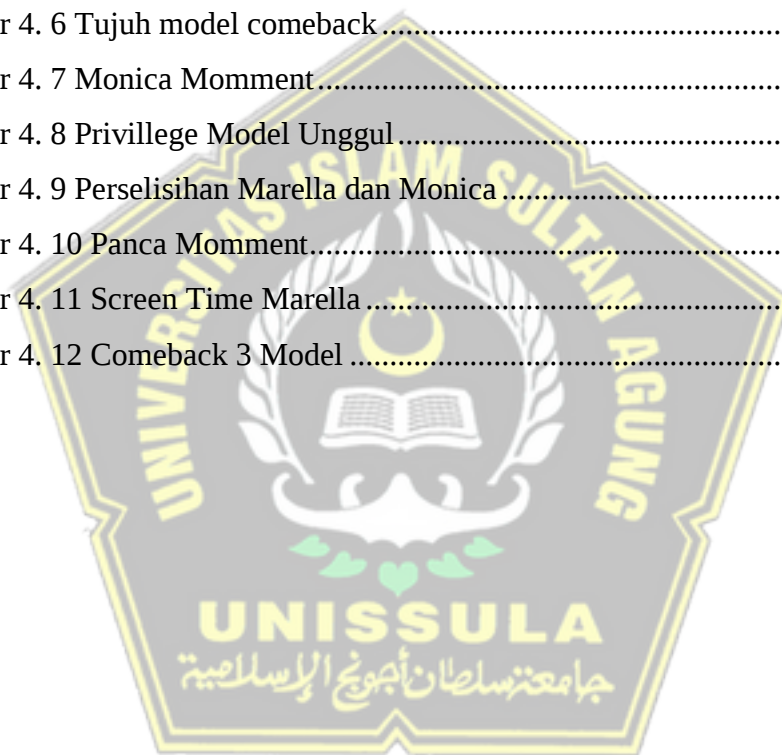
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 State Of The Art.....	14
Tabel 3. 1 Sudut Pandang Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode Comeback.....	92
Tabel 3. 2 Sudut Pandang Informan terhadap Datangnya Model Comeback	93
Tabel 3. 3 Sudut Pandang Informan Terhadap Komentar “Insecure” Monica kepada Top 7	95
Tabel 3. 4 Sudut Pandang Informan Terhadap Privilege di Mini Challenge “Versus”	97
Tabel 3. 5 Sudut Pandang Informan tentang Statement Monica dan Marella	99
Tabel 3. 6 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Panca Makmun tentang Posisi yang sama	101
Tabel 3. 7 Sudut Pandang Informan terhadap Objektifitas Juri	103
Tabel 3. 8 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Marella “ditambah dan diganti”	104
Tabel 3. 9 Sudut Pandang Informan terhadap 3 Model Berhasil Comeback dan 1 Model Top 7 Tereliminasi.....	106
Tabel 3. 10 Sudut Pandang Informan terhadap Kebijakan Juri untuk Meningkatkan Rating	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Juri INTM Cycle 3</i>	36
Gambar 1. 2 Peserta INTM Cycle 3.....	36
Gambar 1. 3 Youtube Channel Indonesia's Next Top Model Youtube Channel Indonesia's Next Top Model.....	39
Gambar 2. 1 Kontestan INTM Cycle 1.....	52
Gambar 2. 2 Kontestan INTM Cycle 2	53
Gambar 2. 3 Kontestan INTM Cycle 3	53
Gambar 2. 4 Berlian Top 7.....	58
Gambar 2. 5 Vannes Top 7	59
Gambar 2. 6 Marella Top 7.....	59
Gambar 2. 7 Nathalie Top 7.....	59
Gambar 2. 8 Paula Top 7.....	60
Gambar 2. 9 Iko Top 7	60
Gambar 2. 10 Shalfa Top 7.....	60
Gambar 2. 11 Fey Model Comeback	61
Gambar 2. 12 Olivia Model Comeback	61
Gambar 2. 13 Monica Model Comeback.....	61
Gambar 2. 14 Kezia Model Comeback.....	62
Gambar 2. 15 Trixie Model Comeback.....	62
Gambar 2. 16 Denisa Model Comeback	62
Gambar 2. 17 Michelle Model Comeback	63
Gambar 3. 1 Datangnya model comeback.....	68
Gambar 3. 2 Mini Challenge Versus.....	71
Gambar 3. 3 Privilege Mini Challenge	73
Gambar 3. 4 Respon Marella terhadap model comeback	75
Gambar 3. 5 Respon Marella terhadap Monica	75
Gambar 3. 6 Peringatan Panca Makmun.....	77
Gambar 3. 7 Proses Photoshoot Model	85
Gambar 3. 8 Proses Penjurian Photoshoot	86

Gambar 3. 9 Battle Runway Challenge.....	86
Gambar 3. 10 pertemuan model comeback dan top 7.....	88
Gambar 3. 11 Moment Paula Selamat dan Shalfa Tereliminasi	90
Gambar 4. 1 Model Encoding Decoding Stuart Hall.....	113
Gambar 4. 2 Top 7 VS 7 Comeback	118
Gambar 4. 3 <i>Privilege Mini Challenge</i>	118
Gambar 4. 4 Result Top 9	120
Gambar 4. 5 Kepulangan Shalfa & model comeback	120
Gambar 4. 6 Tujuh model comeback	127
Gambar 4. 7 Monica Momment	128
Gambar 4. 8 Privilege Model Unggul.....	129
Gambar 4. 9 Perselisihan Marella dan Monica	130
Gambar 4. 10 Panca Momment.....	131
Gambar 4. 11 Screen Time Marella	133
Gambar 4. 12 Comeback 3 Model	135



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program *Indonesia's Next Top Model* ini juga merupakan duplikasi program dari negara lain yaitu ASNTM (*Asia's Next Top Model*). Tidak heran jika program ini memiliki rating yang tinggi karena sebagian besar adalah penjelmaan dari program acara televisi luar. Ajang pencarian bakat ini juga memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada. Melakukan konvergensi media dengan *youtube* adalah salah satu pilihan yang tepat untuk mempertahankan eksistensi dari sebuah program. *Talent show* sendiri memiliki beberapa variasi, namun *talent show* yang paling sering tayang di televisi yaitu *singing contest* dan memasak. Ditengah banyaknya program pencarian bakat yang ada di Indonesia. *Indonesia's Next Top Model* ini terbilang baru dan berbeda dari pencarian bakat lainnya, yaitu untuk melahirkan *Next Top Model* dari Indonesia. INTM tayang setiap hari sabtu dan minggu pukul 19.00 WIB.

Dalam sebuah ajang pencarian bakat tentunya memerlukan adanya kredibilitas yang diciptakan antara khalayak kepada program tersebut. Ketika dalam tayangan program tersebut memiliki tim penilai atau sering disebut dengan juri maka disitu harus terbentuk adanya rasa percaya dari khalayak terhadap tim penilai. Sumber kredibilitas tinggi memiliki dampak yang lebih besar pada opini publik daripada sumber kredibilitas rendah. Sumber dengan kredibilitas tinggi merasa lebih mudah mempengaruhi

orang lain untuk mengubah sikap mereka dibandingkan dengan sumber kredibilitas rendah. Seseorang lebih mudah dibujuk bila sumber persuasi (sumber daya manusia yang ada di dalam media itu sendiri) cukup kredibel. Menurut Hovland, Janis dan Kelley menemukan tiga aspek yang mempengaruhi kredibilitas sumber yaitu keterpercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*) dan daya tarik (*attractiveness*) (Ashraff, 2023).

Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana resepsi penonton pada tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model* di kanal youtube @indonesiasnexttopmodel. Ajang pencarian bakat ini sudah berjalan di musim ketiga atau sering disebut *cycle 3* dimana pesertanya adalah wanita berusia 16 – 18 tahun dengan tinggi minimal 1,68. Dalam ajang pencarian bakat tersebut terdapat satu episode yang dinamakan episode *comeback*. Episode *comeback* yaitu episode yang mendatangkan model – model yang telah tereliminasi di episode sebelumnya. *Indonesia's Next Top Model* ini sudah berjalan selama tiga *season (cycle)*. Penelitian ini difokuskan pada tayangan episode *comeback* program *Indonesia's Next Top Model Cycle 3*.

Program ini awalnya memiliki delapan belas kontestan yang sekarang sudah tersisa tujuh atau “*Top 7*”. Program ini mempercayakan penilaian pada empat juri tetap yaitu Luna Maya, Ivan Gunawan, Ayu Gani dan Panca Makmun. Pada episode ini memiliki tujuh model atau disebut “*the real top 7*” yang terdiri dari Berlian, Iko, Paula, Shalfa, Marella,

Vannes, Nathalie dan mendatangkan tujuh model *comeback* diantaranya Fey, Monica, Olive, Dennisa, Michelle, Trixie, Kezia. Episode ini dimulai dengan *minor challenge* seperti biasanya namun kali ini dilakukan secara versus antara *the real top 7* dan model *comeback*. Format INTM musim ini juga menggunakan format musim kedua.

Setiap minggu, sebelum tantangan *catwalk*, kontestan menjalani tantangan pertama dan tantangan foto di depan juri, baik sendiri maupun berkelompok. Hal ini membuat persaingan semakin sengit, karena model *comeback* memiliki kedudukan yang setara dengan *the real top 7* yang artinya model *comeback* memiliki kesempatan untuk menggeser posisi dari *the real top 7* yang nantinya akan menjadi Top 9. *Minor challenge* episode *comeback* ini dilakukan di ruang terbuka untuk olahraga secara versus antara Marella dengan Monica, Nathalie dengan Michelle, Kezia dengan Shalfa, Iko dengan Trixie, Berlian dengan Olive, Paula dengan Denissa, Fey dengan Vannes. Pada *minor challenge* ini dimenangkan oleh 7 orang. Dua model *comeback* yaitu Trixie dan Dennisa, 5 dari top seven yaitu Marella, Nathalie, Berlian, Shalfa, dan Vannes. Tujuh orang tersebut yang nantinya akan mendapatkan *privilege* di *major challenge*.

Major challenge pada episode *comeback* ini terbilang cukup menantang yang mengangkat tema “*The Unrealistic Upside Down Photoshoot*”. Para model harus berpose dengan digantung secara terbalik pada tali dengan posisi kepala dibawah dan kaki diatas menggunakan set *background* “La Fruit Market” (Toko Buah). Tujuh model yang

mendapatkan *privilege* dari *minor challenge* sebelumnya memiliki kesempatan untuk melihat photo session dari mentor yaitu Ayu Gani. Mereka memiliki kesempatan untuk melihat beberapa referensi pose yang bisa digunakan untuk sesi foto nantinya. *Photoshoot* episode ini di mentoring oleh Ayu Gani, Panca Makmun dan *photographer* ternama yaitu Hardi Budi.

Para model real top 7 dan model *comeback* melakukan sesi foto secara bergantian dengan waktu tiga menit, terkecuali untuk Marella yang memenangkan waktu tercepat pada *minor challenge* berhak mencuri waktu fey selama 1 menit dengan total estimasi waktu menjadi 4 menit untuk Marella dan 2 menit untuk Fey.

Setelah sesi foto selesai akan dilanjutkan dengan sesi *runway* atau biasa disebut dengan *catwalk*. Pada sesi *runway* kali ini model kembali melakukannya secara versus, dengan tema *black and white*. *The real top seven* menggunakan pakaian berwarna putih dan model *comeback* mengenakan pakaian berwarna hitam sesuai dengan pasangannya masing – masing.

Sebelum melakukan sesi *runway*, para model melakukan gladi resik bersama *judges* yaitu Panca Makmun mengenai giliran *runway* dan *final pose runway*. Setelah sesi *runway* selesai dilakukan, dilanjutkan dengan sesi penjurian yang mana pada episode *comeback* ini di nilai oleh Luna Maya, Ivan Gunawan, Ayu Gani dan Panca Makmun. Satu per persatu model maju

untuk melakukan sesi penjurian mulai dari *photoshoot* dan *runway* akan diberikan komentar oleh judges.

Final dari seluruh *challenge* dan penjurian yang sudah dilakukan, maka model akan melewati sesi eliminasi yang dilakukan oleh Luna Maya yang memanggil nama model satu per satu sesuai dengan urutan ranking *challenge* tersebut. Pada episode ini dimenangkan oleh Nathalie sebagai FCO (*First Call Out*), Marella sebagai SCO (*Second Call Out*), Olive model *comeback* mendapatkan tempat pertamanya sebagai TCO (*Third Call Out*). Dilanjutkan dengan Vannes, Dennisa, Monica, Iko, Berlian, Paula. Model *comeback* berhasil menggeser satu model *real top 7* yaitu Shalfa Putri Raihan.

Hal inilah yang menuai banyak kritik, pro dan kontra dari peserta maupun netizen. Beberapa peserta tidak setuju dengan penyamarataan model *comeback* dengan *real top 7* karena mereka merasa bahwa perjalanannya sudah cukup jauh dan tidak sebanding dengan model model yang sudah terlebih dahulu pulang meninggalkan kompetisi. “Ditambah gak papa, di *replace it's a big no*. Itu gak adil.” Ucap Maria Gabriella Mulwanto. Marella juga menyatakan bahwa Olivia dirasa tidak pantas ada di kompetisi ini.

Netizen pun ikut memberikan komentar dan argumennya dengan menyerang akun sosial media dari INTM mulai dari Tiktok, akun Youtube dan tentunya *official* Instagram dari INTM @intm_netv. Banyak dari

mereka yang menyayangkan kepulangan Shalfa, the *real top 7*. Mereka beranggapan bahwa foto Shalfa lebih bagus secara kontrol ekspresi dan unik *high fashion* secara pose dibanding model yang berhasil *comeback*. Tak sedikit netizen yang memberikan komentar tidak ingin menonton program *Indonesia's Next Top Model* lagi hingga para model *comeback* tersebut keluar dari kompetisi tersebut untuk yang kedua kalinya.

“Nonton INTM seru karena ada Raisa, Shalfa, dan Maella. Ini 2 udah out, kalo nanti Marella out. Bye bye INTM males nontonnya ga seru, ga ada feel dan ga hidup acaranya.” Tulis @caramellate.co pada laman instagram INTM.

@syittyacc2.0 “Tim INTM & NET bikin system kaya trial & error gitu ya wkwk, sistemnya belum matang dan langsung disuguhi aja ke penonton. C’mon lah teamnya gak mungkin 1-2 orang doang kan.. masa gaada brainstorm nya dulu, ide siapa coba real top 7 di replace sama model *comeback*.”

“Shynka kan mengundurkan diri, sama kaya Olive juga mengundurkan diri. Seharusnya yang mengundurkan diri apapun itu alasannya ga boleh *comeback*.” Kata akun Instagram @kikiyuniastuty.

Tidak hanya akun Instagram INTM yang turut menjadi wadah dari pro dan kontra netizen. Kanal youtube INTM pun ikut menjadi tempat untuk menuai kritikan. “Dear INTM, tidak adil rasanya kalau yang udah berjuang harus tersingkir dengan tim *comeback*. Semisal memang mau ada *comeback*

bisa kali ngikut system masterchef. *Challenge* hanya untuk tim *comeback* dan nanti yang lolos bisa ikut bergabung kedalam tim yang sudah ada sebelumnya. Heran kenapa pakai system aneh buat cycle tahun ini, semoga kedepannya diperbaiki.” Tulis Arista Astiwi.

Erwin Syach juga menuliskan pada laman komentar. “POOR SHALFA, ini bener-bener ga *fair* buat Shalfa dan bisa dibilang salah satu eliminasi paling ga fair sepanjang sejarah INTM. ketika semua model yang telah dieliminasi mempunyai kesempatan untuk *COMEBACK* tapi giliran Shalfa udah aja gitu dieliminasi! Cycle 1 & 2 kan semuanya bisa *comeback* tanpa terkecuali, kayak SHEREN cycle 1 terus EVANNY cycle 2. It's okay Shalfa you did a great job, tunjukan kalo juri salah mengeliminasi kamu. Sukses buat karir kamu kedepannya ya neng geulis, SEMANGAT.”

“Apa lagi ini INTM dari INTM 1-3 kok begini terus, bener kata Marella ini gak adil untuk *top 7* apalagi yang berhasil *comeback* 3 orang sekaligus dan malah Shalfa yang sudah ada di *top 7* harus pulang. Hey *top 7* udah berjuang sampai ke titik ini yang gak ikut kompetisi aja nyesek apalagi mereka. Emang bagian paling nyesek nonton INTM itu waktu ada peserta *comeback* dari INTM 1-3. Masih mending INTM yang pertama sih, model yang masih stay disuruh jadi juri dan model yang berhasil *comeback* ikut kompetisi lagi, nah kalo kaya gini ceritanya masih lumayan karena dari tim sebelumnya gak ada yang pulang, hanya ditambah dengan peserta *comeback*. Sekarang udah yang *comeback* 3, dari *top 7* ada yang keluar pula 1. Ayolah tim INTM diperbaiki lagi lah sistemnya kalo kaya gini ceritanya

gak adil banget sih.” Ujar Reygita Oktavia dilaman komentar kanal youtube INTM.

“Saya mengikuti INTM dari cycle 1 dan menurut saya inilah eliminasi paling tidak adil. Lihat top 7 mati2an berjuang di setiap episode. Tiba2 dtg model *comeback* yg sudah nyicipin yg manis2 diluar sana, belajar banyak hal dan kembali dgn mengikuti beberapa *challenge* trus terpilih lalu menyingkirkan seorang model *top 7* yg anggaplah dalam sekali hentakan. Saya sebagai penonton setia intm pun merasa sedih dan kecewa.” Tulis Queen_ pada laman komentar.

Terlepas dari beberapa komentar yang menyerang kanal youtube @indoneisasnexttopmodel beberapa official account tiktok dan instagram *judges Indonesia's Next Top Model* ini juga ikut menjadi sasaran netizen. Panca Makmun dan Ayu Gani. Pada musim ini Panca Makmun dan Ayu Gani terbilang sangat sering memberikan arahan pada saat *photoshoot challenge*. Netizen menganggap kedua juri tersebut tidak bisa mempertanggung jawabkan arahannya pada sesi penjurian. Dimana pada sesi penjurian terdapat 4 judges yaitu Ivan Gunawan, Luna Maya, Ayu Gani, dan Panca Makmun.

@zwinglypaat. “Gani ingat ini beauty shoot yah, trus tangan 1 ilang, trus iguananya kyk takut gitu soalnya rambut kamu kebesaran, but overall bagus sih kamu bottom aja yah”

“Boring seboring boring nya umat ga sih.” Tulis @irargp.

“Beauty gani beauty itu terlalu fierce ,flawless lentikin lagi ayo gani boring boring boring!!! hahahahahahahahaha” Ujar @bennski pada laman komentar instargram Ayu Gani.

@zagwr69 juga berkomentar. “Gak sih, ini paling TCO kurang greget dengan tangan yg satunya, lebih sempurna kalau pegang salah satu props buah atau benda2 itu di sebelahnya”

Beberapa netizen juga memberikan sindiran dan menuliskan bagaimana cara judges tersebut memberikan komentar pada model. Hal ini bisa dilihat pada akun tiktok Panca Makmun. “Ekspresinya masih takut – takut, kamu kelihatan banget disitu bingung bgt panca. Semoga foto kamu ada yang bagus.” @lessug4rrr.

@axia. “acnhyurr anchyuurr churr chyurr churr, main aman sekali kamu panca.”

@its_zein. “ingat kata Kimmy Jayanti, dalam sebuah foto tidak boleh ada bagian tubuh yang hilang.”

“Ke model : Ekspresinya kurang, kurang explore, laule, lu main aman. Jurinya : Main aman ekspresinya main aman juga kureng explore juga.”

Tulis @fanboysullyon.

Berbagai kritikan kepada juri, sistem penjurian, dan sistem eliminasi ini memunculkan berbagai konflik bagi penggemar setia ajang tersebut. Tak sedikit yang menyayangkan perubahan kebijakan pada *Indonesia's Next Top Model Cycle 3* ini. Komentar tersebut bisa dilihat langsung di

kanal youtube @indonesiasnexttopmodel karena selain tayang di televisi, program ini juga bisa dilihat pada kanal *official* youtube INTM.

Di era sekarang ini berbagai media hiburan bisa dengan mudah kita dapatkan. Dalam sehari – hari media yang paling mudah ditemukan oleh masyarakat yaitu kotak pemancar suara (audio) dan visual (gambar) yang sering disebut sebagai Televisi. Televisi berasal dari kata tele dan visi, tele artinya jauh dan visi artinya penglihatan, jadi televisi adalah penglihatan jarak jauh atau penyiaran gambar-gambar melalui gelombang radio. Televisi adalah alat penangkap siaran gambar yang berupa audio visual dan penyiaran video secara broadcasting (Mariskhana, 2017).

Adanya perkembangan teknologi para penggerak stasiun televisi dan pemilik program televisi mulai memperluas jaringan yaitu mengkonvergensi dengan berbagai media seperti Youtube, Instagram dan beberapa platform media lain. Dunia pertelevisian di Indonesia juga tidak kalah dengan perkembangan pertelevisian di belahan dunia lain, dan di negara-negara Asia, Eropa, dan Amerika, di mana dunia pertelevisian berkembang pesat, terbukti dengan bermunculannya program-program pertelevisian di Indonesia. yang biasanya identik dengan acara televisi di negara lain. Misalnya, acara-acara yang populer di negara maju seperti Amerika Serikat mungkin akan segera ditonton dengan versi Indonesia di stasiun TV komersial di Indonesia.

Untuk berbagai kalangan mungkin dunia modelling tidak cukup memberikan hiburan. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan untuk

mempertahankan eksistensi di zaman yang serba internet program ini memilih untuk merambah peluang tersebut dengan cara memberikan tayangan ulang di kanal Youtube. Dengan dibagi menjadi beberapa part dalam satu episode. Youtube kini sangat berperan penting bagi eksistensi dunia hiburan. Mengingat youtube sangat mudah diakses dengan hanya membutuhkan jaringan internet.

Internet mendorong munculnya kenormalan baru jauh sebelum pandemi Covid-19. Global Digital Stashot melaporkan bahwa pada kuartal kedua tahun 2019, terdapat 4,437 miliar pengguna internet dari populasi dunia sebesar 7,697 miliar. Ketika surat kabar dan majalah sedang dalam masa kejayaannya, sebuah kantor bisa memesan 5-6 surat kabar/majalah, namun kini surat kabar/majalah telah berubah menjadi sebuah kotak kecil bernama handphone yang bisa kita baca di mana saja dan kapan saja. Surat yang dulu bergantung pada kantor pos kini bisa sampai dan dijawab melalui email dalam waktu singkat. Internet telah memunculkan berbagai platform yang menawarkan berbagai layanan (Alamsyah, 2021).

Google, Yahoo, Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Tiktok hanyalah sebagian kecil dari platform ini. Google dan Yahoo adalah mesin pencari yang dapat menampilkan informasi untuk berbagai keperluan, mulai dari resep masakan hingga chord lagu. WhatsApp menawarkan mode komunikasi satu-ke-satu dan satu-ke-banyak, baik melalui kata-kata, suara, gambar, atau video. Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Tiktok adalah media yang menawarkan ruang terbesar

bagi penggunaanya untuk mengekspresikan diri, dengan harapan mendapat komentar dari pengikut.

YouTube telah berkembang secara fenomenal sebagai media untuk mengekspresikan pemikiran atau pekerjaan anda di *platform* ini. Berita, hiburan, sains, motivasi, olahraga, agama, diskusi, wawancara, seni, tren mode, pendidikan, kesehatan, reality show yang biasanya tidak terlalu "nyata" dan banyak lagi. Platform ini menawarkan berbagai pertunjukan yang dapat diakses secara universal terlepas dari lokasi atau waktu. Dalam platform youtube masyarakat mampu memberikan feedback yang artinya terdapat komunikasi dua arah antara komunikan dan komunikator. Masyarakat sebagai khalayak atau komunikan bisa memberikan tanggapan, saran dan juga kritikan dilaman komentar pada youtube.

Berdasarkan tayangan pada kanal youtube *Indonesia's Next Top Model episode comeback* penulis mencoba menganalisis resepsi penonton. Dengan menggunakan analisis resepsi penulis mencoba mengetahui asumsi penonton tentang sistem episode *comeback* di *Indonesia's Next Top Model Cycle 3*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan peneliti sebagai fokus kegiatan penelitian ini adalah: “Bagaimana resepsi penonton pada tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model episode comeback*.”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan keragaman resepsi dari penonton tentang episode *comeback* pada tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model*.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis akan bermanfaat untuk menambah data dalam kajian media massa, khususnya komunikasi massa.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi praktik media untuk menjalankan fungsinya sebagai agen pendidikan sehingga tidak selalu mengedepankan aspek hiburan dan daya jual. Sebagai agen perubahan sosial, media memiliki tanggung jawab sosial untuk mencerdaskan penontonnya.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran penonton untuk lebih kritis dalam menilai tayangan.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan peneliti adalah paradigma konstruksionisme. Paradigma ini melihat realitas sebagai konstruksi individual. Pemahaman terhadap realitas yang dipelajari

merupakan hasil interaksi antara individu dengan individu lainnya. Realitas merupakan hasil konstruksi individu. Mereka menganggap individu sebagai produk dialektika, dinamika, dan pluralisme yang berkelanjutan.

Realitas diciptakan oleh makna-makna yang disadari oleh individu dalam interaksi sosial. Oleh karena itu, makna realitas sangat bergantung pada bahasa, simbol yang digunakan oleh individu, karakteristik pribadi, kepercayaan, dan nilai sosial budaya (Kholifah, 2022). Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme ini mencoba untuk menelusuri tentang pemahaman serta pemaknaan dari interaksi sosial pada subjek penelitian tentang tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3* episode *Comeback*.

1.5.2 *State Of The Art*

Tabel 1. 1 State Of The Art

Nama	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
David	2017	Analisis Resepsi Budaya Minangkabau Dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dari

			penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : Faktor – faktor dalam analisis yang mempengaruhi <i>decoding</i> pesan pada budaya Minangkabau dalam film tenggelamnya kapal <i>Van Der Wijck</i> yakni meliputi <i>dominant reading</i>, <i>negotiated reading</i>, dan <i>oppositional reading</i>.
--	--	--	--

			Penerimaan budaya Minang oleh informan dimulai dari proses pemaknaan (<i>decoding</i>) yang dilakukan oleh informan pada budaya Minangkabau. Faktor internal yaitu minat dari informan dan faktor eksternal berasal dari budaya film yang ikut serta dalam mempengaruhi penerimaan informan pada budaya
--	--	--	---

			Minang. Didukung dengan pengalaman setelah menonton film ini yang dirasa informan memberikan perubahan pendapat setelah menonton film ini. Penerimaan informan terhadap budaya Minang sendiri berdasarkan proses pemaknaannya berada dalam pola pemikiran
--	--	--	---

			<i>negotiated reading dan oppositional reading.</i> Beberapa informan menerima teks atau adegan , tetapi tidak sepenuhnya diterima karena masih ada hal yang harus di negosiasi. Sedangkan kebanyakan informan tidak menerima adegan adegan ataupun teks yang disuguhkan oleh budaya
--	--	--	---

			Minang dalam film, sehingga para informan melakukan negosiasi terhadap adegan tersebut.
Anisa Nur Kholifah	2022	ANALISIS RESEPSI PENONTON WANITA TERHADAP MASKULINITAS DALAM DRAMA KOREA “SNOWDROP”	Berdasarkan topik yang dikaji dalam kaitannya dengan hasil penelitian dan analisis yang disajikan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Maskulinitas adalah identitas visual dengan

			ciri laki-laki. Dapat dikatakan bahwa laki-laki memiliki karakteristik yang berbeda dengan perempuan. Karakter laki-laki dibentuk oleh gender dan identitas gender telah terbentuk secara sosial dan budaya melalui proses yang panjang. 2. Berdasarkan hasil temuan data, informan mendefinisikan maskulinitas
--	--	--	---

			pada dasarnya dengan pengertian yang sama, yaitu. orang yang berjiwa laki-laki, yaitu laki-laki yang benar-benar sadar menunjukkan jiwa maskulinnya secara alami dan tidak menunjukkan sebaliknya. 3. Berdasarkan wawasan dan analisis ketiga informan, ditemukan bahwa dua informan
--	--	--	--

			menyatakan bahwa karakter Im Soo Hoo adalah karakter pria maskulin yang ideal dan salah satu informan berpendapat bahwa Im Soo Hoo tidak sesuai dengan kriteria sebagai sosok laki-laki laki-laki. Berdasarkan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa karakter Im Soo Hoo dalam drama “Snowdrop”
--	--	--	--

			merupakan karakter ideal yang bisa disebut sebagai pria.
PRISTI AGUNG K	2021	ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA PERTUNJUKAN TEATER BERJUDUL “TIMANG-TIMANG BUDAYAKU MALANG”	Berdasarkan temuan dan pembahasan mengenai analisis resepsi khalayak pada pertunjukan teater yang berjudul “timang-timang budayaku Malang”, maka disimpulkan bahwa terdapat 2 posisi yaitu posisi negosiasi

			dan posisi dominan. Pada posisi negosiasi, ditemukan 2 narasumber setuju bahwa pementasan mengangkat tentang isu budaya lokal di Indonesia, akan tetapi kebanyakan pemeran adalah hantu/makhluk halus. Jadi menurut narasumber pementasan tersebut lebih mengangkat isu hubungan
--	--	--	--

			antara manusia dan makhluk halus. Dan posisi dominan ditemukan satu orang yang sepaham dengan pementasan yang berjudul “timang – timang budayaku malang”, narasumber setuju bahwa pementasan hanya mengangkat tentang budaya yang sudah
--	--	--	--

			pudar ditelan zaman.
--	--	--	----------------------

Berdasarkan penelitian yang sudah ada sebelumnya, penelitian ini memiliki kebaruan dalam objek yang akan diteliti yaitu “tayangan youtube *Indonesia’s Next Top Model*” pada cycle 3. Penelitian ini akan menganalisis proses penerimaan penonton dan pemaknaan ulang terhadap tayangan tersebut menggunakan analisis resepsi dari Stuart Hall.

1.5.3 Teori Resepsi Stuart Hall

Stuart Hall menyatakan bahwa teori resepsi menurutnya hanya berfokus pada “dominasi” dan “oposisi” para profesional acara. Artinya, pesan yang disampaikan, baik itu dari film, buku atau karya lainnya, tidak hanya diterima oleh penonton, tetapi penonton juga dapat menginterpretasikan makna dari apa yang dilihat atau didengar. Pakar informasi tersebut tidak hanya menerima informasi atau pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan. Ada tahapan dalam interpretasi suatu konsep yang mempengaruhi tahapan lainnya yaitu produksi-distribusi-produksi.

Stuart Hall mendefinisikan proses *encoding*, yaitu artikulasi momen-momen produksi, sirkulasi, transmisi dan reproduksi yang bersatu tetapi terpisah, yang masing-masing memiliki praktik

spesifik tertentu dalam situasi ini. Tahap pertama yang dilakukan adalah proses produksi. untuk kepentingan media itu sendiri. Proses ini dilakukan oleh sebuah kelompok media, dalam hal ini Youtube. Pada fase ini, media harus menentukan konsep, ide, dan fenomena sosial yang terjadi. Tahap kedua adalah proses distribusi atau penyampaian pesan yang dikemas dalam program. Program yang disajikan harus merupakan program yang berasal dari ide yang dirancang sedemikian rupa sehingga penikmat informasi dapat menangkap pesan yang disampaikan oleh siaran tersebut. Untuk itu, proses penerimaan pada saat penyampaian pesan akan sangat beragam dan berbeda-beda, tergantung masing-masing konsumen yang menerima pesan tersebut. Proses yang terakhir (*decoding*) yaitu siaran tersebut kemudian akan di produksi ulang oleh khalayak. Dalam hal ini, ketika audience mengkonsumsi konten media, mereka menafsirkan, menganalisis, memahami, dan menerjemahkan informasi (David, 2017).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis resepsi dari Stuart Hall. Diantaranya, teori ini adalah teori proses penerimaan pesan. Teori ini membahas bagaimana khalayak menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Menurut Hall, Hobson, Lowe dan Willis (2005:129-138), terdapat 3 jenis khalayak dalam teori ini, yaitu:

- a. *Dominant/Hegemonic reading Audience* yang berpikiran sama dengan pembuat pesan dan menerima sepenuhnya makna yang dibuat oleh pembuat pesan.
- b. *Negotiated Reading Audience* yang sepemahaman dengan pembuat pesan dan memodifikasi pesan agar sesuai dengan kepribadian mereka.
- c. *Oppositional/ Counter Hegemonic Reading Audience* yang tidak sepaham dengan si pembuat pesan dan tidak setuju dengan pemaknaan yang dibuat oleh si pembuat pesan.

Menurut Stuart Hall, kajian resepsi merupakan bagian dari produksi teks media (teks) dan pemahaman khlayak (umpan balik). Model *encoding-decoding* ini akan membantu peneliti dalam menentukan posisi informan. Tentang makna yang diterima oleh informan dan makna yang disampaikan oleh encoder apakah sama halnya atau justru berlawanan.

1.5.4 Teori SOR (*Stimulus, Organism, Respon*)

Komunikasi manusia terjadi pada berbagai tingkat komunikasi. Mulai dari komunikasi intrapersonal, komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik hingga komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan tingkatan komunikasi yang paling tinggi, dimana ruang lingkup objek komunikasi dikatakan paling besar, orang-orang yang terlibat di dalamnya juga paling besar.

Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak yang besar dan luas dengan menggunakan surat kabar, majalah, televisi, radio, dan internet. Dalam media massa, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan disebut media. Dalam kasus *Indonesia's Next Top Model* ini bisa dikaitkan dalam teori stimulus dan respon yang dikemukakan oleh Hovland et al (1953). menunjukkan bahwa proses perubahan perilaku pada dasarnya sama dengan proses belajar. Hal ini menunjukkan bahwa proses perubahan tingkah laku adalah individu yang belajar berdasarkan penerimaan atau penolakan suatu rangsangan yang diberikan atau diteruskan kepada organisme. Teori perubahan perilaku model S-O-R penting diterapkan dalam pembelajaran karena bertujuan untuk mencapai efek tertentu pada komunikan. Klasifikasi efek menurut tingkatannya yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif. (Rosdiana, Susilo Wirawan, Andi Yuniarsy Hartika, Sulistyani Prabu Aji, Febriantika, Christina Rony Nayoan, Dewi Arisanti, Ratna Trisilawati, 2023). Jika organisme menerimanya atau tidak menolaknya, ini berarti stimulus yang diberikan berpengaruh terhadap respons individu tersebut dan jika sebaliknya menandakan bahwa stimulus yang diberikan tidak efektif (Astuti & Andrini, 2021).

INTM sebagai tim produksi yang mempublikasikan tayangannya ke media Youtube, yang nantinya akan di tonton dan diterima oleh receiver dan kemudian akan mendapatkan sebuah qa atau respons dari khalayak. Pada dasarnya, ini adalah prinsip belajar sederhana di mana efek adalah respons terhadap stimulus yang diberikan. Dengan demikian, hubungan erat antara pesan media dan reaksi publik dapat dijelaskan. Model komunikasi SOR (Stimulus Organism Response) ini menekankan pada pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada komunikan, sehingga penerima pesan dapat menerima pesan yang diterima, selanjutnya terjadi perubahan perilaku sikap. Oleh karena itu, tiga elemen terpenting dari model komunikasi adalah pesan (stimulus; S), komunikan (organisme; O) dan efek (respon; R) (Rahmat abidin & Abidin, 2021). Pada dasarnya Stimulus adalah perangsang aktif yang terjadi dalam tubuh. Organism adalah representatif dari kognitif dan afektif yang merupakan implementasi dari proses hubungan antara stimulus dengan tanggapan individu. Respons merupakan output dari proses stimulus dan organisme. Dalam hal ini merujuk pada resepsi yang diberikan oleh khalayak (Sartika, 2022).

1.6 Operasional Konsep

1.6.1 Khalayak Aktif

Dalam perkembangan penelitian komunikasi massa, kontroversi khalayak pasif terhadap khalayak aktif menghadirkan dilema yang cukup besar sebagai perbedaan tipologi khalayak. Pandangan ini menyatakan bahwa khalayak pasif lebih mudah dipengaruhi oleh media sedangkan khalayak aktif memiliki pilihan aktif tentang bagaimana media digunakan. Selama ini penelitian komunikasi massa dalam teori komunitas cenderung menggunakan konsep teori khalayak pasif, meskipun tidak semua teori khalayak pasif dapat digolongkan sebagai teori asosiasi massa. Demikian pula, sebagian besar teori komunikasi yang dikembangkan dalam studi komunikasi massa cenderung mengandalkan khalayak aktif (Morisan, Andy C. Wardhani, 2013).

Sehingga dalam hal ini Denis McQuail juga menyarankan atau menempatkan penonton sebagai penonton aktif, yaitu penonton harus diperhitungkan sebagai penonton, bukan sebaliknya penonton yang digeneralisasikan dalam hal memaknai dan memiliki pandangan yang sama seperti yang dikemas dan hadirkan oleh media (David, 2017).

1.6.2 Pengertian Resepsi

Resepsi dapat diartikan sebagai proses penerimaan pembaca. Dalam proses pengolahan informasi dan bagaimana makna diberikan pada tayangan hingga mendapat tanggapan. Kholifah (2022) berpendapat bahwa analisis resepsi lebih sering digunakan sebagai bagian dari kajian khalayak yang melihat lebih dalam proses aktual media. Studi yang mengkaji hubungan antara media dan public (pembaca dan pemirsa) menjadi perhatian terbesar industri media dan pemerhati media. Media juga menjadi pendorong bagi khalayak untuk menikmati sajian pesan atau program yang akan ditayangkan. Pesan media massa dapat menciptakan ruang publik. Respon yang biasanya ditunjukkan konsumen melalui beberapa program dapat dengan mudah menjadi responsif atau tidak. Pemaknaan informasi ini nantinya akan didapatkan dari konsumen yang berbentuk sebuah respon.

Resepsi dalam penelitian ini merupakan proses para informan dalam menerima pesan yang tersampaikan pada tayangan youtube @indonesiasnsxttopmodel episode *comeback*. (Tunshorin, 2016). menunjukkan bahwa teori resepsi merupakan teori yang lebih menekankan pada bagaimana khalayak menerima pesan, bukan bagaimana pesan itu disampaikan.

1.6.3 Youtube dan Media Massa

Dewasa ini, masyarakat dihadapkan pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, terlebih dengan pesatnya perkembangan teknologi. Kami memahami bahwa hampir semua orang sudah terbiasa menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, seperti gawai dan layanan online, dalam kesehariannya. Setiap informasi yang disampaikan kepada khalayak luas untuk ditransmisikan melalui media massa disebut komunikasi massa. Media massa terdiri dari media cetak atau elektronik. Media cetak yaitu surat kabar dan majalah. Elektronik seperti radio, film, televisi, media online/internet.

Media online, seperti halnya media sosial, merupakan salah satu media baru yang memberikan dampak besar bagi masyarakat. Media sosial merupakan media yang banyak digunakan oleh semua orang karena media sosial berguna untuk berbagi pesan. Media sosial sangat diminati di generasi sekarang ini. Salah satu media sosial yang sangat populer adalah platform YouTube (Kindarto, 2013).

Youtube adalah media sosial yang digunakan untuk mengunduh video, menonton berbagai video dan juga berbagi video dimana video tersedia untuk ditonton semua orang YouTube sebagai media menawarkan informasi dan berita serba guna yang dibutuhkan semua orang, sehingga kini semua bisa mencari berita dengan lebih mudah. Tidak hanya itu YouTube juga sering

digunakan untuk hiburan hingga sarana pembelajaran. (Setiadi et al., 2019).

Menurut laporan (Liberty Jemadu, 2022) , penelitian laporan data menunjukkan bahwa media sosial YouTube sangat dikonsumsi di Indonesia, dengan total hingga 139 juta pengguna, yang setara dengan 50 persen dari total populasi pada tahun 2022. Youtube memiliki iklan yang digunakan oleh wanita adalah 46,9%, sedangkan pria sekitar 53,1%. Usia pengguna YouTube bervariasi dari 16 hingga 64 tahun, dengan persentase 94% pengguna YouTube. Angka tersebut berdasarkan survei yang dilakukan GWI pada triwulan III tahun 2020. Dengan demikian bisa dilihat bahwa eksistensi YouTube sebagai media massa sangatlah signifikan (Tinambunan, 2022).

1.6.4 *Indonesia's Next Top Model*

Episode ketiga *Indonesia's Next Top Model* (INTM Cycle 3) tayang di NET dan Netverse mulai 5 November 2022. Keempat aktor dan juri dari season sebelumnya juga akan kembali untuk season ini. Luna Maya, Ayu Gani, Ivan Gunawan, Panca Makmun. *Cycle* ini merupakan *cycle* pertama dalam sejarah *Indonesia's Next Top Model* yang semua modelnya berasal dari pulau Jawa. *Cycle* ini disajikan di bawah praktik kesehatan yang ketat karena masih diproduksi selama pandemi COVID-19. Sementara *cycle*

sebelumnya memiliki tujuan lokal, *cycle* ini tidak memiliki tujuan lokal atau internasional. Pemeran *Indonesia Next Top Model* musim ini akan online dan offline dari 1 hingga 15. Agustus 2022. Selain pendaftaran online di situs resmi NET. Panitia membuka pertunjukan luring di Surabaya pada 12 Agustus dan di Bandung pada 14 Agustus 2022. Peserta *Indonesia Next Top Model Indonesia* musim ini harus warga negara Indonesia berusia 17-27 tahun dengan tinggi badan minimal 168 cm.

Format *INTM* musim ini masih menggunakan format pada *cycle* 2. Di setiap pekannya, kontestan akan menjalani tantangan awal dan tantangan pemotretan secara individu maupun berkelompok sebelum menjalani tantangan *runway* di depan para juri. Samsung Indonesia kembali menjadi partner resmi smartphone yang digunakan selama kompetisi berlangsung. Musim ini juga menghadirkan kembali sponsor kosmetik dan kendaraan pasca absennya Season 2, yaitu Paragon Technology and Innovation melalui merek kosmetik Make Over sebagai official makeup partner dan sponsor kendaraan motor pendukung Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. Sponsor pendukung minuman juga akan diperkenalkan musim ini dengan merek Nutriville, yang diproduksi oleh Asia Health Energi Beverages.



Gambar 1. 1 *Juri INTM Cycle 3*
Sumber : Wikipedia.id



Gambar 1. 2 *Peserta INTM Cycle 3*
Sumber : Wikipedia.id

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis resepsi untuk mempelajari khalayak media. Dalam analisis resepsi, khalayak media berfokus pada apa dan bagaimana khalayak berinteraksi dengan media, sehingga kita tidak dapat berasumsi bahwa khalayak adalah khalayak pasif. Namun, dalam kasus ini audiens sebagai karakter yang aktif dan mampu mengomentari konten media. Paradigma penelitian bersifat konstruktivis, yang

berfokus pada interpretasi karya dan mungkin tidak sepenuhnya valid ketika peneliti menggunakan objektivitas. Fokus dari penelitian ini yaitu bagaimana perilaku khalayak dalam mengamati media. Penelitian yang merujuk pada bagaimana pemaknaan pesan dalam konteks media secara general dalam kehidupan.

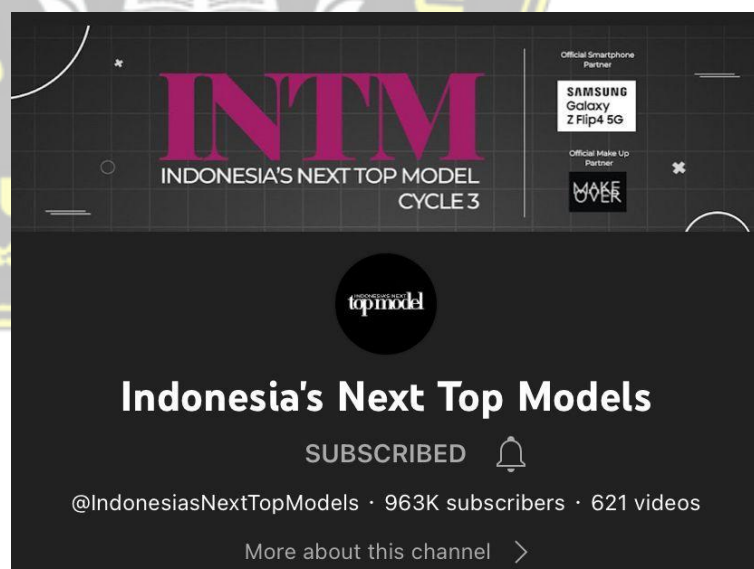
Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang akan menjelaskan bagaimana resepsi penonton terhadap tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*. Dalam metodologi kualitatif lebih ditekankan pada pencarian makna, konsep, pemahaman, atau bahkan pandangan terhadap suatu fenomena yang bersifat alamiah, mengutamakan kualitas, menggunakan berbagai metode, dan disajikan secara naratif (Kholifah, 2022). Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sumber data secara *purposive* dan *snowball*, triangulasi sebagai teknik pengumpulan dengan penggabungan data, analisis data yang bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Anggito & Setiawan, 2018).

Penelitian ini akan mengulas dan menganalisis bagaimana pesan yang disampaikan oleh media akan diterima dan dimaknai oleh masyarakat kemudian diinterpretasikan dalam bentuk sikap

ataupun perilaku dalam kehidupannya. Pendekatan ini akan membantu peneliti dalam mencari data yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah yang kemudian akan ditelaah melalui FGD (*Focus Group Discussion*) dan data pendukung berupa observasi serta wawancara mendalam (*in depth interview*).

1.7.2 Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di channel youtube official INTM @indonesiasnexttopmodel. Channel youtube ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena laman komentar dari tayangan episode *comeback cycle 3* ini menuai banyak pro dan kontra khalayak dalam memaknai pesan tersebut.



Gambar 1. 3 Youtube Channel Indonesia's Next Top Model
Youtube Channel Indonesia's Next Top Model
Sumber : Tangkapan Layar Youtube INTM (22/02/23)

Penelitian ini akan berlangsung di tempat yang akan ditentukan oleh peneliti untuk melaksanakan FGD (*Focus Group Discussion*) dan juga menyesuaikan dengan informan demi kenyamanan dan keleluasaan dalam melakukan diskusi. Tempat tersebut nantinya akan menyesuaikan waktu dan kondisi dari peneliti dan informan yang nyaman digunakan dan cocok untuk melakukan diskusi.

1.7.3 Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini informasi dan data yang diperoleh dari informan yang merupakan penonton atau orang yang sudah menonton tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback* dengan berbagai latar belakang informan. Pengambilan informan menggunakan teknik *purposive random sampling*.

1.7.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu hasil dari Observasi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan *in depth interview* (wawancara mendalam) terhadap khalayak yang sudah menonton tayangan *ASNTM Cycle 3 episode comeback*.

1.7.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari lapangan/sumber asli yang relevan dengan masalah penelitian. Data primer berupa FGD (*Focus Group Discussion*) dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan publik (orang yang sudah menonton tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*).
2. Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber keputusan dan sumber lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder adalah sumber lain, karya ilmiah, jurnal ilmiah, dokumen resmi, artikel, laporan/majalah yang berkaitan dengan topik penelitian, sumber berita lain di berbagai media dan sumber internet.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penelitian ini akan menggunakan tiga Teknik pengumpulan data :

1. Observasi yaitu pengamatan langsung dengan cara mengumpulkan informasi dengan menggunakan mata tanpa alat standar lain yang dirancang untuk tujuan itu Observasi ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang kegiatan manusia yang sebenarnya terjadi (David, 2017).
2. FGD (*Focus Group Discussion*) adalah suatu bentuk diskusi yang didesain sedemikian rupa agar dapat memunculkan informasi

mengenai keinginan, sudut pandang, kebutuhan, kepercayaan dan pengalaman yang dikehendaki peserta.

FGD bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang persepsi dan pendapat peserta tentang sesuatu, bukan untuk mencari konsensus atau membuat keputusan tentang tindakan apa yang akan diambil. Oleh karena itu, FGD menggunakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan peserta memberikan jawaban beserta penjelasannya (Paramita & Kristiana, 2013).

Dengan bantuan FGD, peneliti dapat memahami alasan, motif, argumentasi atau aspek informasi terkait topik yang dibahas. FGD yang akan dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang pandangan umum khalayak terhadap tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

3. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah suatu bentuk komunikasi lisan, suatu percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Biasanya komunikasi ini berlangsung dalam keadaan kontak tatap muka, namun komunikasi juga dapat dilakukan melalui telepon (David, 2017).

Jenis wawancara mendalam ini adalah wawancara informal tatap muka secara spontan kepada informan. Pertanyaan-pertanyaan ini tidak diperhatikan. Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mengikuti FGD.

Pemilihan didasarkan pertimbangan keluasan wawasan dan kekuatan argumentasi selama berlangsungnya FGD. Wawancara ini memberikan opini akurat tentang *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

1.7.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pencarian dan rekonsiliasi informasi secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya ke dalam unit-unit, mensintesisnya, memilih yang paling relevan dan dapat diteliti, dan menarik kesimpulan, sehingga mudah dipahami (Forefry, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif. Dalam penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa bahasa lisan atau tulisan dari informan yang diteliti. Data deskriptif berupa narasi kualitatif yang diperoleh dari hasil interpretasi diskusi kelompok terarah (FGD) dan wawancara mendalam yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses pengolahan data berupa pemilihan, pengorganisasian menjadi pola, pengkategorian dan pendeskripsian data. Pada tahap analisis data dari informan, decoding merupakan salah satu bagian terpenting dalam rangkaian

proses diseminasi, karena tanpa audience decoding (*consumption moment*), media tidak dapat menghegemoni khalayak. Decoding atau konsumsi teks media itu penting, mengetahui bagaimana teks yang sama dibaca, ditafsirkan, dan dimaknai oleh audiens (David, 2017)

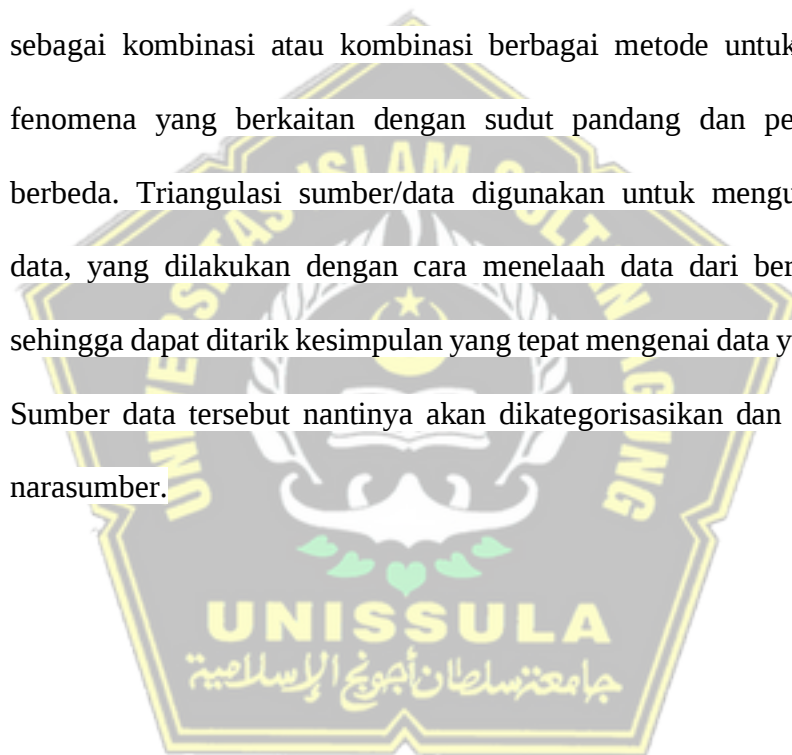
Hasil dari *decoding* informan yang dilakukan melalui FGD dan juga wawancara akan dianalisis mulai dari latar belakang, perilaku, tanggapan, pandangan, dan penerimaan informasi oleh peneliti. Kemudian data dari hasil wawancara dan pustaka yang mendukung akan dikategorisasikan berdasar tema yang dianalisis, selanjutnya diinterpretasikan serta dihubungkan dengan perumusan masalah dan juga kerangka teori dari penelitian ini.

1.8 Kualitas Data

Kualitas data pada penelitian kualitatif dalam paradigma konstruksionisme diperoleh dengan menganalisis kredibilitas dan otentisitas realitas yang diperankan oleh khalayak. Dalam penelitian ini Teknik yang digunakan untuk melakukan cek keabsahan data yaitu Teknik triangulasi. Triangulasi adalah metode analisis data yang mensintesis informasi dari berbagai sumber, sekaligus sebagai teknik untuk memeriksa keakuratan data. Triangulasi dalam uji kredibilitas ini diartikan sebagai membandingkan dan memverifikasi data yang diperoleh melalui waktu dan

alat yang berbeda. Jadi ada empat macam triangulasi, antara lain triangulasi sumber, triangulasi teoretis, triangulasi metode, dan triangulasi penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber sebagai validitas sumber (data). Pengertian triangulasi data adalah peneliti memeriksa data dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda pada waktu yang berbeda yaitu triangulasi data/sumber. Triangulasi digunakan sebagai kombinasi atau kombinasi berbagai metode untuk mempelajari fenomena yang berkaitan dengan sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Triangulasi sumber/data digunakan untuk menguji keakuratan data, yang dilakukan dengan cara menelaah data dari berbagai sumber sehingga dapat ditarik kesimpulan yang tepat mengenai data yang dianalisis. Sumber data tersebut nantinya akan dikategorisasikan dan disetujui oleh narasumber.



BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Perkembangan Youtube

Youtube merupakan situs web berbagi video yang dibuat pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Situs ini memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi video. Berpusat di San Bruno, California, perusahaan menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menyajikan berbagai konten video untuk pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, situs ini juga menawarkan konten amatir seperti vlog, video original pendek dan tutorial. Pada November 2006, LLC resmi membeli youtube dan sejak pada saat itu youtube resmi beroperasi sebagai anak dari perusahaan Google.

Youtube adalah situs web berbagi video populer yang memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi video secara gratis, dengan menduduki *most active social media*. Secara umum, video YouTube mencakup video, film, acara TV, dan video pengguna. Salah satu layanan Google ini memudahkan penggunaanya untuk mengunggah video dan pengguna lain di seluruh dunia dapat menggunakannya secara gratis (Stellarosa et al., 2018).

Sebagian besar konten YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lainnya telah mengunggah materi mereka ke situs tersebut sebagai bagian dari

program afiliasi *Youtube*. Pengguna yang tidak terdaftar dapat menonton video sementara pengguna terdaftar dapat mengunduh video tanpa batas. Video yang tergolong eksplisit hanya dapat dilihat oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun ke atas. *Youtube* menjadi pemimpin untuk menjadi situs pencarian video di internet, dengan lebih dari 100.000.000 video ditonton oleh pengunjung setiap harinya. Lebih dari 65.000 video kini diunggah setiap hari ke *youtube* (Harumawardhani et al., 2022)

Di era digital saat ini hampir setiap orang pernah memiliki pengalaman hidup di dua dunia, dunia yang dimaksud tentunya adalah dunia nyata kehidupan sehari-hari. Dunia lain adalah dunia maya, dalam hal ini menggunakan internet. Pada tahun 2015 hingga 2016, perkembangan YouTube khususnya di Indonesia mulai mengalami percepatan. YouTube adalah portal atau situs web berbagi video yang dimiliki oleh Google Inc. YouTube adalah salah satu yang terbesar di dunia maya. Jutaan video tersedia sepenuhnya dan gratis untuk ditonton. Mulai dari video amatir yang diunggah pengguna YouTube hingga video musik buatan produser industri musik dunia tersedia di portal YouTube ini. Karena banyaknya penonton YouTube, konten kreator pun membludak di platform ini. Mereka berlomba untuk menunjukkan karya mereka. Konten yang mereka sajikan pun beragam. Ada vlog, game, film pendek, prank, dan lainnya. Dengan lebih dari satu miliar pengguna bulanan di seluruh dunia, itu hampir sepertiga dari total jumlah pengguna internet. Perkembangan *Youtube* di Indonesia semakin pesat, *Youtube* menjadi salah satu platform dan media online

terpopuler saat ini. Popularitasnya diprediksi akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna dan pembuat kontennya. (Larasati et al., 2021)

Mudah digunakan dan sangat fleksibel, Youtube dapat dibuka dengan perangkat yang kompatibel. Ini memungkinkan pembuat video amatir mengunggah konten video mereka untuk publikasi gratis. Jika video Anda diterima dengan baik, penayangan akan meningkat. Banyak pemirsa meminta pengiklan untuk memasang iklan di video berikutnya. Menurut televisi, isi acara televisi yang menyenangkan penontonnya yang dalam hal ini tinggi otomatis menarik pengiklan. Menurut Agus Suradika (2020:3) *YouTube* menjangkau hingga 88% pengguna internet di Indonesia. Jejaring sosial ini telah menjangkau berbagai kalangan karena layanan yang diberikan dan kemudahan interaksi, seperti: menonton berita, mencari informasi atau hanya untuk hiburan, semacamnya. Menonton film, mendengarkan dan menonton video musik dan hal lainnya. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Youtube adalah sebuah platform yang memungkinkan kita untuk mencari atau membagikan video ke seluruh dunia. Video Youtube sangat berbeda, yaitu: Musik, Komik, Podcast, Game, Ulasan, Streaming, Komedi, Penawaran, Pendidikan, dan lainnya (Pratama, 2022).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Youtube adalah sebuah platform yang memungkinkan kita untuk mencari atau membagikan video ke seluruh dunia. Video Youtube sangat berbeda, yaitu: Musik, Komik, Podcast, Game, Ulasan, Streaming, Komedi, Penawaran,

Pendidikan, dan lainnya. Banyak pengguna telah mengunjungi situs web ini yang memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi video secara gratis. Terdapat berbagai macam fitur di Youtube seperti yang tertulis di www.youtube.com , terdapat lima fitur produk di Youtube diantaranya :

1) Penelusuran YouTube

Fitur ini membantu pengguna dalam melakukan pencarian video.

2) Rekomendasi Video

Fitur rekomendasi membantu pengguna menemukan lebih banyak video yang mereka sukai. Fitur ini biasanya disetel untuk video yang sering ditonton pengguna.

3) Berita dan Informasi

Fitur ini memberikan informasi terkini yang sedang viral dan banyak diperbincangkan. Untuk konten yang mengutamakan akurasi dan kredibilitas, termasuk berita, informasi politik, medis, dan ilmiah

4) Monetise untuk Kreator

Fitur ini membantu pembuat konten mendapatkan uang langsung melalui platform YouTube dengan berbagai cara, yaitu melalui iklan, penjualan merchandise, dan langganan.

5) YouTube Live.

Pembuat konten dapat menyatukan penonton secara real time untuk berdiskusi, belajar, dan membentuk komunitas sosial baru. Contohnya seperti konferensi pers.

Berdasarkan source data indonesia.id, Indonesia menjadi negara dengan peringkat ketiga pengguna youtube terbanyak setelah India dan Amerika. Mencapai angka yang fantastis yaitu 127 juta pengguna youtube di Indonesia. Oleh karena itu, banyak yang berlomba lomba untuk membuat konten di kanal youtube. Sama halnya dengan stasiun televisi di Indonesia yang juga merambah platform digital untuk mempertahankan eksistensi dan juga meraih lebih banyak viewers untuk konten yang mereka sediakan. Net Tv atau Net Verse menjadi salah satu stasiun televisi yang mengambil langkah tersebut untuk program acara mereka, salah satunya yaitu *Indonesia's Next Top Model* (INTM). Dari musim pertama hingga musim ketiga, platform digital ini dimanfaatkan Net Tv untuk mendapatkan audience sebanyak banyaknya, selain bisa ditonton berulang kali di youtube, channel ini bisa mendapatkan pemasukan dari iklan yang nantinya masuk ke tayangan youtube INTM.

2.2 *Indonesia's Next Top Model*

Indonesia's Next Top Model adalah ajang pencarian bakat di bidang modelling yang ditayangkan di stasiun televisi NET. Arkab disebut INTM,

ajang ini merupakan duplikasi program dari negara lain yaitu ASNTM (*Asia's Next Top Model*). Memasuki musim ketiga ini INTM memiliki perbedaan mulai dari jumlah peserta dan *judges* yang akan memonitoring dan menilai. Musim pertama INTM ini berlangsung sejak 28 November 2020 hingga 9 April 2021 dengan 16 kontestan dan empat juri yaitu Luna Maya, Patricia Gouw, Deddy Corbuzier, dan Panca Makmun. Selain itu Ayu Gani, Jesslyn Lim, Andien, dan Nagita Slavina juga tercatat sebagai *guest judges* dari musim pertama ini. Beberapa brand ternama seperti Honda dan juga Ellips menjadi partner resmi dari INTM musim pertama ini. Dalam musim pertama ini hanya memiliki satu *challenge* yaitu photoshoot, sedangkan *challenge* runway hanya ada di *grand final*. Tim *comeback* yang hadir dalam kompetisi ini muncul ketika kompetisi ini memasuki top 4 yaitu Gea, Ilene, Devina dan Yumi. Danella Ilene Kurniawan keluar menjadi pemenang pada *Indonesia's Next Top Model Cycle 1* dan Galatia Gea Amanda resmi menjadi *runner up* di cycle 1 ini (Ramadhani & Tiani, 2022)

Berbeda dengan musim sebelumnya, musim kedua ini terdiri dari 18 model cantik dan beberapa posisi *judges* yang berbeda yaitu Luna Maya, Ayu Gani, Panca Makmun, serta *designer* ternama Indonesia Ivan Gunawan. INTM musim kedua ini ditayangkan sejak 4 November 2021 yang menghadirkan Dave Hendrik, Cathy Sharon dan Sophia Latjuba sebagai *guest judges* pada musim ini. Samsung resmi menjadi partner dari Indonesia's Next Top Model musim ini.

Sistem yang berbeda juga terlihat jelas dari tantangan ditambahkan ke sesi pemotretan, yaitu penilaian hasil pemotretan grup. Terlepas dari hasil photoshoot individu, grup dengan hasil foto terbaik tidak akan tersingkir. Sedangkan kelompok yang kalah akan menjalani penjurian individu untuk menentukan peserta yang akan dieliminasi. Penilaian mingguan para kontestan tidak hanya berdasarkan hasil pemotretan, tetapi juga tergantung pada penampilan para kontestan di *runway challenge*. Dikombinasikan dengan penilaian hasil pemotretan dan tantangan runway, akan diputuskan kontestan mana yang akan dieliminasi setiap minggunya. Namun setelah musim *comeback*, saat kompetisi ini memasuki tujuh besar, sistem foto grup dihapuskan, artinya hanya foto individu dan tantangan *runway* yang akan menentukan siapa yang akan tereliminasi. Pada musim kedua ini dimenangkan oleh Sarah Gabriella Tumiwa dan Helen Hiu sebagai *runner up*.

Memasuki musim ketiga INTM memiliki banyak persamaan dengan musim sebelumnya yaitu musim kedua. Mulai dari sistem penjurian, dewan juri, *challenge* dan juga sistem *comeback* yang dihadirkan pada saat kompetisi memasuki tujuh besar. Samsung Kembali menjadi partner resmi Bersama dengan *Paragon Technology and Innovation* (Make over) dan dua supporting partner yaitu Yamaha Indonesia Motor Manufacturing dan *Asia Health Energy Beverages* (Nutrville).

Kontestan	Panggilan	Usia	Tinggi	Kota asal
Esther Kian Septavira Luberta	Kian	20	177 cm (5 ft 9 ½ in)	Bali
Shania Binti Mahir Hamdun	Shania	22	176 cm (5 ft 9 ½ in)	Yogyakarta
Natalie Indirasvari Kristensen	Indira	27	170 cm (5 ft 7 in)	Bali
Ilmi Arsala Alaihi	Ilmi	25	168 cm (5 ft 6 in)	Jakarta
Flores Cantika Timoer	Flores	24	174 cm (5 ft 8 ½ in)	Bandung
Eveline Effendi Tan	Eveline	22	170 cm (5 ft 7 in)	Jakarta
Masyitah Arwin	Masyitah	26	168 cm (5 ft 6 in)	Jakarta
Audrey Bianca Callista	Audrey	17	175 cm (5 ft 9 in)	Jakarta
Maria Clafita Witoko	Clafita	24	173 cm (5 ft 8 in)	Bali
Wirda Sheren Regina Simamora	Sheren	22	174 cm (5 ft 8 ½ in)	Yogyakarta
Grace Savior Innochintya Lesbasa	Grace	18	172 cm (5 ft 7 ½ in)	Surabaya
Yumi Kwandy	Yumi	24	173 cm (5 ft 8 in)	Makassar
Ranti Kusuma Putri	Ranti	25	173 cm (5 ft 8 in)	Jakarta
Devina Bertha	Devina	23	171 cm (5 ft 7 ½ in)	Bali
Galatia Gea Amanda Lim	Gea	24	177 cm (5 ft 9 ½ in)	Jakarta
Danella Ilene Kurniawan	Ilene	23	173 cm (5 ft 8 in)	Bali

Gambar 2. 1 Kontestan INTM Cycle 1
 Sumber : Tangkapan Layar wikipedia.com

Kontestan	Panggilan	Usia	Tinggi	Kota asal
Gisela Martha	Gisela	22	1,76 m (5 ft 9½ in)	Surabaya
Ayu Nisa Nurfitri	Ayu	27	1,73 m (5 ft 8 in)	Yogyakarta
Aziza Alhafiz	Aziza	22	1,68 m (5 ft 6 in)	Palembang
Aurel Vida Oriana	Aurel	17	1,70 m (5 ft 7 in)	Bandung
Marissa Lorylin Widjaja	Marissa	19	1,72 m (5 ft 7½ in)	Bali
Maria Yolanda Wenur	Yolanda	24	1,68 m (5 ft 6 in)	Surabaya
Sitta Novita	Sitta	27	1,76 m (5 ft 9½ in)	Jakarta
Tiffany Zhu	Tiffany	24	1,72 m (5 ft 7½ in)	Medan
Ni Made Chainia Lovera Lilipaly	Chainia	17	1,73 m (5 ft 8 in)	Surabaya
Nita Oktarina Pangestu	Nita	22	1,74 m (5 ft 8½ in)	Bandung
Alfirda Alifia	Alfi	22	1,78 m (5 ft 10 in)	Jakarta
Maria Christina Evanny Wityo	Evanny	24	1,77 m (5 ft 9½ in)	Jakarta
Tiffany Regina Iskandar	Jolie	27	1,66 m (5 ft 5½ in)	Jakarta
Audya Ananta	Audya	22	1,72 m (5 ft 7½ in)	Surabaya
Peace Jemima Okechukwu Nnatuanya	Peace	18	1,68 m (5 ft 6 in)	Jakarta
Faradina Amalia	Faradina	28	1,79 m (5 ft 10½ in)	Yogyakarta
Helen Hiu	Helen	20	1,70 m (5 ft 7 in)	Jakarta
Sarah Gabriella Tumiwa	Sarah	21	1,75 m (5 ft 9 in)	Jakarta

Gambar 2. 2 Kontestan INTM Cycle 2
 Sumber : tangkapan layar wikipedia.com

Kontestan	Nama Panggung	Usia	Tinggi	Kota asal
Chloé Callista	Coco	21	171 cm (5 ft 7½ in)	Jakarta
Michelle Caroline Kerdijk	Michelle	22	176 cm (5 ft 9½ in)	Bandung
Trixie Theola	Trixie	29	179 cm (5 ft 10½ in)	Bandung
Shinta Kyrie Agathalia	Shynka	26	178 cm (5 ft 10 in)	Jakarta
Intania Rachma	Intan	17 → 18	173 cm (5 ft 8 in)	Gresik
Kezia Tan	Kezia	18	174 cm (5 ft 8½ in)	Surakarta
Raisa Almira	Raisa	22	175 cm (5 ft 9 in)	Yogyakarta
Febby Hagania Sandi Zendrato	Fey	23	178 cm (5 ft 10 in)	Jakarta
Shalfa Putri Raihan	Shalfa	21	168 cm (5 ft 6 in)	Bandung
Olivia Pramaissella	Olivia	27	170 cm (5 ft 7 in)	Jakarta
Denissa Chantika Advenetta Pinem	Denissa	22	170 cm (5 ft 7 in)	Jakarta
Nadia Vannesa	Vannes	25	168 cm (5 ft 6 in)	Bandung
Monica Soraya Bajunaid	Monica	25	175 cm (5 ft 9 in)	Jakarta
Berlian Aura Yasarah	Berlian	19	172 cm (5 ft 7½ in)	Surabaya
Maria Gabriella Mulwanto	Marella	21	170 cm (5 ft 7 in)	Jakarta
Nathalie Kezia	Nathalie	23	171 cm (5 ft 7½ in)	Jakarta
Paula Andrea Soesanto	Paula	21	173 cm (5 ft 8 in)	Surabaya
Rizkho Maulida Bustomi	Iko	27	175 cm (5 ft 9 in)	Jakarta

Gambar 2. 3 Kontestan INTM Cycle 3
Sumber : tangkapan layar wikipedia.com

2.3 Fakta *Indonesia's Next Top Model*

Beberapa fakta yang membuat INTM menjadi sorotan publik. Beberapa cuplikan seperti perilaku kontestan dan dewan juri pada ajang tersebut menjadikan program ini disorot. Hal ini yang tentunya menunjang audience untuk menonton program tersebut.

1. Ucapan mengenai *mental health*

Kontroversi yang terjadi di top 5 musim pertama ini dialami oleh Ilene yang merupakan the winner *Indonesia's Next Top Model* cycle 1. Ketika diberikan komentar pada hasil fotonya Ilene menceritakan bahwa makna dan konsep dari foto ini adalah Ilene yang sudah mampu menghargai dirinya sendiri yang lebih berani dan tidak ada yang bisa menghancurkannya

lagi. Kemudian ia menceritakan dimasa lalunya Ilene pernah mengalami gangguan mental dan juga *eating disorder*. Deddy kemudian memotong cerita Ilene dengan berkata "Kamu tuh cantik, kamu tuh model, tinggi, badan bagus, seksi. Kalau kamu depresi, kamu menghina tukang martabak yang jualan di depan rumah saya." Luna pun mengatakan "Saya suka banget makan, jadinya saya *eating disorder* kali ya."

Dari komentar tersebut para juri dirasa tidak memiliki rasa simpati dan menyepelekan gangguan mental tersebut oleh netizen. Dukungan diberikan kepada Ilene melalui twitter dan juga Instagram, kontroversi ini juga menarik Nadya Hutagalung dan Ariel Tatum yang ikut bersimpati untuk memberikan kritikan. Hingga pada akhirnya Deddy dan Luna membuat permintaan maaf di akun Instagramnya masing – masing. Kalimat kontroversial yang menjadi masalah tersebut kemudian dipotong dari episode penjurian yang diunggah di saluran *YouTube* resmi INTM.

2. Belajar potong kuku di INTM

Audrey kontestan di INTM musim pertama ini mengungkapkan ia banyak belajar setelah diberikan pertanyaan oleh Luna Maya "Banyak belajar kamu disini?". Audrey pun menjawab banyak hal yang ia pelajari seperti belajar potong bawang, belajar cuci piring dan belajar memotong kuku kaki. Ia mengaku diajarkan hal tersebut oleh Flores. Pernyataan tersebut menuai kontroversi sehingga banyak netizen yang menganggap ini sebuah tontonan yang lucu dan unik. Dimana menampilkan 16 model dengan sifat dan karakter yang berbeda dalam satu rumah, yang tentunya

dapat dipastikan terjadinya perselisihan atau salah paham antar kontestan diluar *challenge* kompetisi.

3. *Public enemy* di rumah karantina

Tiffany Jolie adalah salah satu dari 18 model yang terpilih dalam kompetisi *Indonesia's Next Top Model cycle 2*. Di musim kedua ini berbeda dengan musim sebelumnya yakni jumlah model yang masuk ke dalam karantina lebih banyak jumlahnya. Hal itu tentu membuat keadaan rumah karantina semakin ramai dan banyak mengundang selisih paham dibalik karakter para model yang berbeda – beda. Jolie adalah model dengan julukan *public enemy*, karena banyak yang tidak suka dengan sifat dan karakternya. Jolie dianggap sering mencuri perhatian camera dan juri dengan aksi tangisnya di tengah penjurian. Dibuktikan dengan banyaknya masalah pribadi dengan para model antara Jolie dan Sarah, Jolie dan Peace, Jolie dan Yolanda dan masih banyak lainnya. Jolie dengan sifat ambisinya ini dianggap ingin menang sendiri. Hal ini tentu mendapatkan komentar pro dan kontra di berbagai akun sosial media INTM. Banyak yang menghujat dan membenarkan anggapan para model lain tentang drama yang Jolie lakukan, tetapi juga tak sedikit orang yang memberikan dukungan mental kepada Jolie. Selain memiliki penyakit bawaan, menjadi *public enemy* juga sangat berpengaruh pada Kesehatan mental.

4. Cycle 2 terdapat double elimination

INTM musim kedua ini memang banyak menuai kontroversi, terlepas dari banyaknya perdebatan para model. Cycle 2 ini dikejutkan

dengan adanya keputusan juri yang melakukan double elimination pada episode 12 yaitu Yolanda dan juga Marissa. *Challenge* yang mengusung tema fleksibel untuk berfoto di atas *billboard* ini berhasil membuat para model mengalami kesulitan karena kebanyakan dari mereka merasa dirinya kurang fleksibel. Model diminta untuk memilih beberapa properti pendukung untuk melakukan photoshoot dan menjadikan Samsung Galaxy Flip 5G sebagai highlight dari photoshoot tersebut.

5. Shynka mengundurkan diri

Pada episode 8 INTM musim ketiga ini, Shynka dan Kezia berada di bottom two atau disebut juga dua posisi terbawah. Dan menghasilkan Shynka yang masih lolos ke babak selanjutnya. Namun pernyataan Shynka yang mengejutkan para judges dan kontestan lain yaitu Shynka memberikan posisinya kepada Kezia untuk melanjutkan kompetisi dan Shynka lah yang pulang. “Bisa kamu ucapkan sekali lagi yang lebih jelas Shynka” kata Luna Maya.

Shynka yang mengucapkan bahwasanya dia ingin memberikan posisinya kepada Kezia dan ingin pulang dikarenakan dia merasa bahwa usaha nya selama kompetisi hingga hari episode 8 ini tidak diapresiasi oleh juri meskipun sudah berusaha keras. Luna Maya menjawab dengan "Shynka, kalau kamu merasa tidak diapresiasi, foto kamu hari ini tidak akan saya pilih. Jadi pemikiran kamu dan apa yang kamu sampaikan saat ini ke kami, saya merasa kamu lah yang tidak mengapresiasi diri kamu sendiri."

Dari sudut pandang Luna Maya, Shynka lah yang seperti tidak menghargai dirinya sendiri.

Kemudian Panca Makmun mengucapkan permintaan maaf ya bagi seluruh kontestan tentang kritikan terkadang pedas yang disampaikan ini untuk perkembangan dan kemajuan mereka (kontestan).

2.4 Sinopsis *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*

Pada episode *comeback* ini menyisahkan tujuh model atau disebut dengan top 7. Terdiri dari Marella, Vannes, Shalfa, Berlian, Pala, Iko, dan Nathalie. Seperti biasa untuk menuju *challenge* selanjutnya mereka akan mendapatkan *clue* dari Luna Mail. “Hi Models, Workout and push your limits. Jangan sampai posisimu terancam.”

Melalui *clue* tersebut para model menebak bahwa *challenge* selanjutnya yaitu race / balapan. Hingga saat dilapangan datanglah 7 model *comeback* yaitu Monica, Olive, Fey, Michelle, Denissa, Trixie, dan Kezia. Mereka akan bersaing secara versus dalam hal olahraga. Kemudian pemenang dari mini *challenge* tersebut akan mendapat privilege untuk photoshoot di major *challenge* dengan tema “*The Unrealistic Upside Down Photoshoot*”. Yang mana para model akan digantung secara terbalik untuk melakukan photoshoot tersebut. Seperti biasa setelah adanya *minor* dan *major challenge* maka para model akan dihadapkan dengan tantangan terakhir yaitu *runway* dan kembali dilakukan secara versus atau berpasangan antara black team melawan white team. Hasil penjurian yang

mengejutkan yaitu kepulangan Shalfa *the real top 7* dan menghadirkan 3 peserta *comeback* yaitu Olive, Denissa, dan juga Monica.



Gambar 2. 4 Berlian Top 7

Sumber : Tangkapan Layar Instagram @intm_netv



Gambar 2. 5 Vannes Top 7

Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 6 Marella Top 7

Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 7 Nathalie Top 7
Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 8 Paula Top 7
Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 9 Iko Top 7
Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 10 Shalfa Top 7
 Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 11 Fey Model Comeback
 Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 12 Olivia Model Comeback
 Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 16 Denisa Model Comeback
Sumber : Instagram @intm_netv



Gambar 2. 17 Michelle Model Comeback
Sumber : Instagram @intm_netv

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

3.1 Penyajian Data Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang resepsi penonton tentang tayangan episode *comeback Indonesia's Next Top Model*. Penulis akan memaparkan hasil penelitian secara kualitatif berdasarkan kajian Pustaka, FGD (*focus group discussion*) wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa penonton. Penelitian ini dilakukan atas dasar tujuan dari penelitian, yaitu untuk mendapat dan mendeskripsikan bagaimana resepsi penonton terhadap tayangan episode *comeback Indonesia's Next Top Model*. Data yang disajikan dalam penelitian ini berupa data primer hasil penelitian dan hasil analisis terhadap data tersebut. Data primer merupakan data yang telah dihimpun oleh peneliti di lapangan melalui metode wawancara mendalam dengan bantuan *interview guide* kepada narasumber.

Pertanyaan yang diberikan dalam wawancara ini mengenai bagaimana asumsi penonton terhadap sistem dan kebijakan keputusan juri yang terdapat pada tayangan episode *comeback Indonesia's Next Top Model Cycle 3*. Hasil FGD dan wawancara mendalam diuraikan dalam bentuk jawaban yang merupakan hasil dari wawancara. Narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini merupakan orang yang sudah menonton dengan sukarela atau mengikuti kompetisi *Indonesia's Next Top Model*

Cycle 3. Informasi yang disajikan berupa data primer yang kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan.

Focus Group Discussion dilakukan pada 16 Mei 2023. Diskusi dilakukan di kediaman peneliti dan wawancara langsung dilakukan pada 16 Mei 2023. Tahapan yang dilakukan peneliti yaitu membuat daftar pertanyaan untuk dijadikan bahan diskusi, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Beberapa tahap yang dilakukan peneliti untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh narasumber :

1. Pertama, peneliti menyusun pertanyaan diskusi berdasar unsur kredibilitas yang akan ditanyakan pada narasumber.
2. Penayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*.
3. Melakukan pemilihan informasi yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti, dan didapatkan 3 informan.
4. Melakukan diskusi langsung dengan narasumber, serta melakukan pertanyaan secara langsung dengan informan.
5. Memindahkan data hasil diskusi yang berbentuk rekaman dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan.
6. Penyajian data
7. Pembahasan

3.2 Profil Informan

3.2.1 Informan 1

Alvina Rosikhya Hanum adalah mahasiswa S2 Magister Teknik Sipil Universitas Islam Sultan Agung, berusia 23 tahun. Memiliki pandangan yang luas dan tidak melihat hanya dari satu sisi dalam menilai sebuah permasalahan, itu adalah kesan pertama saat saya melakukan wawancara dengan Alvina.

3.2.2 Informan 2

Alya Yumna Noernantyo merupakan mahasiswa yang sedang memperjuangkan gelar sarjana hukum di Universitas Islam Sultan Agung. Wanita berusia 21 tahun ini memiliki jawaban yang tegas terhadap permasalahan yang terjadi dalam tayangan tersebut.

3.2.3 Informan 3

Marcellinus Dimas Aji Pramana, Mahasiswa manajemen di Universitas Semarang yang memiliki ketertarikan pada event atau kompetisi serupa dengan Indonesia's Next Top Model. Lelaki berusia 22 tahun ini menurut saya memiliki banyak asumsi dan pertimbangan dalam memberikan jawaban sehingga dia memerlukan waktu untuk memutuskan atau memberikan sebuah jawaban kepada peneliti.

3.3 Resepsi Informan

3.3.1 Resepsi Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode *Comeback*

Indonesia's Next Top Model ini merupakan kompetisi yang diadaptasi dari AsNTM (Asia's Next Top Model). INTM ini sudah berjalan ke musim ketiga. Kompetisi yang berisikan 18 model cantik dengan skill dan sifat yang berbeda disatukan dalam rumah karantina INTM. Model pemula hingga model berpengalaman ada dalam satu kompetisi untuk memperebutkan gelar *the winner Indonesia's Next Top Model Cycle 3*. Dengan format juri yang sama dari cycle 2 yaitu Luna Maya, Panca Makmun, Ivan Gunawan, dan Ayu Gani. Format acara ini juga masih sama seperti musim sebelumnya yaitu, *mini challenge* dan *major challenge* (*photoshoot* dan *runway*) yang setiap minggunya akan ada satu model yang tereliminasi.

Setelah menonton tayangan tersebut informan bebas menginterpretasikan pendapat mereka tentang tayangan tersebut, berikut adalah pendapat informan. Informan pertama menyampaikan bahwa INTM adalah program yang berkualitas.

“Menurut saya program INTM yang saya lihat ini merupakan kompetisi modeling yang berkelas jadi harus benar-benar menyeleksi yang baik dan mampu mendapatkan predikat menjadi model yang berkualitas.”

Dilanjutkan informan kedua yang berpendapat bahwa program INTM ini merupakan kompetisi modelling yang meningkatkan skill dan juga popularitas bagi kontesannya.

“Yang saya lihat INTM ini sebuah kompetisi modelling yang diikuti model berpengalaman dan para model yang baru terjun ke dunia modelling untuk meningkatkan skill dan popularitas sih”

Informan ketiga memberikan pendapat yang tidak jauh berbeda dengan dua informan lainnya, informan ketiga mengatakan bahwa program INTM ini.

“Program INTM dapat memberikan dampak positif bagi penonton karena dengan adanya program tersebut dapat memberikan edukasi dan inspirasi mengenai dunia fashion, fotografi serta modeling melalui acara TV. Dengan adanya program tersebut juga dapat mencari talent dibidangnya untuk tampil dan berkompetisi di dunia modeling.”

3.3.2 Resepsi Informan terhadap Datangnya Model Comeback



Gambar 3. 1 Datangnya model comeback
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Pada scene ini, datangnya tujuh model *comeback* yaitu Olivia, Monica, Denisa, Trixie, Kezia, Fey dan Michelle cukup mengejutkan para top 7. Mereka merasa bahwa persaingan akan semakin kuat untuk mempertahankan posisi mereka masing – masing dan para *comeback* berusaha untuk merebut posisi dari model top 7 untuk bisa kembali berkompetisi dan memperebutkan gelar winner. Para top 7 merasa perjuangannya semakin lama menuju final karena datangnya para *comeback*.

Datangnya model *comeback* di cycle 3 ini memunculkan pendapat dari informan pertama bahwa hal tersebut adalah hal yang tidak adil.

“Dari saya itu hal yang tidak adil. Karena menuju top 7 saja sudah penuh perjuangan dan tantangan bagi mereka, apalagi ada model come back di top 7 otomatis akan menyingkirkan yang sudah masuk ke top 7, yang membuat top 7 kemungkinan bisa tersingkirkan oleh model comeback”

Sama dengan informan pertama, informan kedua juga menyebutkan bahwa datangnya model *comeback* ini tidak adil untuk model top 7.

“kata aku sih gak adil ya, tapi setahuku ajang modelling ini memang agak kejam . Saya juga pernah nonton Asia’s Next Top Model juga kan challenge nya agak ga masuk akal,mereka butuh

perjuangan buat ada di posisi top 7 sekarang ini. Jadi menurut saya ini sih gak adil karena si comeback, mereka udah sempat keluar.”

Berbeda dengan kedua informan lainnya, informan ketiga melihat dari sudut pandang yang berbeda. Baginya ini merupakan hal yang mampu menambah semangat para kontestan top 7 untuk bersaing.

“Menurut saya dengan datangnya kembali 7 model, hal tersebut dapat membuat suasana semakin seru dan semakin mengasikan, karena dapat membuat antar model untuk saling lebih bersaing, bekerja sama dan memotivasi untuk menjadi semakin lebih baik agar tidak tergantikan oleh 7 model yang datang kembali.”

3.3.3 Resepsi Informan terhadap Komentar “Insecure” Monica kepada Top 7

Monica yang menyebut para top 7 sedang insecure dan merasa terancam akan kedatangan model *comeback*, terus mengundang emosi para kontestan termasuk Marella. Hal ini terjadi akibat kesalahpahaman pada awal kedatangan model *comeback* yang tidak disambut dengan hangat oleh teman – teman di rumah karantina dulu.



Gambar 3. 2 Mini Challenge Versus
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Monica mampu membawa suasana dan emosional bagi penontonnya termasuk informan pertama yang menyatakan bahwa Monica hanya menutupi ketakutan dalam dirinya sendiri.

“Karena pada dasarnya monic merupakan model yang sudah tereliminasi dan kemungkinan besar dia tidak akan bias maju untuk menjadi model top 7, dia selalu insecure apalagi dijadikan dalam satu kamar dengan si marella yang notabennya dia adalah model top 7 dengan kata-kata dari model top 7 membuat monic terus selalu merasa insecure dari situ dia merasa ketakutan makanya dia berusaha menutupi dan terus berkata bahwa Top 7 lah yang sedang insecure.”

Sama halnya dengan informan pertama, informan kedua yang langsung meyakini bahwa Monica hanya menutupi rasa tidak percaya dirinya saja.

“ah dia buat nutupin mindernya Monic aja. Karena dia eliminasi di top 14. I think dia ngerasa kalah jauh dari top 7 atau bahkan lawannya yang sesama model comeback.”

Informan ketiga yang menanggapi dengan sudut pandang yang sama dengan informan pertama dan kedua, menurutnya Monica lah yang sedang merasakan *insecure*.

“Menurut saya monica lah yang cenderung insecure terhadap dirinya sendiri karena harus bersaing melawan 7 model yg sudah jelas lolos pada tahap kompetisi, kata “insecure” yang dilontarkan oleh Monica untuk 7 model yg sudah lolos menurut saya hanyalah untuk menutupi rasa tidak kepercayaan dirinya untuk kembali tampil berkompetisi dengan melontarkan kata insecure pada top 7.”

3.3.4 Resepsi informan terhadap Privilege di Mini Challenge

Bagian ini dapat terlihat bahwa terdapat tujuh model yang sedang melihat referensi *photoshoot* langsung dari judges, yaitu Ayu Gani, Nath, Marella, Berlian, Vannes, Shalfa adalah 5 model dari top 7 yang berhasil unggul dalam *mini challenge* versus. Sedangkan dua model lain yaitu Trixie, Denisa berasal dari model comeback yang berhasil unggul di challenge sebelumnya.



Gambar 3. 3 *Privilege Mini Challenge*

Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Informan pertama berpendapat bahwa ia tidak setuju dengan privilege yang juga diberikan kepada model *comeback* bahkan setelah memenangkan *mini challenge*.

“seharusnya model come back ini jangan di battle kan dengan top 7. Jelas Top 7 mempunyai keunggulan sendiri dalam perjalanannya selama ini, jika ingin adanya model come back seharusnya battle dilakukan dengan sesama comeback dan yang memenangkan bisa bersaing dengan model top 7 yang lebih berat lagi. Dan privilegenya tidak disamaratakan untuk model comeback.”

Informan kedua mengutarakan bahwa ini tidak fair untuk *mini challenge* yang kurang objektif, tetapi informan kedua menyatakan bahwa privilege adalah hal yang pantas untuk siapapun yang unggul.

“Ini fair gak fair sih, karena menurut aku ada yang battle tapi gerakan keduanya sama sama jelek gitu. Tapi karena mereka

sudah sama sama berusaha menyelesaikan challenge tersebut ya masih makesense siapa yang unggul buat dapet privilege.”

Informan ketiga setuju dengan apa yang disampaikan oleh informan kedua bahwa privilege adalah hal yang fair untuk siapapun yang lebih unggul.

“Reward yang diberikan kepada siapapun yang lebih unggul itu wajar saja karena mereka sudah berusaha untuk lebih unggul dari lawannya.”

3.3.5 Resepsi Penonton tentang Perselisihan Monica dan Marella

Pada part ini, selisih paham antara Marella dan Monica semakin memanas membuat suasana di rumah karantina menjadi tidak kondusif. Pada saat awal datangnya model *comeback* yaitu Olivia, Denisa, Kezia, Fey, Michelle, Trixie dan Monica, mereka langsung mendapatkan respon yang kurang baik dari model top 7 yaitu Marella yang mengatakan model *comeback* untuk pulang saja. Dari kejadian itu muncul perkataan Monica bahwa top 7 sedang *insecure* atas kedatangan para model *comeback*.

Melihat respon Monica yang terkesan merendahkan model top 7 Marella kembali meresponnya dengan mengatakan bahwa dia marah kepada seluruh model *comeback* yang datang kecuali Fey. Karena Fey adalah kontestan yang tereliminasi di top 8. Marella memaklumi kedatangannya karena Fey masih mengikuti seluruh *challenge* hingga top 8.



Gambar 3. 4 Respon Marella terhadap model comeback
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23



Gambar 3. 5 Respon Marella terhadap Monica
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Menurut informan pertama statement Monica dan Marella adalah hal yang wajar dilihat dari sudut pandang Monica dan Marella.

“Benar apa kata Monic karena kesempatan tidak akan pernah datang dua kali. Sejauh apapun perjalanan seberat apapun rintangan jika masih mendapatkan kesempatan itu harus berusaha semaksimal mungkin. Dan tentang ucapan Marella kepada Fey itu merupakan hal yang wajar karena mungkin Fey baru saja tereliminasi di top 8.”

Informan kedua menyatakan hal yang sedikit berbeda dengan informan pertama, menurutnya Marella terlihat membentuk sebuah kubu dalam kompetisi.

“Monica emang agak jengkelin sih ya, tapi karena dia diundang untuk comeback sama pihak INTM jadi ya salah gak salah sih. Kalo untuk statement Marella menurut aku agak aneh ya walaupun top 8 tapi fey juga udah eliminasi dan ini sama aja kesempatan kedua buat dia jadi harusnya Marella marahnya ke semua comeback yang dateng.”

Informan ketiga menambahkan pendapatnya yang setuju dengan statement keduanya, karena ini adalah sebuah kompetisi semua berhak membuat defensif untuk dirinya sendiri.

“Hal tersebut menurut saya tidak ada salahnya, mereka berusaha untuk memotivasi diri sendiri agar lebih dapat percaya diri dalam mengikuti kompetisi tersebut dan setiap orang berhak menilai siapapun termasuk dirinya sendiri berdasarkan pendapatnya.”

3.3.6 Resepsi Informan terhadap Statement Panca Makmun

Pada part ini sebelum memulai *photoshoot challenge*, Panca Makmun sebagai judges mengatakan bahwa posisi model top 7 bisa saja dicuri atau digantikan oleh model comeback apabila para model top 7 tidak melakukan yang terbaik. Maka dapat

disimpulkan semua model memiliki posisi yang setara antara top 7 dan model *comeback*.



Gambar 3. 6 Peringatan Panca Makmun
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Informan pertama menyampaikan pendapatnya yang kontra terhadap statement Panca Makmun tentang model *comeback* yang bisa merebut posisi dari top 7.

“Lebih baik jangan diadakan model come back agar tidak terjadi selisih antara model satu dan yang lain, karena dari mereka satu sama lain saling dendam untuk berusaha menyingkirkan.”

Setuju dengan informan pertama, informan kedua juga tidak setuju dengan apa yang disampaikan Panca Makmun.

“Ini literally gak fair sih, secara usahanya mereka aja beda. Disini top 7 ngikutin semua challenge dari awal sampai ada di posisi ini, jadi terlalu instan aja buat model comeback yang eliminasi di top 16 top 14 tiba tiba datang dan ngelakuin satu photoshoot buat merebut posisi top 7.”

Memiliki sudut pandang yang sama dengan informan kedua dan informan kedua, informan ketiga tidak setuju dengan sistem yang digunakan INTM.

“Saya tidak setuju dengan sistem yang ada pada acara tersebut yang dapat membuat model sudah jelas tereliminasi dapat kembali masuk untuk berkompetisi. Hal tersebut tentunya jelas akan membuat rasa tidak adil kepada real top 7, model yang sudah berusaha bersaing untuk mendapatkan posisi 7 besar. Saran saya lebih baik sistem tersebut ditiadakan. Sistemnya juga dapat diubah untuk memberikan rewards berupa hadiah kepada 7 model yg comeback tsb tanpa memberikan kesempatan untuk kembali masuk ke dalam kompetisi.”

3.3.7 Resepsi Informan tentang Objektivitas Juri

Dalam hal ini peneliti meminta resepsi informan terhadap objektivitas juri dalam menilai setiap *challenge* mulai dari *photoshoot challenge* dan *runway challenge*. Sudah objektif atau masih condong subjektif sehingga muncul peribahasa “anak emas”. Informan pertama menganggap bahwa para juri sudah cukup objektif dalam memberikan komentar serta penilaian terhadap kontestan dari hasil *photoshoot* dan *runway challenge*.

“Kalau dari aku sih udah objektif ya, karena judges melihat hasil yang sangat proporsional dalam battle challenge dengan foto terbalik badannya itu memperlihatkan pantas tidaknya para

modeling. Karena pada dasarnya model harus bisa memposisikan dimanapun, kapanpun dan bagaimanapun kondisi saat mereka menjadi model produk atau lainnya.”

Sedangkan informan kedua menganggap bahwa juri belum objektif, menurutnya juri mencoba mencari kesalahan dan cenderung subjektif dalam menilai.

“Kurang sih, kurang objektif. Menurut saya ada juri yang lebih condong atau berusaha mencari kesalahan dari detail foto. Apalagi challenge battle olahraga diawal tadi ada yang gerakan kurang tepat tapi tetap lanjut ke pos berikutnya, jadi menurutku masih kurang sih.”

Dengan tegas informan ketiga menyampaikan pendapatnya bahwa juri masih subjektif dalam memberikan komentar.

“Menurut saya komentar para juri masih subjective, berdasarkan komentar yang saya dengarkan cenderung lebih mengutarakan mengenai skill dalam dunia modeling berdasarkan mindset masing - masing. Tidak ada penjelasan satu atau teori yang valid mana yang benar dan yang salah.”

3.3.8 Resepsi Informan terhadap Statement Marella

Marella menyampaikan pendapatnya pada saat *screen time* acara sebelum *result*. Jika memang harus ditambah dia masih memaklumi. Dalam hal ini apabila top 7 yaitu Marella, Shalfa, Iko, Nathalie, Berlian, Paula, Vannes ditambah dengan model yang

berhasil *comeback* masih bisa dianggap wajar. Tetapi dia tidak terima apabila ada salah satu model dari top 7 ditukar atau digantikan posisinya dengan model *comeback*.

Tidak setuju dengan statement Marella dan juga keputusan juri, informan pertama memiliki sudut pandang yang berbeda. Menurutnya semakin jauh kompetisi jumlah kontestan harus semakin berkurang, tidak diganti ataupun ditambah.

“Kompetisi yang menuju akhir harusnya tidak ditambah peserta justru berkurang karena sebuah kompetisi adalah ajang mencari pemenang dan yang terbaik selama ini perjuangan para model. Jadi, tidak setuju dengan pendapat Marella jika model ditambah.”

Informan kedua menyatakan setuju dengan apa yang disampaikan oleh Marella.

“Saya setuju sih sama Marella, gak banget kalau direplace. Bukan karena Marella sombong ya tapi emang bener seharusnya dilihat dari usaha dalam setiap challenge nya itu berbeda. Make sense kalau emosi top 7 disini meledak ledak ya. Apalagi Mas Panca juga udah ingetin bahwa spot top 7 bisa digantikan sama comeback.”

Informan ketiga juga memiliki pendapat yang sama dengan informan kedua, jangan sampai memberikan tempat atau

kesempatan kepada model *comeback* untuk menggeser posisi model top 7.

“setuju banget dengan pendapat Marella. Tidak memberikan kesempatan the real top 7 bisa tergantikan oleh 7 model yg sudah gugur untuk berkompetisi kembali.”

3.3.9 Resepsi Informan terhadap 3 Model Berhasil *Comeback* dan 1 Model Top 7 Tereliminasi

Pada bagian ini informan diminta berpendapat tentang 3 model yang berhasil *comeback* yaitu Olivia, Monica dan Denisa menjadi top 9. Dengan pulangnya salah satu model top 7 yaitu Shalfa. Berdasarkan hasil photoshoot dan runway *challenge* kontestan.

Pada bagian ini, informan pertama beranggapan bahwa dalam sebuah kompetisi kalah ataupun tereliminasi merupakan hal yang sudah biasa.

“Wajar dalam sebuah kompetisi dan mereka pasti berlomba-lomba untuk mencari kesempatan yang ada di depan para model. Jadi untuk 1 model dari top 7 yang tereliminasi itu merupakan hal yang seharusnya siap dilalui dan model come back itu adalah sebuah perjuangan mereka karena mereka sudah mendapatkan kesempatan lagi. Jadi komentar pada judges itu sudah benar dan sesuai dengan hasil battle challenge yang sudah dilewati.”

Informan kedua mempunyai sudut pandang yang berbeda dengan informan pertama, menurutnya foto dari top 7 yang pulang tidak dinilai secara objektif.

“For me it’s a no ya. Foto Shalfa masih okey kok. Kalau untuk di replace posisi dia sih agak kaget aku ya. Karena menurut aku dibandingkan foto Paula yang top 7 pun masih better foto Shalfa sih.”

Informan ketiga berpendapat bahwa tidak semua model yang berhasil *comeback* layak untuk kembali berkompetisi di *Indonesia's Next Top Model Cycle 3*.

“Foto itu memang preference, kalau berdasarkan penilaian saya terhadap hasil photoshoot dan runway model tersebut ada yang pantas untuk masuk kembali berkompetisi dan ada yang kurang pantas untuk kembali berkompetisi. Menurut saya disini yang paling menonjol atau pantas comeback adalah Olivia.”

3.3.10 Resepsi Informan tentang kebijakan Juri

Dalam bagian ini peneliti meminta resepsi informan terhadap kebijakan juri yang mendatangkan model *comeback*, kembali memperebutkan posisi untuk bisa masuk ke dalam kompetisi. Dan kebijakan juri yang meloloskan 3 model dari model *comeback* yaitu Olivia, Monica, dan Denisa untuk kembali berkompetisi di top 9, serta salah satu model top 7 yaitu Shalfa tereliminasi.

Ketiga informan berpendapat bahwa permasalahan yang terjadi dan kebijakan juri Indonesia's Next Top Model Cycle 3 di episode *comeback* ini hanya untuk menarik minat penonton guna meningkatkan rating program ini.

"Saya pribadi gak setuju kalau di replace ataupun ditambah model top 7 dengan model come back. Menurut saya moment ini digunakan untuk meningkatkan ketertarikan pada penonton saja karena dari situ mereka disuguhkan drama di rumah karantina bahkan on stage."

"Menurut aku kurang pas lah kalau di replace, ini emang buat drama aja biar ratingnya naik. Dan balik lagi ini kompetisi yang komersial yang pastinya menginginkan banyak penonton."

"Menurut saya hanya drama, ini dibuat untuk menaikkan rating program tersebut. Banyaknya drama dan saling memancing emosi membuat suasana semakin panas dan akan memberikan minat kepada penonton untuk semakin mengikuti acara tersebut karena ingin mengetahui siapa pemenangnya dan membela idolanya."

3.4 Decoding Pesan

Decoding pesan dalam penelitian ini merupakan proses pemaknaan informan terhadap kebijakan program dan kebijakan juri dalam tayangan youtube Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode *comeback*. Pada saat

informan melakukan proses decoding ini melibatkan persepsi, pemikiran dan interpretasi (David, 2017).

1. Persepsi

Proses persepsi dalam penelitian ini merupakan tanggapan dan kesan dari informan terhadap permasalahan yang terjadi di episode *comeback* ini. Persepsi pertama kali muncul melalui kesan dari informan setelah menonton tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*. Tayangan ini meninggalkan kesan dan ketertarikan pada permasalahan yang terjadi di INTM episode *comeback* tersebut. Hal hal yang mampu menarik perhatian dari informan biasanya memiliki sifat menonjol baik dari segi kemampuan peserta, fisik peserta hingga sikap judges dalam memberikan penilaian kepada peserta. Informan mampu memberikan kesan pertamanya kepada tayangan youtube *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback* ini melalui penangkapan dari panca inderanya terhadap permasalahan yang ada.

Informan pertama misalnya, ketika diberikan pertanyaan tentang program INSEM itu program seperti apa, dia menjelaskan.

"menurut saya program INTM yang saya lihat ini merupakan kompetisi modeling yang berkelas jadi harus benar-benar menyeleksi yang baik dan mampu mendapatkan predikat menjadi model yang berkualitas."(wawancara langsung pada 16 Mei 2023)

Tidak jauh berbeda dengan informan pertama informan kedua juga mengutarakan pendapatnya tentang program tersebut. "yang saya lihat INTM ini sebuah kompetisi modelling yang diikuti model berpengalaman dan para model yang baru terjun ke dunia modelling untuk meningkatkan skill dan popularitas sih."

Jawaban yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh informan ketiga. "program INTM dapat memberikan dampak positif bagi penonton karena dengan adanya program tersebut dapat memberikan edukasi dan inspirasi mengenai dunia fashion, fotografi serta modeling melalui acara TV yang kemudian ditayangkan juga di youtube. Dengan adanya program tersebut juga dapat mencari talent di bidangnya untuk tampil dan berkompetisi di dunia modeling."



Gambar 3. 7 Proses Photoshoot Model
Sumber : Youtube INTM diunduh pada (24 Mei 2023)

Gambar ini menunjukkan bahwa peserta INTM disini memiliki skill dan karakternya masing masing. Yang mereka interpretasikan sesuai dengan tema dari photoshoot yaitu The Unrealistic Up and Down Photoshoot.



Gambar 3. 8 Proses Penjurian Photoshoot
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23



Gambar 3. 9 Battle Runway Challenge
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Berdasarkan analisa yang dilakukan oleh peneliti dan didukung hasil penelitian melalui observasi dan wawancara mendalam, dapat disimpulkan bahwa skill, karakteristik dari setiap peserta, hingga persaingan yang sengit mampu menarik perhatian sehingga memberi kesan tersendiri terhadap tayangan INTM Cycle 3 di episode *comeback* ini.

Kesan yang pertama kali muncul dalam benak informan terhadap INTM yaitu kompetisi modelling dengan para model berbakat dan berkualitas. Munculnya kesan pertama yang tak jauh berbeda oleh ketiga informan dilatar belakangi oleh dua faktor. Faktor internal dan faktor eksternal (Kurniawan, 2021).

a. Faktor Internal

Faktor ini kembali ke masing masing pribadi informan. Mereka bisa memberikan kesan dan tanggapan terhadap tayangan Indonesia's Next Top Model tentunya dikarenakan informan memiliki ketertarikan dibidang yang sama yang berkaitan dengan INTM. Semua informan yang peneliti mewawancarai memiliki kesan yang tak jauh berbeda pada tayangan program Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode *comeback*. Seperti yang sudah dijelaskan oleh informan ke dua, "INTM ini sebuah kompetisi modelling yang diikuti model berpengalaman dan para model yang baru terjun ke dunia modelling untuk meningkatkan skill dan popularitas" (wawancara 16 Mei 2023).

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari stimulus atau objek itu sendiri. Faktor eksternal yang mempengaruhi setiap informan kembali kepada permasalahan yang terjadi akibat dari persaingan yang ketat antar model *comeback* dan model top 7. Ketika informan menaruh perhatian lebih kepada datangnya model *comeback* ke dalam kompetisi maka informan akan melihat sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan dua informan lainnya. Seperti informan ketiga yang menganggap bahwa datangnya model *comeback* justru menambah keseruan kompetisi, mampu memotivasi para model top 7 untuk tetap mempertahankan posisinya sehingga persaingan ini semakin sengit, informan menjelaskan "menurut saya dengan datangnya

kembali 7 model, hal tersebut dapat membuat suasana semakin seru dan semakin mengasikan, karena dapat membuat antar model untuk saling lebih bersaing, bekerja sama dan memotivasi untuk menjadi semakin lebih baik agar tidak tergantikan oleh 7 model yang datang kembali" (wawancara 16 Mei 2023).



Gambar 3. 10 pertemuan model comeback dan top 7
Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Kesan pertama yang terbentuk dalam benak informan saat peneliti menanyakan tanggapan informan terhadap datangnya para model *comeback* didukung dengan minat dari masing-masing informan dan faktor permasalahan yang terdapat dalam tayangan membentuk persepsi masing masing informan.

2. Pemikiran

Dalam penelitian ini pemikiran merupakan proses informan mengambil sebuah keputusan untuk penerimaannya pada permasalahan dalam tayangan Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode *comeback*. Dorongan kuat dari dalam diri informan merupakan faktor yang mempengaruhi informan dalam mengambil keputusan dan memantapkannya dengan pilihannya. Motivasi masing - masing informan

juga mempengaruhi keputusan yang kemudian diambil informan, yaitu keputusan untuk tetap menerima kebijakan program dan kebijakan juri. Seperti yang dijelaskan informan pertama : "wajar dalam sebuah kompetisi dan mereka pasti berlomba-lomba untuk mencari kesempatan yang ada di depan para model. Jadi untuk 1 model dari top 7 yang tereliminasi itu merupakan hal yang seharusnya siap dilalui, dan model come back itu adalah sebuah perjuangan mereka karena mereka sudah mendapatkan kesempatan lagi."

3. Interpretasi

Interpretasi dalam hal ini adalah proses menggabungkan pengalaman informan sebelum dan sesudah menonton tayangan Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode *comeback* ini./ Informan menjelaskan keadaan pertama setelah menonton film yang kemudian didukung dengan bagaimana mereka mendapat pandangan baru tentang sebuah kompetisi bahwa akan tetap ada anak emas dalam dalam sebuah kompetisi sekalipun kompetisi modelling seperti ini. Informan kedua berpendapat, "masih ada yang terlihat subjektif ya disini ternyata gak cuma di ajang memasak atau ajang menyanyi aja, sampai ke modelling pun tetap ada anak emas." (Wawancara 16 Mei 2023).



Gambar 3. 11 *Moment Paula Selamat dan Shalfa Tereliminasi*
 Sumber : Youtube INTM diunduh pada 24/05/23

Menurut informan kedua, "foto Shalfa masih okey daripada foto Paula, walaupun keduanya sama sama dari Top 7. At least foto Shalfa masih tertolong."

3.5 Sudut Pandang Khalayak

Pada bagian ini, peneliti akan mengkategorisasikan informan sesuai dengan sudut pandang khalayak termasuk dalam kategori *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional position*. Dalam teori penerimaan pesan terdapat tiga posisi hipotekal ketika masyarakat melakukan proses *decoding* yaitu :

a. *Dominant hegemony position*

Sikap ini terjadi ketika setiap individu bertindak sebuah kode dengan langsung setuju dan menerima apa yang disampaikan oleh media, menerima sepenuhnya ideologi program, tanpa ada penolakan atau ketidaksetujuan. Menghasilkan pesan yang sama persis seperti ketika pesan tersebut dibuat oleh produsen. Dalam hal ini produsen yang memberikan makna yaitu tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

b. *Negotiated reading*

Secara umum, audiens pada posisi ini cukup memahami apa definisi yang dominan dan apa definisi profesional. Dalam hal ini, mereka

menggunakan logika mereka untuk mengidentifikasi hubungan yang berbeda antara mereka dan ucapan bermakna yang mereka konsumsi. Audiens bertindak antara adaptif dan oposisi terhadap interpretasi pesan atau ideology dalam media. Dengan kata lain, makna pemirsa disesuaikan kembali dengan logika situasional pemirsa itu sendiri. Artinya ada negosiasi antara pendengar dan sumber.

Pola pemikiran ini tidak secara penuh menerima ataupun menolak makna yang disuguhkan oleh tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*. Informan akan mengkomparasikan kepercayaan dan keyakinannya dengan kode-kode yang disampaikan oleh tayangan tersebut.

c. *Oppositional reading*

Khalayak dalam kategori ini pada dasarnya menemukan dan memahami makna yang tersirat dalam makna dominan media, namun khalayak pada posisi ini seringkali memiliki makna atau interpretasi yang berlawanan dengan makna media. Orang seperti bisa dikatakan itu tidak senang dengan apa yang disampaikan dalam tayangan sehingga dia menolak representasi media atau ideology dominan. Sudut pandang ini merupakan sudut pandang yang berseberangan dengan makna yang ditafsirkan oleh tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

3.5.1 **Sudut Pandang Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode Comeback**

Tabel 3. 1 Sudut Pandang Informan Setelah Menonton Tayangan INTM Cycle 3 Episode Comeback

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“menurut saya program INTM yang saya lihat ini merupakan kompetisi modelling yang berkelas jadi harus benar-benar menyeleksi yang baik dan mampu mendapatkan predikat menjadi model yang berkualitas.”	Posisi Dominan	Setuju bahwa INTM adalah program yang berkualitas.
Informan 2 (Alya Yumna)	“yang saya lihat INTM ini sebuah kompetisi modelling yang cukup berkelas ya, karena kan di adaptasi dari AsNTM. Yang diikuti model berpengalaman dan para model yang baru terjun ke dunia modelling untuk meningkatkan skill dan popularitas sih”	Posisi Dominan	Setuju bahwa INTM adalah program modelling yang berkelas.

Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“program INTM dapat memberikan dampak positif bagi penonton karena dengan adanya program tersebut dapat memberikan edukasi dan inspirasi mengenai dunia fashion, fotografi serta modeling melalui acara TV. Dengan adanya program tersebut juga dapat mencari talent di bidangnya untuk tampil dan berkompetisi di dunia modeling.”	Posisi Dominan	Setuju bahwa INTM adalah program yang memiliki dampak positif, mengedukasi serta menginspirasi.
-----------------------------------	---	----------------	---

3.5.2 Sudut Pandang Informan terhadap Datangnya Model *Comeback*

Tabel 3. 2 Sudut Pandang Informan terhadap Datangnya Model *Comeback*

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
----------	-----------	-------	------------

Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“ dari saya itu hal yang tidak adil. Karena menuju top 7 saja sudah penuh perjuangan dan tantangan bagi mereka, apalagi ada model come back di top 7 otomatis akan menyingkirkan yang sudah masuk ke top 7, yang membuat top 7 kemungkinan bisa tersingkirkan oleh model <i>comeback</i> .”	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan datangnya model <i>comeback</i> .
Informan 2 (Alya Yumna)	“kata aku sih gak adil ya, tapi setahu saya ajang modelling ini memang agak kejam . Saya juga pernah nonton Asia’s Next Top Model juga kan <i>challenge</i> nya agak ga masuk akal,mereka butuh perjuangan buat ada di posisi top 7 sekarang ini. Jadi menurut saya ini sih gak adil karena si	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan datangnya model <i>comeback</i> .

		<i>comeback</i> , mereka udah sempet keluar.”		
Informan 3 (Marcellinus Dimas)		“menurut saya dengan datangnya kembali 7 model, hal tersebut dapat membuat suasana semakin seru dan semakin mengasikan, karena dapat membuat antar model untuk saling lebih bersaing, bekerja sama dan memotivasi untuk menjadi semakin lebih baik agar tidak tergantikan oleh 7 model yang datang kembali.”	Posisi Dominan	Setuju dengan datangnya model <i>comeback</i> .

3.5.3 Sudut Pandang Informan Terhadap Komentar “Insecure” Monica kepada Top 7

Tabel 3. 3 Sudut Pandang Informan Terhadap Komentar “Insecure” Monica kepada Top 7

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“Karena pada dasarnya monic merupakan model yang sudah tereliminasi dan kemungkinan besar dia tidak akan bias maju untuk menjadi model top 7, dia selalu insecure apalagi dijadikan dalam satu kamar dengan si marella yang notabennya dia adalah model top 7 dengan kata-kata dari model top 7 membuat monic terus selalu merasa insecure dari situ dia merasa ketakutan makanya dia berusaha menutupi dan terus berkata bahwa Top 7 lah yang sedang insecure.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan makna yang disampaikan Monica kepada model top 7
Informan 2 (Alya Yumna)	“ah dia buat nutupin mindernya Monic aja. Karena dia eliminasi di top 14. I think dia ngerasa kalah jauh.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan makna yang disampaikan

			Monica kepada model top 7
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“menurut saya monica lah yang cenderung insecure terhadap dirinya sendiri karena harus bersaing melawan 7 model yg sudah jelas lolos pada tahap kompetisi, kata “insecure” yang dilontarkan oleh monica untuk 7 model yg sudah lolos menurut saya hanyalah untuk menutupi rasa tidak kepercayaan dirinya untuk kembali tampil berkompetisi dengan melontarkan kata insecure pada top 7.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan makna yang disampaikan Monica kepada model top 7

3.5.4 Sudut Pandang Informan Terhadap *Privilege* di *Mini Challenge* “Versus”

Tabel 3. 4 Sudut Pandang Informan Terhadap *Privilege* di *Mini Challenge* “Versus”

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
----------	-----------	-------	------------

Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“seharusnya model <i>comeback</i> ini jangan di battle kan dengan top 7. Jelas Top 7 mempunyai keunggulan sendiri dalam perjalanannya selama ini, jika ingin adanya model come back seharusnya battle dilakukan dengan sesama <i>comeback</i> dan yang memenangkan bisa bersaing dengan model top 7 yang lebih berat lagi. Dan privilegenya tidak disamaratakan untuk model <i>comeback</i>.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju, dan memiliki pendapat sendiri atas pesan yang disampaikan.
Informan 2 (Alya Yumna)	“ini fair gak fair sih, karena menurut aku ada yang battle tapi gerakan keduanya sama sama jelek gitu. Tapi karena mereka sudah sama sama berusaha menyelesaikan <i>challenge</i> tersebut ya masih	Posisi Negosiasi	Setuju, tetapi memiliki pendapat sendiri atas makna yang disampaikan.

		makesense siapa yang unggul buat dapet privilege.”		
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	3	“reward yang diberikan kepada siapapun yang lebih unggul itu wajar saja karena mereka sudah berusaha untuk lebih unggul dari lawannya.”	Posisi Dominan	Setuju dengan makna pesan yang disampaikan.

3.5.5 Sudut Pandang Informan tentang Statement Monica dan Marella (Part 2)

Tabel 3. 5 Sudut Pandang Informan tentang Statement Monica dan Marella

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“benar apa kata Monic karena kesempatan tidak akan pernah datang dua kali. Sejauh apapun perjalanan seberat apapun rintangan jika masih mendapatkan kesempatan itu harus berusaha semaksimal mungkin. Dan tentang ucapan Marella kepada Fey itu merupakan hal yang wajar	Posisi Dominan	Setuju dengan pesan yang disampaikan.

	karena mungkin Fey baru saja tereliminasi di top 8.”		
Informan 2 (Alya Yumna)	“ Monica emang agak jengkelin sih ya, tapi karena dia diundang untuk <i>comeback</i> sama pihak INTM jadi ya salah gak salah sih. Kalo untuk statement Marella menurut aku agak aneh ya walaupun top 8 tapi fey juga udah eliminasi dan ini sama aja kesempatan kedua buat dia jadi harusnya Marella marahnya ke semua <i>comeback</i> yang dateng.”	Posisi Negosiasi	Setuju, tetapi memiliki pendapat sendiri.
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“hal tersebut menurut saya tidak ada salahnya, mereka berusaha untuk memotivasi diri sendiri agar lebih dapat percaya diri dalam mengikuti kompetisi tersebut dan setiap orang berhak menilai	Posisi Dominan	Setuju dengan pesan yang disampaikan.

	siapapun termasuk dirinya sendiri berdasarkan pendapatnya.”		
--	---	--	--

3.5.6 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Panca Makmun tentang Posisi yang sama.

Tabel 3. 6 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Panca Makmun tentang Posisi yang sama

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“Lebih baik jangan diadakan model come back agar tidak terjadi selisih antara model satu dan yang lain, karena dari mereka satu sama lain saling dendam untuk berusaha menyingkirkan.	Posisi Oposisi	Tidak setuju, dan memiliki pandangan sendiri.
Informan 2 (Alya Yumna)	“ Ini literally gak fair sih, secara usahanya mereka aja beda. Disini top 7 ngikutin semua <i>challenge</i> dari awal sampai ada di posisi ini, jadi terlalu instan aja buat model	Posisi Oposisi	Tidak setuju, dan memiliki pandangan sendiri.

	comeback yang eliminasi di top 16 top 14 tiba tiba datang dan ngelakuin satu photoshoot buat merebut posisi top 7.”		
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“Saya tidak setuju dengan sistem yang diadakan pada acara tersebut yang dapat membuat model sudah jelas tereliminasi dapat kembali masuk untuk berkompetisi. Hal tersebut tentunya jelas akan membuat rasa tidak adil kepada real top 7, model yang sudah berusaha bersaing untuk mendapatkan posisi 7 besar. Saran saya lebih baik sistem tersebut ditiadakan. Sistemnya juga dapat diubah untuk memberikan rewards berupa hadiah kepada 7 model yg comeback tsb tanpa memberikan kesempatan	Posisi Oposisi	Tidak setuju, dan memiliki pandangan sendiri.

	untuk kembali masuk ke dalam kompetisi.”		
--	--	--	--

3.5.7 Sudut Pandang Informan terhadap Objektivitas Juri

Tabel 3. 7 Sudut Pandang Informan terhadap Objektivitas Juri

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“ kalau dari aku sih udah objektif ya, karena judges melihat hasil yang sangat proporsional dalam battle <i>challenge</i> dengan foto terbalik badannya itu memperlihatkan pantas tidaknya para modeling. Karena pada dasarnya model harus bisa memposisikan dimanapun, kapanpun dan bagaimanapun kondisi saat mereka menjadi model produk atau lainnya.”	Posisi Dominan	Setuju bahwa juri sudah menilai secara objektif.

Informan 2 (Alya Yumna)	“kurang sih, kurang objektif. Menurut saya ada juri yang lebih condong atau berusaha mencari kesalahan dari detail foto. Apalagi <i>challenge battle</i> olahraga diawal tadi ada yang gerakan kurang tepat tapi tetep lanjut ke pos berikutnya, jadi menurutku masih kurang sih.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju, memiliki pendapat sendiri bahwa juri masih bersifat subjektif.
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“Menurut saya komentar para juri masih subjective, berdasarkan komentar yang saya dengarkan cenderung lebih mengutarakan mengenai skill dalam dunia modeling berdasarkan mindset dan pendapat mereka. Tidak ada penjelasan satu atau teori yang valid mana yang benar dan yang salah.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju, memiliki pendapat sendiri bahwa juri masih bersifat subjektif.

3.5.8 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Marella “ditambah dan diganti”

Tabel 3. 8 Sudut Pandang Informan terhadap Statement Marella “ditambah dan diganti”

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“Kompetisi yang menuju akhir harusnya tidak ditambah peserta justru berkurang karena sebuah kompetisi adalah ajang mencari pemenang dan yang terbaik selama ini perjuangan para model. Jadi, tidak setuju dengan pendapat Marella jika model ditambah.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju dengan pendapat Marella, dan memiliki pendapat sendiri.
Informan 2 (Alya Yumna)	“Saya setuju sih sama Marella, gak banget kalau direplace. Bukan karena Marella sombong ya tapi memang bener seharusnya dilihat dari usaha dalam setiap <i>challenge</i> nya itu berbeda. Make sense kalau emosi top 7 disini meledak ledak ya. Apalagi Mas Panca juga udah	Posisi Dominant	Setuju dengan statement Marella

		ingetin bahwa spot top 7 bisa digantikan sama <i>comeback</i> .”		
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	3	“setuju banget dengan pendapat Marella. Tidak memberikan kesempatan the real top 7 bisa tergantikan oleh 7 model yg sudah gugur untuk berkompetisi kembali.”	Posisi Dominan	Setuju dengan statement Marella.

3.5.9 Sudut Pandang Informan terhadap 3 Model Berhasil *Comeback* dan 1 Model Top 7 Tereliminasi

Tabel 3. 9 Sudut Pandang Informan terhadap 3 Model Berhasil *Comeback* dan 1 Model Top 7 Tereliminasi

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“wajar dalam sebuah kompetisi dan mereka pasti berlomba-lomba untuk mencari kesempatan yang ada di depan para model. Jadi untuk 1 model dari top 7 yang tereliminasi itu merupakan hal yang seharusnya siap dilalui dan model come back itu	Posisi Dominan	Setuju dengan model yang berhasil <i>comeback</i> , karena sesuai dengan hasil <i>photoshoot</i> dan <i>runway challenge</i>

	adalah sebuah perjuangan mereka karena mereka sudah mendapatkan kesempatan lagi. Jadi komentar pada judges itu sudah benar dan sesuai dengan hasil battle <i>challenge</i> yang sudah dilewati.”		
Informan 2 (Alya Yumna)	“For me it’s a no ya. Foto Shalfa masih okey kok. Kalau untuk di replace posisi dia sih agak kaget aku ya. Karena menurut aku dibandingkan foto Paula yang top 7 pun masih better foto Shalfa sih.”	Posisi Oposisi	Tidak setuju, karena dianggap hasilnya masih kurang pas.
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“Foto itu memang preference,kalau berdasarkan penilaian saya terhadap hasil <i>photoshoot</i> dan <i>runway</i> model tersebut ada yang pantas untuk masuk kembali berkompetisi dan ada yang kurang pantas	Posisi Negosiasi	Setuju, tapi memiliki pendapat sendiri.

	untuk kembali berkompetisi. Menurut saya disini yang paling menonjol atau pantas <i>comeback</i> adalah Olivia.”		
--	--	--	--

3.5.10 Sudut Pandang Informan terhadap Kebijakan Juri untuk Meningkatkan Rating

Tabel 3. 10 Sudut Pandang Informan terhadap Kebijakan Juri untuk Meningkatkan Rating

Informan	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Informan 1 (Alvina Rosyikha)	“saya pribadi gak setuju kalau di replace model top 7 dengan model come back. Menurut saya moment ini digunakan untuk meningkatkan ketertarikan pada penonton saja karena dari situ mereka disuguhkan drama di rumah karantina bahkan on stage.”	Posisi Dominan	Tidak setuju dengan kebijakan juri, dan menganggap kebijakan juri hanya untuk meningkatkan rating.
Informan 2 (Alya Yumna)	“Menurut aku kurang pas lah kalau di replace, ini emang buat drama aja biar ratingnya naik. Dan balik lagi ini	Posisi Dominant	Tidak setuju dengan kebijakan juri, dan

	kompetisi yang komersial yang pastinya menginginkan banyak penonton.”		menganggap kebijakan juri hanya untuk meningkatkan rating.
Informan 3 (Marcellinus Dimas)	“Menurut saya, hanya drama ini dibuat untuk menaikkan rating program tersebut. Banyaknya drama dan saling memancing emosi membuat suasana semakin panas dan akan memberikan minat kepada penonton untuk semakin mengikuti acara tersebut karena ingin mengetahui siapa pemenangnya dan membela idolanya.”	Posisi Dominant	Tidak setuju dengan kebijakan juri, dan menganggap kebijakan juri hanya untuk meningkatkan rating.

Pada bagian ini, berdasarkan hasil FGD, peneliti akan mengkategorisasikan informan sesuai dengan sudut pandang termasuk dalam kategori dominant, negotiated, dan oppositional reading.

a. Dominant position

Hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan, terdapat informan yang termasuk dalam kategori sudut pandang dominan yaitu informan ketiga (Marcellinus Dimas Aji Pramana). Secara dominan memaknai pesan sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh produsen dalam hal ini yaitu tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

b. Negotiated position

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara setelah melakukan FGD, peneliti menyimpulkan bahwa informan pertama (Alvina Rosyikha Hanum), informan mampu menerima ideologi yang dominan, lalu mereka akan melanjutkannya dengan pengecualian. Sehingga dalam hal ini informan pertama masuk kedalam kategori *negotiated position*

c. Oppositional position

Sudut pandang ini merupakan sudut pandang yang berseberangan dengan makna yang ditafsirkan oleh tayangan INTM. Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dan informan, maka peneliti mengkategorisasikan informan kedua (Alya Yumna Noernantyo) memiliki sudut pandang *oppositional position*. Informan tersebut mayoritas memiliki sudut pandang yang bertolak belakang dengan makna pesan yang disampaikan oleh produsen yaitu tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback*.

BAB IV

PEMBAHASAN

Indonesia's Next Top Model (INTM) Cycle 3 adalah sebuah acara televisi di NET yang juga tayang di YouTube mulai tanggal 5 November 2022. Sudah berjalan sampai musim ketiga, pertama kalinya INTM muncul di layar kaca pada tanggal 28 November 2020 dan berakhir pada 9 April 2021 yang artinya *Cycle 1* INTM sudah selesai. NET adalah jaringan televisi pertama yang menayangkan cerita tentang seorang model yang menghadapi rintangan dan tantangan untuk menjadi model berbakat. Kemudian untuk mendapatkan penghargaan sebagai top model Indonesia selanjutnya, kami berharap para model dapat mengembangkan model di dunia modelling. Indonesia Next Top Model (INTM) merupakan salah satu adaptasi dari kompetisi luar negeri yaitu America's Next Top Model (ASNTM).

Dari seluruh provinsi Indonesia mereka datang ke rumah karantina yakni 18 wanita berbakat yang berhasil lolos seleksi diantara ribuan model cantik. Dalam kompetisi ini, teknik dalam setiap pose dipandu dan dibimbing oleh para performer dan juri INTM Cycle 3 yaitu Panca Makmun dan Luna Maya yang selalu memandu pose saat *photo challenge* dan *catwalk*. Kemudian ada yang menjadi mentor sekaligus juri yaitu Ivan Gunawan dan Ayu Gani. Para model tersebut memperebutkan hadiah ratusan juta rupiah untuk dibawa pulang dan memperebutkan gelar juara pertama Indonesia's Next Top Model (INTM) Cycle 3 dengan perusahaan yang bekerja sama yaitu *Paragon Technology and Innovation*

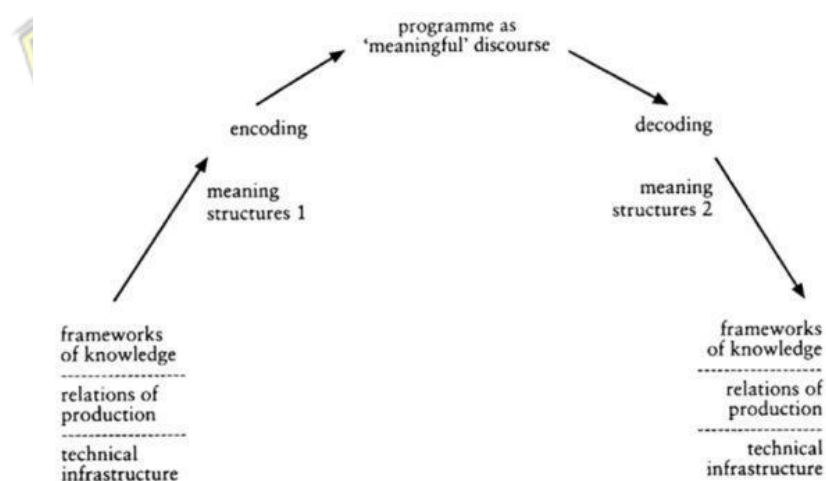
(*Make Over*) dan dua supporting partner yaitu Yamaha Indonesia Manufacturing dan *Asia Health Energy Beverages* (Nutriville).

INTM menggunakan beberapa media, ada media massa dan juga media sosial dalam memperkenalkan kompetisi modelling yang mereka selenggarakan. Media sosial diantaranya *Instagram* (@intm_netv) yang memiliki 233 ribu *followers* dan *Tiktok* (@netmediatama) dengan 2,2m *followers*. Media Massa yaitu televisi dan YouTube (@IndonesiasNextTopModels) dengan 997 ribu *subscribers*.

Penelitian ini fokus pada YouTube walaupun terdapat beberapa media sosial dan media massa yang digunakan sebagai media informasi dan komunikasi INTM *cycle 3*. Hal ini dikarenakan YouTube mampu mengemas informasi dalam bentuk video dengan durasi lebih lama dibandingkan dengan 2 media sosial lainnya yang digunakan oleh INTM. Perbedaan tampilan antara televisi dengan YouTube tidak jauh berbeda hanya saja sistem penayangan di Youtube dibagi menjadi 4 *part* dalam satu penayangan, yang berarti 8 part dalam satu *episode* karena satu episode dibagi menjadi 2 hari atau dua tayangan. Dengan adanya tayangan YouTube ini penonton bisa menonton tayangan INTM tersebut secara berulang dan bisa memberikan komentar di kolom komentar yang sudah disediakan. Hal ini menjadi ketertarikan tersendiri bagi penonton karena penonton bisa menginterpretasikan pendapat mereka terhadap tayangan tersebut.

Analisis data ini menggunakan analisis resepsi milik Stuart Hall yang akan didukung oleh teori stimulus respon milik Hovland. Terdapat kesinambungan antara teori resepsi dan juga teori stimulus respon, kedua teori tersebut sama sama

membahas hubungan antara media dan juga khalayak yang dihubungkan oleh sebuah pesan yang disampaikan sebuah media kepada khalayak. Dengan menggunakan model ini, Stuart Hall menjelaskan bahwa langkah-langkah encoding dan decoding tidak selalu simetris. Dengan kata lain, industri media tidak dapat menjamin bahwa makna dominan dari pengkodean yang dimaksud akan sesuai dengan hasil penguraian kode yang dilakukan oleh khalayak. Makna yang dihasilkan dipengaruhi oleh latar belakang sosial budaya dan pengalaman masing-masing khalayak. Dalam prosesnya dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu *frameworks of knowledge, relations of production*, dan *technical infrastructure* (Sianturi, 2022).



Gambar 4. 1 Model Encoding Decoding Stuart Hall
Sumber : (Fathurizki & Malau, 2018)

Stuart Hall menjelaskan bahwa proses pertama adalah melakukan pembuatan pesan (komunikator). Dalam proses tersebut, pembuat pesan membentuk ide dan isi pesan yang akan disampaikan berdasarkan sudut pandang pembuat pesan dalam melihat fenomena dan keberadaan khalayak. Isi pesan dari proses ini menghasilkan sebuah kode yang disebut dengan Struktur Makna 1,

dimana struktur makna dari proses ini berada di bawah kendali pembuat kode atau pembuat pesan. Ketika sebuah pesan disampaikan, dalam proses penyampaian pesan tersebut, khalayak memiliki kesempatan untuk menginterpretasikan pesan tersebut.

Pada proses kedua, khalayak memiliki kekuatan untuk membentuk opini atau memberi makna terhadap pesan yang mereka konsumsi. Proses interpretasi berita dipengaruhi oleh tiga elemen, yaitu kerangka informasi, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis. Kerangka pengetahuan didasarkan pada pengalaman dan latar belakang pengetahuan individu. Dalam hubungan produksi, dipengaruhi oleh hubungan sosial khalayak yang terjadi di keluarga, perguruan tinggi, tempat kerja dan masyarakat dalam membangkitkan makna dalam berita. Infrastruktur teknis mengacu pada kemampuan audiens untuk menerima pesan teks dari media dan kemudian menginterpretasikan pesan media.

Dalam teori stimulus respon yang dikemukakan oleh Hovland, konten media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah audiens yang diharapkan akan memberikan respon seperti yang diharapkan. Prinsip teori stimulus-respons menyatakan bahwa pesan dirasakan dan dibagikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Oleh karena itu pesan disampaikan kepada masyarakat bukan sebagai individu melainkan sebagai bagian dari masyarakat. Untuk menyebarkan pesan seluas mungkin, penggunaan teknologi sangat penting. Dapat disimpulkan bahwa teori stimulus-respons adalah teori yang menyatakan manusia pertama-tama belajar mengasosiasikan stimulus awal dengan stimulus lainnya dan kemudian bereaksi terhadap stimulus kedua yang dikondisikan dengan

perilaku sebelumnya yang ditimbulkan oleh stimulus awal. Terdapat tiga unsur dalam teori ini yaitu pesan (*stimulus*), komunikan (*organism* dalam bentuk perhatian, pengertian, penerimaan), efek (*respon*).

4.1 Encoding

4.1.1 Frameworks of Knowledge (*Indonesia's Next Top Model*)

Indonesia's Next Top Model merupakan kompetisi modelling di Indonesia yang diadaptasi dari ASNTM (Asia's Next Top Model). Program yang tayang di NET TV ini pertama kali tayang pada tanggal 28 November 2020. Hingga saat ini sudah memasuki season ketiga, yang tayang mulai 5 November 2022. Perbedaan yang terlihat jelas antara cycle 1 dan cycle 3 ini yaitu formasi judges pada cycle 1 terdiri dari Luna Maya, Deddy Corbuzier, Panca Makmun, dan Patricia Gouw. Sedangkan judges di cycle 3 ini yaitu Panca Makmun, Ivan Gunawan, dan Ayu Gani. Selain itu jumlah peserta yang juga berbeda pada cycle 1 hanya berjumlah 16 model cantik dan cycle 2 terdiri dari 18 model cantik.

Challenge yang ada di cycle 3 ini sama dengan challenge yang ada di cycle 2, terdiri dari *mini challenge*, dan *major challenge* yaitu *photoshoot* serta *runway challenge*. Setelah kontestan melakukan mini challenge, kontestan yang unggul akan mendapatkan *privilege* yang bisa menguntungkan saat *photoshoot challenge*. Setelah para kontestan melakukan sesi foto maka peserta akan dipanggil satu persatu saat penilaian di *venue*, kemudian setelah sesi penilaian foto kontestan akan melakukan

challenge terakhir yaitu *runway* dan akan kembali dilakukan *result* siapa saja kontestan yang akan melanjutkan kompetisi dan yang akan tereliminasi.

4.1.2 Relations of Production (Hubungan Produksi *Indonesia's Next Top Model*)

Indonesia's Next Top Model yang diadaptasi oleh NET TV dari *Asia's Next Top Model* (ASNTM) didirikan oleh Tyra Banks. Tayangan ini hadir di televisi selama satu jam setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 19.00 WIB. Proses produksi ini disponsori oleh Samsung Indonesia (Galaxy Z Flip 4) dan *Paragon Technology and Innovation* (Make Over) sebagai partner resmi. Dan *supporting partner* yaitu *Yamaha Indonesia Motor Manufacturing* serta *Asia Health Energy Beverage* (NutriVille). Selain Luna Maya, Panca Makmun, Ayu Gani, dan Ivan Gunawan proses produksi INTM cycle 3 ini melibatkan aktris dan juga aktor sebagai juri tamu antara lain, Shania Junianatha, Samuel Rizal, Kimmy Jayanti, Dave Hendrik dan masih banyak lagi.

4.1.3 Technical Infrastructure (Infrastruktur Teknis dalam Proses Produksi Media)

Selama pembuatan program, infrastruktur teknis termasuk dalam kreativitas produksi. Dalam infrastruktur teknis, segala sesuatu yang berkaitan dengan produksi mendukung isi dan pembentukan makna melalui beberapa simbol yang direpresentasikan. Seperti penataan (*blocking*) pada saat *versus challenge* mereka berada dengan posisi saling berhadapan. Selain itu juga penentuan lokasi disetiap *challengenya*, semua aspek

tersebut membantu peneliti untuk menerjemahkan makna yang disampaikan dalam tayangan *Indonesia's Next Top Model cycle 3*.

Penelitian ini fokus pada sistem *comeback* di *cycle 3* dan hasil keputusan atau kebijakan juri di episode *comeback cycle 3* ini. Sistem *comeback* yang sedikit berbeda dengan season sebelumnya, pada *cycle 1* episode *comeback* terjadi pada saat top 4. Sedangkan pada *cycle 3* episode *comeback* ini terjadi pada saat top 6 tetapi model yang *comeback* adalah semua model yang sudah tereliminasi di *cycle 2* tersebut. Pada *cycle 1* dan *cycle 2* ini model yang masih bertahan dalam kompetisi diminta menjadi juri untuk menilai dan memberikan pendapat kepada model *comeback*, berbeda dengan *cycle 3* yang mana model *comeback* bisa langsung merebut posisi top 7. Selanjutnya peneliti akan melakukan penjabaran *encoding* infrastruktur teknis yang juga memiliki kesinambungan dengan aspek stimulus dalam teori stimulus respon dalam tayangan ini menjadi dua bagian, yaitu sistem *comeback* di *cycle 3* dan hasil keputusan atau kebijakan juri di episode *comeback cycle 3*.

1. Sistem *comeback* dalam tayangan INTM cycle 3

Sistem *comeback* dalam sebuah kompetisi yang disiarkan di televisi sudah bukan hal yang tabu. Beberapa kompetisi seperti kompetisi memasak di Indonesia juga menggunakan sistem *comeback*. Dalam INTM *cycle 3* ini memiliki beberapa poin yang sedikit berbeda dengan dua season INTM sebelumnya.



Gambar 4. 2 Top 7 VS 7 Comeback
(Tayangan Part 2, menit 7:50 – 9:05)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa model top 7 dan 7 model *comeback* langsung dipertemukan secara *versus*. Berbeda dengan *cycle* sebelumnya dimana model yang masih bertahan diminta menjadi juri atau menilai model *comeback*. Dan selanjutnya model yang lebih unggul yaitu Shalfa, Berlian, Vannes, Nathalie, Marella, Denissa, dan Trixie dalam *mini challenge versus* tersebut diberikan *privilege* untuk melihat Ayu Gani memberikan contoh *photoshoot* dengan tema *The Unrealistic Photoshoot* seperti pada gambar 4.2.



Gambar 4. 3 Privilege Mini Challenge
(Tayangan Part 2, menit 18:05 – 19:33)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

2. Kebijakan dan Hasil Keputusan Juri di Episode *Comeback Cycle 3*

Kebijakan juri dengan memposisikan model *comeback* setara dengan model 7 membuat para top 7 merasa diperlakukan tidak adil, karena model *comeback* sudah lebih dulu tereliminasi dan belajar di dunia luar, sedangkan para top 7 hanya belajar didalam rumah karantina. Dan keputusan juri dengan mengeliminasi salah satu dari top 7 membuat para fans kecewa, terutama para model top 7 itu sendiri karena di *cycle* sebelumnya model *comeback* datang dan masuk kembali berkompetisi sebagai tambahan kontestan, bukan menggantikan salah satu dari model yang masih bertahan seperti pada gambar 4.3 dan gambar 4.4.

Sistem *comeback* dalam tayangan *Indonesia's Next Top Model cycle* 3 dan kebijakan dan hasil keputusan juri di episode *comeback cycle* 3 ini merupakan variabel pesan dalam teori stimulus respon. Variable pesan ini merupakan pokok dari sebuah komunikasi, tanpa sebuah pesan maka tidak akan terjadi komunikasi antara komunikan dan komunikator. Dari pesan ini berperan sebagai stimulus yang nantinya akan menjadi sebuah rangsangan bagi individu untuk menghasilkan sebuah respon (efek). Dari tayangan ini khalayak dapat melihat dan menilai apakah hasil juri sudah objektif sesuai dengan hasil *challenge* masing – masing kontestan. Setelah melihat dan memahami maka akan timbul penerimaan, apakah makna dari tayangan tersebut diterima oleh komunikan atau sebaliknya, yang kemudian akan memunculkan sebuah respon dari komunikan terhadap tayangan tersebut. Respon yang nantinya akan diklasifikasikan kembali menggunakan teori resepsi milih Hall.



Gambar 4. 4 Result Top 9

(Tayangan Part 8, menit 0:19 – 0:57)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10 Juli 2023)



Gambar 4. 5 Kepulangan Shalfa & model comeback
(Tayangan Part 8, menit 0:58-2:29)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10 Juli 2023)

4.2 Decoding

4.2.1 Frameworks of Knowledge (Kerangka Pengetahuan Khalayak terhadap INTM)

Pengalaman dan latar belakang pengetahuan individu dapat mempengaruhi pemaknaan khalayak, dengan makna teks berubah seiring bertambahnya atau berubahnya pengetahuan orang tersebut. Sistem nilai, norma dan budaya merupakan hal yang dapat membentuk informasi. Setiap orang juga dapat memperoleh pengetahuan secara informal melalui keluarga dan nilai-nilai budaya di lingkungan sosialnya dan secara formal melalui pendidikan formal, seperti sekolah dan universitas, serta melalui pekerjaannya sendiri. Apa yang dapat mempengaruhi kerangka pengetahuan

penonton tidak hanya faktor internal, tetapi juga faktor eksternal yang dapat mempengaruhi proses *encoding* dan proses *decoding* penonton terbentuk seputar sistem *comeback* dan keputusan juri yang terdapat di dalam INTM *Cycle 3 episode comeback*

Kerangka pengetahuan ini akan membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana khalayak yang bersangkutan telah menonton, menerima, hingga dapat memaknai tayangan yang terdapat dalam *Indonesia's Next Top Model Episode Comeback cycle 3*. Sesuai juga dengan apa yang disampaikan oleh Hovland dalam teori SOR, dilihat dari aspek komunikasi dan juga efek. Setelah proses *encoding* yang berkesinambungan dengan aspek stimulus. Pada bagian ini akan memperlihatkan cara pandang komunikasi dalam bentuk resepsi atau juga bisa disebut sebagai sebuah respon.

Dari ketiga informan, mereka mempunyai jawaban yang sama terkait INTM secara keseluruhan adalah kompetisi yang memiliki *value*, mereka mengatakan INTM adalah kompetisi di bidang *modelling* ini pertama ada di Indonesia, yang tentunya banyak memberikan dampak positif bagi peminat di bidangnya dan model - model junior hingga senior di Indonesia.

“Menurut saya program INTM yang saya lihat ini merupakan kompetisi modelling yang berkelas jadi harus benar-benar menyeleksi yang baik dan

mampu mendapatkan predikat menjadi model yang berkualitas.” (Alvina Rosyikha Hanum)

“Yang saya lihat INTM ini sebuah kompetisi modelling yang cukup berkelas ya, karena kan di adaptasi dari AsNTM. Yang diikuti model berpengalaman dan para model yang baru terjun ke dunia modelling untuk meningkatkan skill dan popularitas sih” (Alya Yumna Noernantyo)

“Program INTM dapat memberikan dampak positif bagi penonton karena dengan adanya program tersebut dapat memberikan edukasi dan inspirasi mengenai dunia fashion, fotografi serta modeling melalui acara TV. Dengan adanya program tersebut juga dapat mencari talent di bidangnya untuk tampil dan berkompetisi di dunia modeling.” (Marcellinus Dimas)

Dari hasil analisis jawaban dari ketiga informan tentang apa yang telah mereka tonton terkait tayangan program tersebut. Para informan ini memberikan jawaban yang tidak jauh berbeda sesuai pengetahuan mereka.

Sedangkan dalam pembahasan yang berbeda tentang datangnya 7 model *comeback* ke dalam kompetisi, dari ketiga informan dua orang memiliki pendapat yang sama sedangkan salah satu dari mereka memiliki pendapat yang berbeda. Hal ini merupakan hal yang umum ketika terjadi perbedaan pandangan karena setiap stimulus yang disuntikan nantinya akan memberikan rangsangan kepada cara pandang atau sikap setelah itu individu mengolah stimulus tersebut apakah akan diterima atau ditolak, sehingga pada akhirnya terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah

diterimanya untuk berperilaku sesuai dengan variable efek dari teori stimulus respon.

“Dari saya itu hal yang tidak adil. Karena menuju top 7 saja sudah penuh perjuangan dan tantangan bagi mereka, apalagi ada model come back di top 7 otomatis akan menyingkirkan yang sudah masuk ke top 7, yang membuat top 7 kemungkinan bisa tersingkirkan oleh model comeback.”
(Alvina Rosyikha Hanum)

“Kata aku sih gak adil ya, tapi setahu saya ajang modelling ini memang agak kejam Saya juga pernah nonton Asia’s Next Top Model juga kan challenge nya agak ga masuk akal, mereka butuh perjuangan buat ada di posisi top 7 sekarang ini. Jadi menurut saya ini sih gak adil karena si comeback, mereka udah sempet keluar.” (Alya Yumna Noernantyo)

“Menurut saya dengan datangnya kembali 7 model, hal tersebut dapat membuat suasana semakin seru dan semakin mengasikan, karena dapat membuat antar model untuk saling lebih bersaing, bekerja sama dan memotivasi untuk menjadi semakin lebih baik agar tidak tergantikan oleh 7 model yang datang kembali.” (Marcellinus Dimas)

Dari hasil analisis jawaban dari ketiga informan tentang apa yang telah mereka tonton terkait kedatangan para model comeback yang sudah tereliminasi pada tayangan tersebut. Dua dari tiga informan ini memberikan jawaban yang sama sedangkan salah satu dari tiga informan memiliki

pendapat yang berbeda sesuai dengan pengetahuan dan stimulus yang mereka dapat.

4.2.2 *Relations of Production* (Hubungan Produksi Informan dengan INTM)

Hubungan produksi dalam *decoding* adalah bagaimana hubungan antara informan atau khalayak dengan tayangan. Makna pesan dapat dipengaruhi oleh informasi yang didapat individu, jika informasi bertambah atau diubah, makna teks juga dapat berubah. Itu karena manusia itu dinamis dan terus berkembang. Hal ini juga berkaitan dengan teori SOR dalam aspek komunikasi dari segi perhatian, pengertian dan juga penerimaan. Ketiga variabel ini penting karena menentukan bagaimana individu merespons dan menentukan sikap setelah menerima stimulus. Sikap yang dimaksud disini adalah kecenderungan untuk bertindak, berpikir, memandang, dan merasakan terhadap objek, gagasan, situasi, atau nilai. Sikap bukanlah perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek sikap. Oleh karena itu, pada kenyataannya tidak ada konsep sikap yang berdiri sendiri. Selain itu, sikap juga menentukan apakah seseorang harus setuju atau tidak setuju dengan sesuatu, menentukan apa yang disukai, apa yang diharapkan.

Berdasarkan data hasil dari FGD dan juga wawancara, penulis mendapat pemaknaan dari masyarakat dalam acara *Indonesia's Next Top Model Cycle 3*. Kajian tersebut menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang berfokus pada bagaimana khalayak memberi makna pada isi pesan yang

disampaikan, serta keterkaitan dengan teori stimulus respon yang mana stimulus atau pesan diberikan oleh INTM sebagai komunikator dan akan melihat komunikan atau khalayak memberikan respon (efek) dari tayangan *episode comeback di cycle 3 Indonesia's Next Top Model* ini.

Terdapat tiga bentuk respon (Greenwald & Banaji, 1995; dan Ajzen, 2005) yakni Respon kognitif, adalah respon yang ditampilkan berdasarkan pada pemikiran tentang objek sikap yang tampil sebagai ekspresi verbal maupun nonverbal. Respon kognitif erat kaitannya dengan pengetahuan, keterampilan, keyakinan atau pengetahuan. Respons kognitif dapat terjadi ketika gangguan persepsi terkait dengan sesuatu yang dipahami dan diketahui seseorang itu sendiri dengan orang lain. Respon afektif adalah respon yang mengacu pada perasaan, emosi, sikap dan opini terhadap sesuatu yang ditampilkan secara lisan maupun tertulis.. Reaksi ini terjadi ketika berkaitan dengan rasa suka, rasa tidak suka khalayak terhadap sesuatu. Dan respon konatif, yang merujuk pada perilaku aktual, dapat dilihat sebagai tindakan, aktivitas, dan pola perilaku. Respon ini mengacu pada ekspresi niat perilaku secara terbuka yang biasanya diamati dalam tindakan valensi reaksi, perilaku dapat diamati pada tanggapan seperti pendekatan dan penghindaran terhadap objek sikap (Liliweri, 2015). Walaupun mendapatkan stimulus yang sama tetapi dalam proses merespon, setiap individu akan mengolah stimulus tersebut hingga terjadi kesediaan untuk bertindak (bersikap). Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak, hal ini yang nantinya

akan menentukan terjadinya perubahan sikap dan menimbulkan sebuah respon.

Berdasarkan observasi dan hasil FGD dari tiga narasumber dengan latar belakang berbeda yang memenuhi kriteria penelitian. Berikut adalah hasil analisis wawancara setelah melakukan FGD :

Hasilnya adalah pada pembahasan pertama yaitu pendapat khalayak pada tayangan INTM *cycle 3 episode comeback*, pada bagian ini ditemukan respon kognitif karena menurut informan pertama yang diketahui dari INTM Cycle 3 adalah program tv yang bertemakan kompetisi modelling berkelas untuk mencari model yang berkualitas. Informan kedua menyatakan pendapatnya bahwa INTM merupakan kompetisi yang berisikan model berpengalaman untuk meningkatkan skill dan popularitas untuk karir mereka kedepannya. Menurut informan ketiga program INTM ini adalah program yang memberikan dampak positif bagi para model dan juga penontonnya, karena kompetisi ini mengandung unsur pembelajaran bagi para peminat di bidangnya maupun penonton yang ingin belajar tentang modelling. Pendapat tersebut dikatakan sebagai respon (efek) yang diberikan oleh komunikan, sesuai dengan aspek kedua (*organism*) dan ketiga (*effect*) dari teori stimulus respon. Respon para informan di atas tergolong dalam respon kognitif karena respon tersebut merupakan respon dalam bentuk bagaimana informan mengenal ataupun mengetahui tentang kompetisi ini.



Gambar 4. 6 Tujuh model *comeback*
(Tayangan Part 1, menit 7:30-11:00)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10 Juli 2023)

Pada pembahasan kedua mengenai datangnya 7 model *comeback* merupakan stimulus yang diberikan oleh media. Dalam pembahasan ini dapat dilihat terdapat respon afektif yang mana terdapat perasaan yang setuju maupun tidak setuju dan mengungkapkannya dalam sebuah argument. Informan pertama menyatakan bahwa tidak adil rasanya jika top 7 harus kembali bersaing dengan 7 model yang sudah gugur. Datangnya 7 model *comeback* ini dirasa kurang pas karena mereka lebih dulu pulang dan bisa belajar diluar rumah karantina tentang hal baru. Kemudian mereka diberikan kesempatan kembali berkompetisi dengan top 7. Informan kedua memberikan pendapat yang tidak jauh berbeda dengan informan pertama. Menurutnya ini hal yang tidak adil, walaupun beberapa kompetisi yang ada tayang di televisi juga menerapkan sistem *comeback* ini. Namun berbeda dengan kedua informan lainnya, informan ketiga ini menyatakan respon afektif positif, bahwa kedatangan 7 model yang sudah tereliminasi justru menambah semangat dan meningkatkan jiwa persaingan antar kontestan. Apabila semangat yang tadinya menurun, menjadi bertambah karena merasa

bahwa top 7 harus bisa mempertahankan posisinya sedangkan bagi model *comeback* ingin merebut posisi dari top 7.



Gambar 4. 7 Monica Moment

(Tayangan Part 2, menit 11:25 – 11:43)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pembahasan ketiga tentang ucapan Monica yang menyebut para top 7 sedang insecure dan merasa terancam akan kedatangan model *comeback*, terus mengundang emosi para kontestan. Peneliti mengidentifikasi terdapat respon afektif dalam pembahasan ini. Terdapat perasaan kesal yang dirasakan kemudian diungkapkan para informan. Menurut informan pertama, Monica mengatakan hal tersebut hanya karena dia ingin menutupi rasa insecure yang ada pada dirinya. Setuju dengan informan pertama, informan kedua menyatakan hal yang serupa bahwa Monica berusaha menutupi rasa insecure nya dan mencoba mengecoh para pesaingnya, atau bisa dikatakan sebagai strategi supaya para kontestan menjadi kesal dan tidak fokus menjalankan setiap challengenya. Informan ketiga, mengomentari hal ini bahwa dia meyakini bahwa orang yang menjudge orang lain *insecure*, sebenarnya orang yang menjudge tersebut yang sedang mengalaminya.



Gambar 4. 8 Privilege Model Unggul
(Tayangan Part 2, menit 18:05 – 19:33)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pembahasan keempat yang membahas tentang semua model yang lebih unggul dalam *mini challenge* akan mendapatkan *privilege* yang sama rata. Hal ini berlaku pada model top 7 dan model *comeback*. Respon kognitif dapat dilihat dalam pembahasan ini, informan melihat perilaku atau sikap judges yang menyamaratakan model unggul akan mendapatkan *privilege* baik model top 7 maupun model *comeback*, hal ini akhirnya dinilai kurang pas oleh informan pertama dan diungkapkannya dengan sebuah argument. Pada bagian ini informan pertama tidak setuju karena posisi model top 7 dan para *comeback* jelas berbeda, seharusnya jika model *comeback* lebih unggul, tidak mendapatkan *privilege* yang sama seperti model top 7 yang unggul di *mini challenge*. Sedangkan informan kedua disini mengutarakan penilaian challenge dirasa kurang objektif, tetapi jika memang ada model *comeback* yang lebih unggul dalam *versus challenge* ini. Mereka pantas mendapatkan *privilege* karena mereka sudah berusaha untuk lebih unggul dari lawannya. Menurut informan ketiga, setuju dengan apa yang disampaikan dengan informan kedua. Siapapun yang lebih unggul antara model *comeback* dan top 7, mereka berhak mendapatkan *privilege*.

Perbedaan pendapat antara informan pertama dengan kedua informan lainnya tetapi dalam pembahasan ini tidak merubah bahwa ketiga informan menggunakan respon yang bersifat kognitif hanya saja informan pertama bersifat negatif dan informan kedua, ketiga bersifat positif.



Gambar 4. 9 Perselisihan Marella dan Monica
(Tayangan Part 5, menit 6:45 – 7:10)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pada pembahasan kelima, tentang selisih paham antara Marella dan Monica semakin memanas membuat suasana di rumah karantina menjadi tidak kondusif. Pada saat awal datangnya model *comeback*, hingga melewati setiap challenge di episode *comeback* ini. Informan pertama menanggapi bahwa, hal ini wajar jika dilihat dari sudut pandang masing masing kubu yaitu antara tim *comeback* dan top 7. Bisa dikatakan bahwa Monica disini tidak suka dengan sambutan yang kurang hangat dari model top 7 atas kedatangan mereka (para *comeback*) dan Marella mewakili suara dari top 7 yang tidak terima bahwa model yang sudah tereliminasi bisa kembali berkompetisi langsung dengan top 7 yang sudah berjuang sejauh ini. Sedikit berbeda dengan informan pertama, informan kedua mengatakan bahwa Marella berusaha membuat kubu dalam kompetisi, karena pada nyatanya Fey juga merupakan model *comeback* tetapi Marella merasa bahwa Fey

masih wajar jika dia datang untuk kembali berkompetisi kembali. Hanya karena Fey baru saja tereliminasi di top 8. Informan ketiga menambahkan pendapatnya bahwa setiap kontestan berhak menciptakan *defensive bagi dirinya sendiri*. Hal ini dianggap sebagai motivasi bagi masing - masing kontestan agar lebih percaya diri, dan orang lain memiliki hak untuk menilai siapapun termasuk dirinya sendiri. Dari ketiga respon yang diberikan para informan, respon tersebut tergolong dalam respon afektif karena masing – masing informan memposisikan dirinya sebagai kontestan dengan emosionalnya kemudian memberikan pendapatnya jika informan ada di posisi tersebut yang disampaikan secara verbal dan nonverbal.



Gambar 4. 10 Panca Moment
(Tayangan Part 2, menit 16:50 – 17:10)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pembahasan keenam tentang statement Panca Makmun sebagai judges mengatakan bahwa posisi model top 7 bisa saja dicuri atau digantikan oleh model *comeback* apabila para model top 7 tidak melakukan yang terbaik. Informan pertama menyampaikan pendapatnya yang kontra dengan statement Panca Makmun tentang model *comeback* yang bisa merebut posisi dari top 7. Menurutny jangan diadakan sistem comeback ini untuk menghindari selisih paham yang terjadi antar kontestan dan konflik yang

akan timbul di rumah karantina. Informan kedua menilai bahwa usaha yang mereka berikan untuk sampai ke posisi top 7 berbeda dengan mereka yang sudah jauh tereliminasi, terlalu instan jika model *comeback* yang datang diberikan kesempatan untuk menggeser posisi top 7. Dalam pembahasan keenam ini ketiga informan satu suara menyatakan ketidaksetujuan termasuk informan ketiga. Pernyataan Panca Makmun yang jelas memberikan kesempatan bagi model *comeback* bisa menggeser posisi top 7 hanya dengan melakukan *challenge* yang sama dengan top 7 di episode *comeback* ini terlalu instan. Hal ini memperlihatkan bahwa para informan sedang menilai perilaku atau sikap yang ditunjukkan Panca makmun dan mengatakannya dengan sebuah pendapat, respon tersebut tergolong dalam respon kognitif *negative*.

Pembahasan ketujuh tentang objektivitas juri dalam menilai setiap *challenge* mulai dari *photoshoot challenge* dan *runway challenge*. Sudah objektif atau masih condong subjektif sehingga muncul peribahasa “anak emas”. Ketiga informan menggunakan respon kognitif yang mana respon didapat dari informan yang mengamati dan melihat perilaku juri yang kurang objektif. Respon kognitif positif disampaikan oleh informan pertama menganggap bahwa dilihat dari segi foto dan *runway* memiliki hasil yang proporsional dan *body language* sesuai dengan tema *runway challenge* sudah objektif. Informan kedua memiliki pendapat yang berbeda dengan informan pertama. Dia menyatakan bahwa hasil foto dan *runway challenge* disini masih kurang objektif dalam penilaiannya. Menurutnya juri berusaha

mencari kesalahan yang ada di model aman dan melindungi beberapa model top 7 yang dianggapnya memiliki potensi tetapi dalam challenge ini masih kurang optimal memberikan skillnya. Setuju dengan informan kedua, dengan tegas informan ketiga juga memberikan respon kognitif yang bersifat negatif dengan menyampaikan pendapatnya bahwa juri masih subjektif dalam memberikan penilaiannya. Benar merasa bahwa ada beberapa juri yang terlihat memiliki anak emas di antara kontestan. Sehingga berusaha menormalisasikan kekurangan yang dimiliki model tersebut dan berusaha mencari kesalahan pada model lain yang dirasa fotonya masih aman, walaupun foto itu merupakan *preference*.



Gambar 4. 11 Screen Time Marella
(Tayangan Part 7, menit 16:50 – 17:10)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pembahasan kedelapan, membahas tentang statement Marella menyampaikan pendapatnya pada saat *screen time* acara sebelum result. Jika memang harus ditambah dia masih memaklumi. Dalam hal ini apabila top 7 yaitu Marella, Shalfa, Iko, Nathalie, Berlian, Paula, Vannes ditambah dengan model yang berhasil *comeback* masih bisa dianggap wajar. Tetapi dia tidak terima apabila ada salah satu model dari top 7 ditukar atau digantikan posisinya dengan model *comeback*. Respon afektif terlihat jelas

digunakan para informan karena pada pembahasan ini erat kaitannya dengan emosional seseorang, serta diungkapkan dengan respon kognitif dengan cara pandang yang berbeda. Menurut informan pertama, ini hal yang salah, seharusnya semakin jauh kompetisi semakin sedikit pula pesertanya. Tidak diganti ataupun ditambah. Jadi menurut informan pertama dari 7 model *comeback* dan 7 top 7, seharusnya hanya ada 6 model yang melanjutkan kompetisi menjadi top 6. Berbeda dengan informan pertama, informan kedua menyetujui apa yang disampaikan Marella. Kurang adil untuk mereplace dari top 7, tetapi jika memang adanya sistem *comeback* ini memberikan kesempatan kedua kepada model *comeback* seharusnya tidak mengganti posisi dari top 7 melainkan ditambah. Informan ketiga memiliki pendapat yang tak jauh berbeda dengan informan kedua. Menurutnya seharusnya model *comeback* tidak diberikan kesempatan untuk menggantikan posisi dari top 7, kurang fair apabila *comeback* memiliki posisi yang sama dengan top 7 dan hanya dengan challenge di *episode comeback* ini, para model *comeback* bisa menggantikan posisi dari top 7 yang sudah melewati semua *challenge* dari top 18 sampai top 7.



Gambar 4. 12 *Comeback 3 Model*
(Tayangan Part 7, menit 16:50 – 17:10)

Sumber : Tangkapan Layar Youtube @Indonesia'sNextTopModel (10/07/23)

Pembahasan kesembilan, tentang 3 model yang berhasil *comeback* yaitu Olivia, Monica dan Denisa menjadi top 9. Dan pulangnya salah satu model top 7 yaitu Shalfa. Berdasarkan hasil *photoshoot* dan *runway challenge* kontestan. Pendapat dari informan pertama, jika dilihat secara keseluruhan menganggap bahwa dalam sebuah kompetisi itu kalah menang merupakan hal yang wajar. Jadi jika ada model yang berhasil *comeback*, berarti dia mampu membuktikan bahwa dia layak untuk kembali berkompetisi dan bersaing memperebutkan gelar *the winner Indonesia's Next Top Model cycle 3*. Menurut informan kedua, dia tidak setuju keputusan juri yang memulangkan Shalfa. Hasil foto Shalfa dianggap masih aman untuk berlanjut di kompetisi dibanding Paula yang posisinya ada di model top 7 juga. Informan kedua menganggap dari hal ini dapat dilihat bahwa penilaian masih bersifat subjektif. ;sama dengan informan kedua, informan ketiga menyampaikan bahwa tidak semua model yang berhasil *comeback* layak untuk kembali berkompetisi di *Indonesia's Next Top Model Cycle 3*. Walaupun sebuah foto itu termasuk *preference*, tapi sangat jelas terlihat bahwa kontestan yang siap secara *photoshoot* dan *runway challenge* adalah Olivia. Ketiga informan berada pada kategori respon kognitif, setelah menelaah stimulus yang disampaikan INTM mengamati berbagai hasil foto dari kontestan dan komentar juri, informan menyampaikan pendapatnya sebagai bentuk resepsi.

Pembahasan kesepuluh, membahas tentang kebijakan juri yang mendatangkan model *comeback*, kembali memperebutkan posisi untuk bisa

masuk ke dalam kompetisi. Dan kebijakan juri yang meloloskan 3 model dari model *comeback* yaitu Olivia, Monica, dan Denisa untuk kembali berkompetisi di top 9, serta salah satu model top 7 yaitu Shalfa tereliminasi hanya untuk meningkatkan rating dan menarik minat dari penonton. Ketiga informan menyatakan ketidaksetujuan atas kebijakan yang juri keluarkan. Informan pertama menyatakan, tidak setuju akan penggantian posisi ataupun penambahan jumlah peserta dari top 7 dan juga model *comeback*. Informan 1 menganggap bahwa ini adalah pemanis dari sebuah kompetisi untuk meningkatkan ketertarikan penonton dan juga fans dari kontestan maupun kompetisi ini sendiri.

Informan kedua mengungkapkan sistem replace ini tidak adil bagi top 7. Tetapi mengingat acara ini adalah acara yang disiarkan di televisi, pentingkan menjaga dan meningkatkan rating harus tetap dijaga oleh pihak penyelenggara. Sama dengan kedua informan lainnya, informan ketiga tidak setuju dengan kebijakan tersebut. Namun setuju bila drama ini dibuat untuk menaikkan rating dan meningkatkan minat penonton untuk semakin mengikuti acara tersebut karena ingin mengetahui kelanjutan drama dari kembalinya 3 model *comeback* ke dalam kompetisi, dan membela idolanya. Pendapat tersebut sama halnya dengan aspek efek (respon) dalam teori stimulus respon, bahwa stimulus yang sama tidak menentukan bahwa persepsi dari setiap individu juga akan sama. Pada bagian ini komunikasi sudah melewati proses perhatian dengan menonton INTM cycle 3 episode *comeback*, sudah melewati proses pengertian atau pemahaman sebuah

stimulus atau kode yang disampaikan oleh media, dan sudah melakukan proses penerimaan. Penerimaan ini yang nantinya akan diolah menjadi sebuah respon (*effect*) untuk melanjutkan kesediaan menentukan atau mengubah sikap. Efek atau respon yang disampaikan informan tergolong pada respon kognitif yang mana berdasarkan pengamatan informan, mereka menganggap bahwa sistem *comeback* yang digunakan dan kebijakan juri digunakan untuk meningkatkan rating, mengingat INTM merupakan kompetisi yang disiarkan di televisi.

4.2.3 *Technical Infrastructure* (Infrastruktur Teknis Informan)

Infrastruktur teknis adalah infrastruktur teknis yang mendukung *decoding* dan pemahaman penonton dalam menyampaikan pesan yang disampaikan oleh tayangan INTM cycle 3 episode *comeback*. Infrastruktur teknis adalah alat yang membantu penonton untuk memahami secara fisik pesan yang disampaikan oleh sebuah tayangan. Alat-alat ini berhubungan, misalnya, dengan konteks ruang dan waktu dari konsumsi media, seperti dimana melihat atau menonton tayangan INTM tersebut (di kamar, di rumah, di café dan tempat lainnya), kapan, dan berapa kali menonton tayangan tersebut. Alat pendukung makna juga dapat dipahami sebagai media atau sumber daya fisik, misalnya media cetak atau elektronik, serta hal-hal yang berkaitan dengan konsumsi makna sebuah teks media.

Dalam konteks infrastruktur teknis *decoding* ini para informan mengatakan bahwa mereka sudah menonton tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 episode comeback* ini sebanyak 2 kali. Ketiga informan ini

mereka mengatakan bahwa hal yang sama yaitu mereka nonton tayangan tersebut lewat youtube.

“Episode comeback di cycle 3 ini sudah saya tonton dua kali, yang sebelumnya saya tonton sendiri dikamar dengan hp”. (Alya Yumna, 2 Juli 2023)

“Biasanya saya menonton youtube dimalam hari selesai bekerja, dan saya menonton INTM ini di youtube.” (Marcellinus Dimas, 2 Juli 2023)

“Kalau saya cenderung lebih suka menonton youtube dengan laptop karena lebih nyaman ketiga media nya lebih besar”. (Alvina Rosyikha, 2 Juli 2023)

4.3 Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Penonton Terhadap Tayangan Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback

Berdasarkan data klasifikasi penempatan khalayak Tujuan dari kajian analisis penerimaan ini adalah untuk mengetahui posisi sudut pandang khalayak terhadap tayangan INTM cycle 3 episode comeback. Analisis penerimaan Stuart Hall didasarkan pada tiga hipotesis yang menempatkan informan pada posisi tertentu yang juga dikuatkan oleh teori stimulus respon milik Hovland, Jenis dan Kelly yang memiliki tiga aspek. Dianalisis dari segi pesan atau stimulus yang diberikan oleh INTM sebagai komunikasi, dan menghasilkan respon (efek) yang diberikan oleh komunikasi setelah menerima stimulus tersebut. Dari analisis FGD yang dilakukan oleh peneliti, posisi pertama adalah dominan hegemonic, Marcelinus Dimas sebagai informan ketiga tergolong dalam posisi ini.

Sebab, informan ketiga menerjemahkan isi pesan menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan dalam tayangan. Posisi negosiasi, ditempati oleh Alvina Rosyikha Hanum. Informan pertama ini menerjemahkan pesan dan kemudian menerima pesan namun terdapat pengecualian dalam hal tertentu menambahkan dengan pandangannya sendiri. Ketiga adalah posisi oposisi, menjadi sudut pandang yang digunakan oleh Alya Yumna (informan kedua). Informan kedua menerjemahkan pesan kemudian menolak makna yang ingin disampaikan oleh pembuat kode atau pemberi stimulus dalam hal ini yaitu Indonesia's Next Top Model.



BAB V

PENUTUP

Youtube saat ini masih menjadi favorit bagi masyarakat Indonesia. Sebagai media sosial yang mampu memberikan informasi sekaligus hiburan yang dapat diakses dari *handphone*, *youtube* dikonsumsi oleh berbagai macam kalangan seperti mahasiswa, pelajar dan masyarakat umum. Dunia pertelevisian yang juga ikut merambah eksistensi melalui konvergensi media dengan *youtube* sudah banyak dilakukan di Indonesia. Seperti halnya *Indonesia's Next Top Model* yang menarik audiens dengan menayangkan programnya di *youtube*. Selain bisa ditonton berulang kali, tayangan *youtube* INTM ini juga menyediakan kolom komentar sehingga penyelenggara program dapat melihat *feedback* atau efek yang diberikan oleh khalayak dari hasil tayangan tersebut. Sedangkan khalayak bisa memberikan komentar atau pendapatnya terhadap tayangan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan *Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan keragaman resepsi dan mengetahui penerimaan dari penonton tentang episode *comeback* pada tayangan *youtube Indonesia's Next Top Model Cycle 3 Episode Comeback*.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada tiga informan dengan tiga kategori yang berbeda mengenai penerimaan *episode comeback* di *cycle 3 Indonesia's Next Top Model*. Berdasarkan tiga faktor proses *decoding* (*frameworks of knowledge, relations of production, dan technical infrastructure*), peneliti memperoleh 3 posisi informan yang berbeda yakni *dominant hegemonic position, negotiated position dan oppositional position*. Penelitian ini menemukan bahwa ketiga informan tidak konsisten dalam posisi dominan, negosiasi atau oposisi dari awal hingga akhir. Informan yang awalnya berada pada posisi dominan dapat berpindah ke posisi negosiasi atau oposisi. Sebaliknya, informan yang awalnya dalam posisi oposisi atau negosiasi dapat berubah dan mengambil posisi dominan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam analisis resepsi khalayak, tidak ada penerimaan mutlak dalam resepsi dan pemaknaan yang dimaknai dan direfleksikan oleh informan.

Dalam penelitian ini, hal yang mempengaruhi informan saat menerjemahkan dan menginterpretasikan makna adalah opini publik terhadap realitas sosial dan konsumsi media masing-masing individu juga mempengaruhi penerimaan khalayak. Informan yang berada pada *dominant hegemonic position*, menandakan bahwa informan sejalan dengan adanya *episode comeback* dalam tayangan tersebut, yang artinya setuju dengan adanya sistem *comeback* dan keputusan kebijakan juri pada tayangan INTM *cycle 3*. Kemudian pada *negotiated position* menunjukkan bahwa informan

menerima sebagian isi pesan dan menolak sebagian pesan yang berkaitan dengan sistem *comeback* dan juga keputusan juri pada tayangan tersebut. Dan informan yang berada di posisi *oppositional position* menyatakan bahwa informan bertolak belakang dengan pesan yang bersangkutan dengan sistem *comeback*, serta kebijakan keputusan juri pada *result* tayangan *Indonesia's Next Top Model cycle 3*.

Dari resepsi khalayak tersebut juga ditemukan respon dengan dua golongan. Dalam satu respon khalayak cenderung menggunakan dua jenis respon yaitu afektif dan kognitif. Tak sedikit dari informan yang menggunakan perasaan emosionalnya dalam meresepsikan tayangan tersebut dalam hal ini tergolong dalam jenis respon afektif. Ketika khalayak menilai dari segi perilaku salah satu kontestan maupun juri, informan cenderung menggunakan respon kognitif. Dalam menyampaikan resepsinya dengan menunjukkan bagaimana perilaku berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasarkan pada asumsi bahwa keyakinan dan emosi sangat mempengaruhi perilaku.

Melalui analisis resepsi, kita dapat melihat bahwa penonton berperan aktif dalam menafsirkan makna tayangan tersebut, dalam pemaknaan khalayak terhadap teks media dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing individu, dan pengaruh orang - orang yang ada di lingkungan sekitar. Hal ini sesuai dengan teori analisis resepsi Stuart Hall yang mengacu pada proses *encoding decoding*.

5.2 Saran

1) Bagi Indonesia's Next Top Model

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberi saran kepada pihak INTM terkait sistem *comeback* yang memang sudah ada sejak *cycle* 1. Pertama, INTM disarankan untuk tetap menggunakan sistem *comeback* seperti season sebelumnya yakni di *cycle* 1 & 2 bahwasannya model *comeback* tidak memiliki posisi yang sama dengan model yang masih bertahan dalam kompetisi, sehingga model *comeback* tidak memiliki kesempatan untuk menggeser kedudukan dari model yang masih bertahan. Hanya saja jika ada model yang memiliki kualifikasi untuk *comeback* bisa ditambahkan menjadi kontestan kembali dalam kompetisi tersebut. Kedua, jika memang ada sistem *comeback* disarankan untuk adil kepada seluruh model yang sudah dieliminasi untuk bisa mendapatkan kesempatan kedua. Bukan hanya tujuh model saja, dari total 18 model dan tersisa top 7 seharusnya ada 11 model yang mendapatkan kesempatan untuk *comeback*.

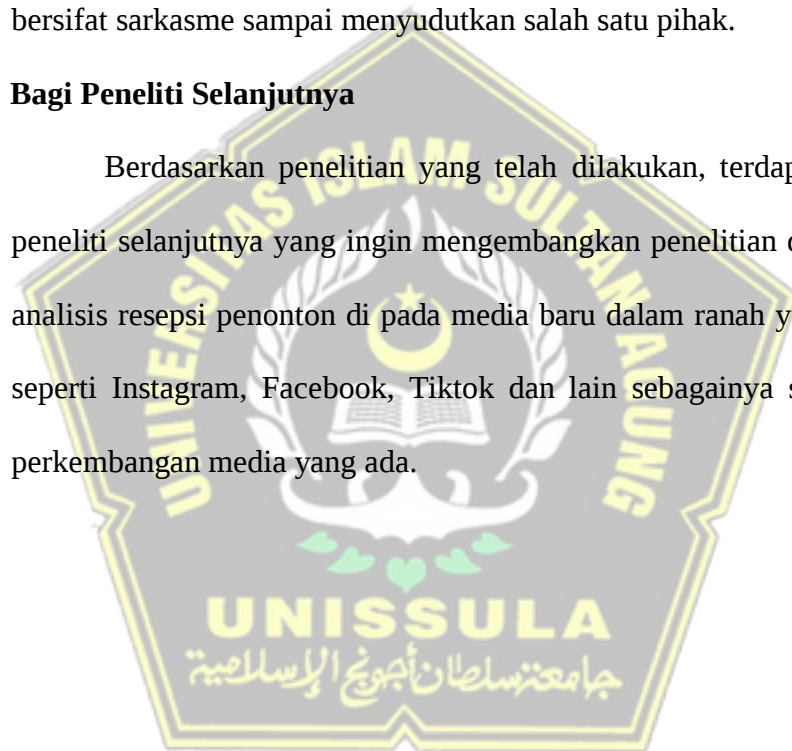
Untuk kebijakan keputusan juri, disarankan untuk lebih objektif dalam mengomentari dan menilai hasil *photoshoot* serta *runway challenge*. Selain itu disarankan untuk lebih bijak dalam memberikan keputusan akhir kepada para model yang harus tereliminasi dan yang masih tetap melanjutkan kompetisi. Karena dalam sebuah kompetisi itu memiliki tujuan mencari yang terbaik dari kemampuan setiap kontestan.

2) Bagi Penonton INTM

Untuk para penonton yang menikmati dan mengidolakan kontestan maupun juri, disarankan untuk tetap memberikan dukungan dan support. Jika memang ada bagian yang tidak sesuai dengan keinginan pribadi masing – masing disarankan untuk tetap memberikan komentar atau kritikan sesuai pada porsinya. Tidak melakukan bullying, menggunakan kata – kata yang bersifat sarkasme sampai menyudutkan salah satu pihak.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dalam lingkup analisis resepsi penonton di pada media baru dalam ranah yang lebih luas seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan lain sebagainya sesuai dengan perkembangan media yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.)). CV Jejak.
- Dudi, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Kindarto, A. (2013). Belajar Sendiri Youtube. In *Elex Media Komputindo*. Gramedia.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jp.v15i2.2060>
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenadamedia
- Morisan, Andy C. Wardhani, F. H. . (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Rosdiana, Susilo Wirawan, Andi Yuniarsy Hartika, Sulistyani Prabu Aji, Febriantika, Christina Rony Nayoan, Dewi Arisanti, Ratna Trisilawati, R. R. S. (2023). *Penerapan Strategi Perubahan Perilaku* (Dr. Neila). Get Press Indonesia.
- Sartika. (2022). *Analisis Framework S-O-R Mengenai Online Shopping Value dan Web Satisfaction Terhadap Purchase Intention* (M. A. Wira Bharata, S.AB., M. S. Dr. Finnah Fourqoniah, S.Sos., & B. B. Muhammad Fikry Aransyah, M.BA. (eds.)). Lakeisha.
- Sirajuddin. (2017). *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susilo Pradoko. (2017). *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif, Keilmuan Seni, disebHumaniora & Budaya*. . UNY Press.

JURNAL

- Alamsyah, A. (2021). Youtube: Sebuah Kajian Demokratisasi Informasi Dan Hiburan. *Jurnal Politik Profetik*, 9, 99–119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/Profetik.V9i1a6>

- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 135. <https://doi.org/10.47007/jkomu.v18i02.368>
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film “Men, Women & Children.” *Protvf*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.11347>
- Forefry, N. (2017). Strategi Pemberdayaan Guru Oleh Sekolah (Studi Kasus Di Sman 5 Dan Smadarul Hikam Kota Bandung). *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 24(1), 54. <https://doi.org/10.17509/jap.v24i1.6510>
- Harumawardhani, D. P., Rahmawati, I. Y., & Setyowahyudi, R. (2022). Analisis Kesantunan Berbahasa Anak Usia 4-6 Tahun Studi Kasus Kebiasaan Menonton Youtuber Gaming “Miawaug” Di Kabupaten Ponorogo. *Seling: Jurnal Program Studi Pgra*, 8(2), 117. <https://doi.org/10.29062/seling.v8i2.1220>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1, 3.
- Mariskhana, K. (2017). Pengaruh Televisi Dan Gadget Terhadap Prestasi Belajar Anak. *Jurnal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 15(2), 129. <https://doi.org/10.31294/jp.v15i2.2060>
- Paramita, A., & Kristiana, L. (2013). Teknik Focus Group Discussion Dalam Penelitian Kualitatif (Focus Group Discussion Technique In Qualitative Research). *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117–127.
- Rahmat Abidin, A., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74–78. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Ramadhani, A., & Tiani, R. (2022). Strategi Kesantunan Dalam Sesi Penjurian Ajang Kompetisi Indonesia's Next Top Model Siklus 1 (Suatu Kajian Pragmatik). 1(2), 98. <https://doi.org/10.14710/wjsbb.2022.16555>
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal Of Civic Education*, 2(4), 313–323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>

- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31334/Ljk.V2i2.263>
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 14. <https://doi.org/10.31602/Jm.V5i1.6756>
- Tunshorin, C. (2016). Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 73. <https://doi.org/10.14421/Pjk.V9i1.1191>

SKRIPSI

- Ashraff, D. 2023. (2023). *Opini Pengikut Youtube Fitra Eri Terhadap Konten Review Otomotif Pada Youtube Fitra Eri*. <https://doi.org/10.24127/Repositori.Uma.Ac.Id/Handle/123456789/20263>
- David. (2017). Analisis Respsi Budaya Minangkabau Dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck. In *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Kholifah, A. N. (2022). *Analisis Resepsi Penonton Wanita Terhadap Maskulinitas Dalam Drama Korea "Snowdrop."*
- Kurniawan, P. A. (2021). *Analisis Resepsi Budaya Malang*.
- Pratama, F. I. (2022). Pemanfaatan Media Youtube Dalam Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Islam Kelas Vii Madrasah Tsanawiyah Nurul Islam Ii Ngesrep, Ngemplak, Boyolali. In *جامعہ اسلامیہ اسلامیہ*.
- Sianturi, C. M. (2022). Pemaknaan Followers Laki-Laki Terhadap Nilai Beauty Standard Laki – Laki Dalam Video Iklan Ms Glow For Men #Semuajugabisa Di Instagram @Msglowformen. In *Journal Information*.

WEBSITE

- Wikipedia. Diakses pada 20 Februari 2023. [https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia%27s_Next_Top_Model_\(musim_3\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia%27s_Next_Top_Model_(musim_3))