ANALISIS RESEPSI GEN Z YANG MENJADI PENONTON KONTEN VLOG DI KANAL YOUTUBE FADIL JAIDI TERHADAP CITRA KELUARGA HARMONIS

Keyka Seskiadrina Dewi[1], Ratih Hasanah Sudrajat[2]
[1 , 2] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial , Universitas Telkom , Indonesia,
[1]keykaseskia@student.telkomuniversity.ac.id , [2]ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Nowadays, it is easy to find Indonesian celebrities or public figures who share their family lives with the public, both from positive and negative perspectives. One example is Fadil Jaidi, a celebrity who portrays his family life in a positive light through his YouTube channel @fadiljaidi, which has 6.2 million subscribers. One particular episode titled "Lamaran!?" (Engagement!?) stands out for its high intensity in showcasing complete family interactions. Stuart Hall states that audiences play an active role in producing meaning through reception theory using the Encoding-Decoding model. This study aims to identify the position of the audience and analyze the reception-forming factors among Generation Z viewers of Fadil Jaidi's vlog content related to the concept of a harmonious family image. Using a qualitative method with a case study approach, the research was conducted through in-depth interviews with 11 key informants. The data analysis applies Stuart Hall's Encoding-Decoding model to determine whether the audience's interpretation is oppositional, dominant, or negotiated, while also considering the factors influencing meaning-making, such as knowledge frameworks, relations of production, and technical infrastructure. The findings reveal how the subjects are positioned within these meaning categories and how the influencing factors shape their interpretations.

Key Words : Harmonious Family, Reception Analysis, Generation Z, Vlog Content

---

Abstrak

Dapat dengan mudah saat ini ditemukan selebritas atau tokoh ternama indonesia yang mempublikasikan kehidupan keluarganya baik melalui sisi positif maupun negatif. Diantaranya selebritas yang melakukan publikasi kehidupan keluarganya namun dari sisi positif yakni Fadil Jaidi. Melalui kanal youtube @fadiljaidi yang memiliki 6.2 juta pelanggan terdapat satu episode yang bertajuk "Lamaran!?" memiliki intensitas tertinggi dalam menampilkan interaksi keluarganya secara lengkap. Stuart Hall menyatakan bahwa khalayal memiliki peran aktif dalam memproduksi makna melalui teori resepsi dengan model Encoding-Decoding. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui posisi khalayak, kemudian menganalisa faktor pembentuk resepsi apa yang dimiliki oleh khalayak generasi z yang menjadi penonton konten vlog di Kanal Youtube fadil jaidi terhadap konsep citra keluarga harmonis. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang dilakukan dengan wawancara mendalam kepada 11 informan kunci. Proses analisis data mencakup penerapan model Encoding-Decoding dari Stuart Hall untuk mengidentifikasi jenis pemaknaan yang dilakukan oleh audiens, apakah bersifat oposisi, dominan, atau negosiasi. Selain itu, analisis ini juga mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya makna, seperti kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis. Hasil dari penelitian ini pun menemukan menjelaskan bagaimana subjek penelitian dapat berada pada posisi pemaknaan tersebut dan bagaiman faktor-faktor terkait mempengaruhinya.

Kata Kunci : Keluarga Harmonis, Analisis Resepsi, Generasi Z, Konten Vlog

---

I. PENDAHULUAN

Saat ini gambaran serta informasi mengenai keluarga yang ideal seperti apa melalui sebuah media komunikasi yang saat ini paling banyak digunakan yakni media sosial menjadi sebuah hal yang bias. Yang dimana melalui media komunikasi ini informasi yang terserap tidak bisa tersaring secara maksimal. Sehingga video berisikan gambaran keluarga yang negatif dan positif tercampur baur. Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan dalam jurnal internasional karya Ginés dkk bahwa Di era digital saat ini, banyaknya sumber informasi, baik profesional maupun non-profesional, yang dapat diakses melalui koneksi internet semata, tidak ada bandingannya. Namun, lautan informasi yang luas ini tidak serta merta menghasilkan masyarakat yang lebih terinformasi. Sebaliknya, banyak pengguna sering kali terjerat dalam jaringan disinformasi, yang sebagian besarnya dapat dikaitkan dengan bias media (Rodrigo-Ginés et al., 2024). Salah satu media sosial yang berisikan informasi mengenai gambaran keluarga yang ideal adalah Youtube.

Youtube merupakan media sosial yang termasuk kedalam jenis *sharing network media*, yang dimana jenis media sosial tersebut dapat menjadi wadah bagi penggunanya untuk melakukan komunikasi melalui sebuah video (XL Axiata, 2024). Pengguna Youtube menurut pencatatan data oleh tim global media insight dalam setiap bulannya lebih dari 2,70 Miliyar jiwa menggunakan Youtube (GMI Research Team, 2024). Untuk di Indonesia sendiri dilansir dari laman resmi datareportal yang bersumber dari We Are Social, tercatat di angka 139 juta jiwa sebagai pengguna Youtube dengan dominasi usia adalah 18-34 tahun atau golongan Generasi Z. Dengan angka pengguna yang besar tersebut tentu Youtube menjadi wadah yang didalamnya memiliki aktivitas komunikasi yang masif dan kompleks (Kemp, 2024).

Salah satu konten yang dikomunikasikan melalui Youtube adalah sebuah konten dengan konsep blogging, namun dalam bentuk video atau bisa juga di sebut Video Blog yang diketahui saat ini juga dengan istilah Vlog. Menurut uraian yang tercantum dalam laman resmi jakarta photography school Video blogging atau vlog adalah jenis blog yang berisi konten video dan diunggah ke kanal media sosial Youtube. Seseorang yang sering membuat video blog tersebut dikenali pula sebagai vlogger (Team dokumentasi JSP, 2022). Vlog ini konsep dan genrenya akan sangat bervariatif karena yang bergantung pada preferensi dan ide pembuat vlog atau disebut juga dengan istilah vlogger. Kegiatan publikasi keluarga dari sudut pandang positif dalam bentuk vlog yang dilakukan oleh beberapa selebritas yang disebutkan diatas termasuk kedalam genre vlog keluarga. Menurut *the conversation* sebuah media digital milik *queen university* yang fokus membuat artikel yang memuat informasi berdasarkan bukti dan sains, mendefiniskan genre vlog keluarga ini sebagai konten yang didalamnya *"....involve viewers along on the family's daily routine*" (R. Hall & Pilgirm, 2023).

Dapat dengan mudah saat ini ditemukan selebritas atau tokoh ternama indonesia yang mempublikasikan sisi keharmonisan atau hubungan manis keluarganya melalui youtube. Tokoh ternama yang melakukan publikasi keluarganya di media sosial namun dari sisi positif, yakni dengan menonjolkan kebersamaan dan keharmonisan keluarganya. Diantaranya adalah Fadil jaidi yang dominasi kontennya menayangkan kebersamaan serta keseharian keluarganya yang dibalut dengan humor melalui kanal youtube dengan nama pengguna @fadiljaidi7416 dengan jumlah pelanggan yang peneliti observasi pada tanggal 6 Februari 2025 adalah sebanyak 6,2 juta pelanggan sejak 4 tahun dari video pertamanya diunggah dengan jumlah penonton sebanyak 820 juta dari 198 video, yang didominasi dengan menayangkan momen kebersamaan Fadil Jaidi kepada keluarganya. Berikut merupakan gambar tampilan pertama untuk kanal youtube Fadil Jaidi per bulan Februari tahun 2025.

Diantara konten yang diunggah oleh Fadil Jaidi terdapat satu episode yang bertajuk "Lamaran!?" memiliki intensitas tertinggi dalam menampilkan interaksi keluarganya secara lengkap. Episode tersebut berbeda dengan episode lainnya yang hanya menampilkan interaksi keluarga ini secara tidak lengkap, terkadang hanya menampilkan Fadil dan sang ayah, terkadang hanya menampilkan Fadil dan sang kaka begitupula dengan interaksi sang adik dan ibu dengan Fadil Jaidi yang terkesan "terpisah-pisah". Dari menit pertama hingga menjelang penutupnya melalui episode tersebut menayangkan kegiatan diskusi Fadil Jaidi dan keluarga lengkapnya yakni sang ayah yang dikenal dengan nama pak Muh, sang ibu yakni ibu Ida, sang kakak yang akan melakukan lamaran kak Yislam, dan sang adik dari Fadil Jaidi yaitu Dila mengenai acara lamaran yang akan dilakukan oleh anak sulung dari keluarga ini. Video yang sempat memasuki trending nya youtube indonesia ini sudah di tonton sebanyak 4.512.733 juta kali dengan komen sebanyak 7.337 per Februari 2025.

Pemilihan konten bertema vlog keluarga yang dimiliki oleh Fadil Jaidi peneliti pilih melalui keberhasilan Fadil Jaidi sebagai seorang pembuat konten yang banyak menampilkan kebersamaannya bersama keluarganya dilihat dari angka pelanggan pada youtubenya yang lebih unggul dengan rentang waktu yang sikat jika berdasarkan perbandingan objek dibawah ini, hal tersebut menunjukkan ketertarikan yang besar dari masyarakat indonesia khususnya generasi Z sebagai usia pengguna dominan media sosial terhadap genre konten vlog keluarga pada youtube. Selain itu angka pengguna youtube jika dilihat dari kategori usia, merupakan dasar peneliti untuk melakukan analisis resepsi kepada indvidu dari kategori generasi Z yang menjadi penonton konten vlog kanal youtube Fadil Jaidi terhadap sebuah keluarga harmonis setelah melakukan konsumsi konten tersebut.

Generasi Z yakni generasi dengan karakteristik khas, seperti menggemari teknologi karena tumbuh bersama perkembangannya, serta fleksibel dan mudah beradaptasi dengan berbagai situasi. Mereka juga lebih cerdas berkat akses pembelajaran yang melimpah, terbuka dan toleran terhadap perbedaan suku dan agama, serta cenderung menyukai konten visual seperti foto dan video. Senang berekspresi melalui media sosial, generasi ini juga pragmatis dalam mencari solusi praktis dan instan, serta analitis berkat kecerdasan yang dimiliki. Namun, mereka sering kesulitan fokus karena terbiasa dengan konten singkat di media sosial, dan terampil melakukan multitasking atau beralih tugas dengan cepat (Prismanata & Tinjung Sari, 2022).

Pemilihan konsep pada penelitian ini juga berangkat dari kebaruan yang belum ada di penelitian sebelumnya yaitu pemaknaan terhadap konsep keluarga harmonis. Diantaranya terdapat penelitian terdahulu yang membantu peneliti dalam mencari referensi yang dipenuhi celah penelitiannya oleh penelitian ini. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi ruang untuk saling melengkapi melalui beberapa perbedaan yang peneliti temukan dengan penelitian terdahulu. Penelitian pertama bertajuk “Pemaknaan Konten Youtube Fadil Jaidi Tentang Adab Kepada Orang Tua (Studi Resepsi pada Subscriber Millennial)” yang disusun oleh Wahdiyati dan Violina pada tahun 2023, memiliki kesamaan objek penelitian yakni konten pada kanal youtube Fadil Jaidi dengan teori stuart hall. Untuk perbedaannya adalah kategori subjek penelitian yang di pilih adalah dari generasi milenial yang menjadi subscriber sementara penelitian ini subjek tidak harus menjadi subscribers sehingga subjek dan hasil penelitian bisa lebih luas namun tetap terhubung dengan objek penelitian lewat kategori “yang menjadi penonton”.

Pisau analisis dari penelitian ini adalah sebuah teori resepsi yang dicetuskan oleh seorang sosiologis asal jamaika yakni Stuart Hall. Teori resepsi ini pertama kali beliau cetuskan pada tahun 1973 dengan model *Encoding-Decoding* dan pengklasifikasian pemaknaan menjadi 3 yaitu dominan, negosiasi, dan pemaknaan oposisi serta mengenai ruang lingkup yang melatar belakangi pembentukan makna tersebut yakni ruang lingkup pengetahuan, Hubungan produksi , dan Infrastruktur Teknik. Hasil penemuan diharapkan dapat menjadi hasil yang mendalam dan akan di uraikan tanpa angka secara jelas dan merinci dari hasil pengambilan data yang dilakukan secara mendalam dan langsung bersama subjek penelitian melalui wawancara dengan teknik triangulasi untuk menjaga keabsahan data sehingga metode kualitatif adalah metode tercocok untuk penelitian ini. Subjek Penelitian peneliti pilih melalui data pengguna media sosial berdasarkan usia pada uraian diatas sehingga diharapkan hasil penelitian akan memiliki skala relevansi yang luas.

Selain dikarenakan belum adanya penelitian sebelumnya yang membahas mengenai resepsi generasi Z terhadap citra keluarga harmonis, penelitian ini juga penting untuk dilakukan guna memperluas jangkauan kompleksitas dan kedalaman proses sebuah komunikasi yang terjadi antara seorang indvidu dengan dirinya sendiri, atau yang dikenal pula dengan komunikasi intrapersonal. Bahwa proses komunikasi intrapersonal tidak sesederhana dapat membentuk sebuah *output* yang berbentuk pemaknaan atau pemaknaan atau pemahaman akan seuatu sebagai keputusan final dalam benak seseorang tanpa adannya pengaruh dari lingkungan luar. Kemudian berangkat juga dari Fenomena publikasi keluarga yang dilakukan selebritas baik publikasi sisi negatif maupun positif yang menjadi tren dan biasnya gambaran mengenai keluarga yang harmonis juga menjadi urgensi penelitian ini dilakukan agar diharapkan artis atau tokoh ternama dapat lebih berhati hati dalam melakukan publikasi keluarga karena dapat memberi pengaruh besar terhadap konsumen kontennya. Sehingga tersusunlah dari teori, metode, subjek, objek, serta konsep yang peneliti temukan menjadi satu kesatuan dalam sebuah judul penelitian yakni, “Analisis Resepsi Generasi z yang menjadi penonton konten vlog di Kanal Youtube Fadil Jaidi terhadap citra keluarga harmonis”

II. TINJAUAN LITERATUR

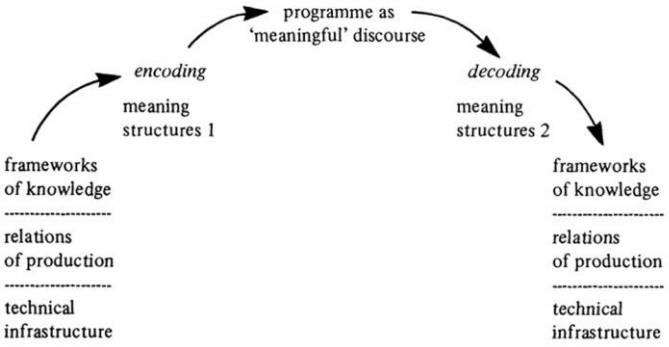
Komunikasi dalam keluarga merupakan sebuah alat dan juga elemen penting yang berperan dalam perkembangan hubungan orang tua dan anak. Komunikasi ini tidak hanya membantu menyesuaikan peran, tetapi juga mempererat ikatan emosional dan membangun pemahaman serta komitmen bersama. Proses ini dimulai sejak bayi melalui interaksi dasar seperti tangisan yang direspon orang tua, dan berlanjut seiring perkembangan anak. Selain itu, komunikasi dalam keluarga juga berperan penting dalam proses sosialisasi anak, pengembangan keterampilan sosial, dan pembentukan keterikatan yang mendukung kesejahteraan mental anak. Komunikasi dalam keluarga juga menjadi dasar dalam pembelajaran dan pencapaian sosial, serta berlanjut antar generasi. Kajian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan dikarenakan Vlog Fadil Jaidi sering menampilkan interaksi positif berbentuk komunikasi antara anggota keluarga.

Teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall menekankan bahwa makna dalam pesan media bukan hanya dibentuk oleh pengirim, tetapi ditentukan oleh audiens melalui proses sosial dan konstruksi budaya, di mana audiens dapat menginterpretasikan pesan dengan cara yang berbeda sesuai dengan latar belakang mereka. Pendukung lain simpulan peneliti mengenai definisi teori resepsi adalah pernyataan Puspitaningrum yakni Model Encoding-Decoding juga menjelaskan bahwa kelas sosial, seperti juga usia, ras, etnis, gender, atau identitas lainnya memainkan peran penting dalam "tools" kultural saat Decoding" (Puspitaningrum, 2023).

Dalam jurnal karya wahidar dan reswari pada tahun 2021 ditemukan uraian bahwa model Encoding-Decoding yang dicetuskan oleh Hall ini adalah model yang berpendapat bahwa khalayak yang berada di posisi Decoding memiliki pengaruh yang sama dengan produsen pesan yang berada di posisi Encoding (Wahidar & Reswari, 2021). Keduanya pada derajat yang sama mempunyai kekuatan masing masing, produsen memiliki kekuatan karena dapat menghasilkan pesan sesuai dengan yang mereka mau sementara khalayak atau audiens kuat pada posisi dapat mewujudkan kembali penerimaan atau pemaknaan pesan tersebut sesuai yang audiens mau. Kedua unsur dalam model Encoding-Decoding juga memiliki definisi masing masing, dimana Encoding dalam buku karya Pujarama dan Yustitia diuraikan sebagai proses untuk memproduksi pesan melalui sebuah media teks dan menciptakan pesan melalui sebuah kode bahasa.

Decoding yakni sebuah proses dimana kode bahasa tersebut diartikan kembali untuk dimaknai oleh decoder (Pujarama & Yustisia, 2020:45). Decoding juga dijelaskan sebagai proses mengubah pesan yang telah di-Encoding menjadi bentuk yang dapat dimengerti oleh penerima. Dalam konteks komunikasi, Decoding merujuk pada proses pemaknaan pesan melalui simbol atau kode tertentu. Pada tahap ini, penerima pesan perlu menguraikan kode atau simbol yang digunakan oleh pengirim pesan untuk memahami makna yang dimaksud. Dalam ranah media, Decoding mengacu pada proses interpretasi pesan oleh audiens. Setiap individu dalam audiens memiliki kerangka kognitif yang unik, yang mempengaruhi bagaimana pesan dipahami. Oleh karena itu, makna yang diterima dapat bervariasi, bergantung pada konteks dan pengalaman pribadi penerima (Dwi, 2023). Adapun stuart hall menggambarkan model nya seperti dalam gambar di bawah ini :

Gambar 2. 1 Model Encoding-Decoding Stuart Hall



Sumber (S. Hall et al., 1972:120)

Proses Encoding (penciptaan kode) dari pesan yang ada atau muncul melalui konten-konten media sosial pada struktur makna satu yang kemudian akan menjadi sebuah program, yakni wacana penuh makna, yang kemudian selanjutnya di Decoding (pemaknaan kode) oleh audiens dan terbentuklah struktur makna dua. Dari struktur makan kedua menurut Stuart Hall dalam buku karya Sokowati dan Rochimah pada tahun 2023 bertajuk "Memahami Khalayak Media Dalam Beragam Perspektif" penonton akan menjadi kedalam 3 kelompok dalam memaknai kode atau pesan dari produsen yakni :

1. Pemahaman Dominan (The Dominant-Hegemonic Position)

Pada kelompok pertama ini peneonton memaknai kode atau pesan selaras dengan makna yang sama dengan makna yang ingin diekspektasikan oleh pembuat konten. Decoder menyerap pesan dan memaknainya tanpa banyak perubahan atau resistensi terhadap interpretasi lainnya.

2. Pemahaman Yang Dinegosiasikan (The Negotiated Position)

Pemaknaan tipe kedua ini membentuk kelompok yang melakukan pemakanaan dari pencampuran aspek yang dapat disesuaikan dan terpilih. Kode, pesan, dan informasi yang diserap dari konten yang di produksi oleh encoder setengah dipahami apa adanya namun decoder atau audiens juga memiliki pemaknaan menurut pemikirannya sendiri terhadap makna pesan tersebut. Pemaknaan lain yang tercipta karena ada pemikiran pribadi adalah hal yang dapat peneliti dalami melalui penelitian ini.

3. Pemahaman Oposisi (The Oppositional Position)

Kelompok audiens pada pemahaman ini adalah sekelompok audiens yang memaknai kode atau pesan dari encoder secara berlawanan dari makna yang dieskpektasikan oleh produksi kode untuk dapat terbentuk di dalam pikiran penontonnya, hingga akhirnya terbentuklah makna baru atau makna lain yang terbentuk dari banyak aspek yang melekat pada decoder.

Pembentukan struktur satu dan dua pada model tersebut memiliki kesamaan yaitu faktor pembentuknya. Kedua peran dalam struktur tersebut yaitu produksi kode dan pemberi arti pada kode menciptakan makna dari pesan yang muncul dari kode berdasarkan kerangka pengetahuan (frame of knowledge), hubungan produksi (relations of production), dan infrastruktur teknis (technical infrastructure).

Keluarga harmonis atau bahagia merupakan keluarga di mana setiap anggotanya merasakan kebahagiaan dan penerimaan diri, baik dari segi sosial, mental, maupun fisik. Keluarga harmonis juga berinterksi dengan lancar, di mana kebutuhan masing-masing anggota terpenuhi, serta adanya ketenangan, kasih sayang, dan kerja sama yang saling melengkapi. Kehidupan keluarga yang harmonis juga terdapat pengorbanan, saling membantu, dan berupaya untuk menciptakan kedamaian serta kesejahteraan bersama.

III.METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang peneliti gunakan untuk melakukan penelitian ini merupakan penelitian yang penyajian sumber dan hasil datanya bukanlah sesuatu yang terbentuk ke dalam sebuah angka, dan juga juga memprioritaskan kualitas kedalaman sebuah data yang disajikan menggunakan serangkaian kata kata yang tersusun dengan baik, yakni metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam jurnal internasional karya Briandana dkk pada tahun 2023, terkutip bahwa dalam buku yang ditulis oleh Thomas R. Lindlof dan Bryan C. Taylor di bukunya yang bertajuk Qualitative Communication Research Methods mendefinisikan metode kualitatif sebagai sebuah rencana yang terancang untuk penelitian yang menekankan pada pencarian makna, definisi, konsep, pertanda, isyarat, simbol, dan deskripsi dari fenomena dengan fokus, menggunakan multimetode, alamiah dan holistik Lindlof & Taylor dalam (Briandana et al., 2023). Simons dalam jurnal karya Makipaa menjelaskan bahwa pendekatan studi kasus memungkinkan untuk meneliti berbagai perspektif secara mendalam dan membandingkan berbagai sudut pandang yang saling bertentangan (Mäkipää, 2024). Yin pula menjelaskan bahwa pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial multifaset terkini dengan berfokus secara mendalam pada perspektif dunia nyata (Yin dalam Wier, 2024). Selain itu memungkinkan fokus pada pemahaman interpretasi subjektif dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif Rehman & Alharthi dalam (Wier, 2024).

Adapun diantara sekian jenis paradigma pada ilmu sosial peneliti memilih paradigma Konstruktivisme sebagai paradigma penelitian ini. Sarantokos dalam buku Cosmas Gatot Haryono menguraikan tiga poin penting mengenai peradigma jenis konstruktivisme ini yakni definisinya, cara membentuk realitas, dan tujuan dari paradigma ini. Sarantokos menyatakan bahwa Konstrutivisme adalah paradigma yang melihat pengetahuan sosial selaku alat analisis yang tersistematis kepada aksi yang bermakna secara sosial. Cara pembentukan realitasnya adalah dengan melakukan observasi langsung dan rinci terhadap pelaku dalam kesehariannya. Paradigma Konstruktivisme juga bertujuan untuk menghasilkan pemahaman dan penafsiran mengenai bagaimana para objek sosial yang terkait dapat membuat dan memelihara dunia sosialnya Sarantokos dalam (Haryono, 2020:18).

Subjek dalam penelitian ini adalah sekelompok orang yang tahun kelahirannya menjadi bagian dari generasi Z yang sudah mengonsumsi atau menonton video vlog dari konten yang terunggah dalam kanal youtube miliki Fadil Jaidi. Pemilihan ini juga didasari oleh karakteristik generasi Z yang sudah peneliti rincikan di bab kajian pustaka. Selain itu dengan pesyaratan subjek dari geenerasi Z yang sudah menonton konten vlog di kanal youtube Fadil Jaidi yang juga menjadi objek penelitian dapat meningkatkan kualitas kebenaran dan kesesuaian data. Selain itu dalam pengerucutan subjek penelitian peneliti tidak melakukan batasan geografi atau latar belakang suku, sehingga variasi budaya, kontekstual, dan wilayah akan dapat menambah keberagaman dan nilai pemahaman mengenai fenomena terkait. Objek penelitian ini sendiri merupakan konten vlog di kanal youtube Fadil Jaidi yang kontennya berjudul "Lamaran!?" seperti pada gambar diatas. Konten tersebut terunggah pada tanggal 14 bulan Juli tahun 2024. Konten tersebut berisikan keluarga Jaidi yang sedang berkumpul untuk berdiskusi mengenai lamaran yang akan dilakukan oleh anak pertama dari keluarga ini yaitu Yislam Jaidi. Dalam video tersebut juga menampilkan seuruh anggota keluarga Jaidi dan berinterkasi secara penuh dalam video tersebut yang berdurasi 11 menit 40 detik. Objek ini akan dianalisis untuk menemukan model Encoding dari pisau analisis yang digunakan.

Sugiyono dalam bukunya menguraikan bahwa data primer merupakan data yang menjadi sumber utama dan juga memberikan informasi secara langsung kepada peneliti (Sugiyono, 2013:137). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode unutk dapat mengumpulkan data primer berkualitas, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk penyerapan data sekunder peneliti melakukan kajian pustaka melalui sumber terakreditasi seperti jurnal, buku, artikel ilmiah, ataupun skripsi terdahulu.

Dalam melakukan analisis data sehingga dapat menciptakan hasil yang paling berkualitas peneliti memiliki kegiatan analisis data yang terbagi ke dalam 3 tahapan menurut Miles dan Huberman yang peneliti kutip melalui buku karya Haryono pada tahun 2020. Tiga tahapan menurut Miles dan Huberman meliputi *Data Reduction, Data Display, dan Conclusion Drawing.* Untuk tenik triangulasi yang peneliti gunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber masih dilansir dari buku yang sama mengarah kepada pengujian keabsahan data dengan melakukan perbandingan data yang diterima dari 1 informan dengan informan lainnya (Sugiyono, 2013:274). Data yang didapatkan dari berbagai informan sebagai sumber data diuraikan, dikelompokkan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Untuk kemudian data tersebut dapat masuk ke proses analisis.

IV.HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui penelitian ini ditemukan mayoritas generasi Z atau subjek penelitian berada pada posisi pemaknaan menerima kode dominan yakni citra keluarga harmonis melalui objek penelitian atau konten vlog keluarga Fadil Jaidi episode "Lamaran!?". 7 dari informan menduduki dominan-hegemoni, 3 informan berada di posisi oposisi dan 1 informan berada pada posisi negosiasi. Informan pada posisi ***The Dominant – Hegemoni Positional*** yang dimana subjek penelitian menerima citra keluarga harmonis pada konten vlog keluarga Fadil Jaidi episode "Lamaran!?". Pemaknaan ini terjadi ketika informan menemukan bahwa nilai nilai dan pengetahuan yang mereka percaya dan yakini dapat mereka temukan melalui konten terkait yang menjadi objek penelitian. *Frame Of Knowloedge* (FOK) sebagai faktor pertama yang mempengaruhi pemaknaan khalayak pada posisi ini dicatat bahwa khalayak menemukan deskripsi mengenai keluarga harmonis yang mereka yakini serta percaya dapat mereka temukan dalam objek penelitian. Adapun pemahaman informan terbangun didominasi oleh nilai norma dan etika serta penyerapan dari lingkungan keluarganya. Adapun diskusi atau *Relationship of Production* (ROP) pada posisi ini berfokus pada topik pembahasan diskusi mengenai Fadil Jaidi dan Keluarga serta dengan dominan informan melakukan diskusi bersama keluarganya. Kemudian faktor terakhir yang mempengaruhi posisi pemaknaan khalayak atau subjek penelitian yakni *Technical of Infrastructure* (TOI) serta informan dari posisi ini mayoritas mengaku tidak memiliki masalah dengan teknis dan infrastruktur ketika mengonsumsi objek penelitian.

Seorang informan berada pada posisi pemaknaan ***The Negosiational Position*** yakni dimana pemaknaan dari Informan memiliki pemaknaan yang menerima dan berlawanan secara bersamaan. Informan pada posisi ini memaknai bahwa konten tersebut merepresentasikan citra keluarga harmonis namun berpendapat juga bahwa hal di representasikan tidak bisa di generalisasi bagi semua orang. *Frame of Knowledge* (FOK) informan pada posisi ini terbangun melalui norma dan etika yang dimiliki oleh informan serta penyerapan melalui lingkungan keluarganya. Informan menemukan bahwa pengertian mengenai kode dominan yakni keluarga harmonis dapat ditemukannya melalui objek penelitian, namun dikarenakan adanya pengalaman bahwa reaksi teman diskusinya berbeda maka informan memiliki pemahaman tambahan bahwa kondisi keluarga tidak dapat di samaratakan bagi seluruh orang. Lalu faktor kedua yakni *Relationsip of Production* (ROP) pada posisi ini informan lakukan bersama teman sebaya nya dan membahas mengenai kondisi betapa baik dan bahagianya keluarga Fadil Jaidi. Informan pada posisi ini melalui faktor *Technical of Infrastructure* (TOI) juga menyatakan bahwa tidak adanya masalah serta ketidak nyamanan selama melakukan penyerapan pesan melalui objek penelitian.

Kemudian informan yang berada pada posisi ***The Oppsitional Position*** yakni informan memiliki pemaknaan yang berlawanan terhadap citra keluarga harmonis melalui konten vlog keluarga Fadil Jaidi episode “Lamaran!?”. Informan pada posisi ini memiliki pemaknaan bahwa konten tersebut tidak merepresentasikan citra keluarga harmonis karena apa yang ditampilkan dalam konten tidak dapat di generalisasi terhadap seluruh keluarga secara umum. *Frame of Knowledge* (FOK) informan pada posisi ini mayoritas dibangun melalui nilai agama dan adanya penyerapan melalui lingkungan pendidikan, keluarga, dan teman. Pemahaman yang informan miliki tidak dapat informan temukan selama mengonsumsi pesan melalui objek penelitian sehingga informan pun menolak kode dominan atau citra keluarga harmonis. Lalu faktor kedua yakni *Relationsip of Production* (ROP) pada posisi ini 2 informan menemukan topik pembahasan yang mereka lakukan bersama keluarganya berlawanan dengan pemahamannya mengenai kode dominan yakni keluarga harmonis. Seorang informan melakukan diskusi bukan bersama anggota keluarganya yakni sang teman sehingga mempengaruhi fokus topik diskusi yang lebih menyoroti Fadil Jaidi secara individu bukan Fadil Jaidi dan keluarganya. Melalui faktor *Technical of Infrastructure* (TOI) juga menyatakan bahwa seorang informan menemukan ketidak nyamanan dalam adegan yang menunjukkan interaksi Fadil Jaidi dan sang kakak yang justru memperlihatkan ketidak hormatan adik kepada kaka.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap data yang dikumpulkan serta pembahasan yang telah dilakukan ditemukanlah sebuah kesimpulan bahwa, mayoritas Generasi Z memaknai citra keluarga harmonis dalam vlog Fadil Jaidi episode "Lamaran!?" melalui posisi dominan-hegemoni, yaitu mereka menerima dan menyetujui nilai-nilai keluarga harmonis yang ditampilkan karena sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman pribadi mereka, yang dibentuk oleh nilai, norma, dan lingkungan keluarga. Diskusi mereka pun sering terjadi dalam lingkup keluarga, dan secara teknis mereka tidak mengalami kendala dalam mengakses konten. Namun, sebagian kecil informan berada dalam posisi negosiasi, yaitu menerima bahwa vlog tersebut menggambarkan keluarga harmonis, tetapi juga menganggap tidak semua keluarga bisa disamakan dengan gambaran tersebut. Pandangan ini terbentuk dari pengalaman pribadi dan diskusi dengan teman sebaya. Sementara itu, ada 3 dari 11 informan yang berada dalam posisi oposisi, yaitu menolak bahwa vlog tersebut mewakili citra keluarga harmonis karena menurut mereka apa yang ditampilkan tidak mencerminkan realitas semua keluarga. Pemahaman mereka dipengaruhi oleh nilai agama dan lingkungan pendidikan, serta mereka merasa pesan dalam vlog tidak sesuai dengan nilai yang mereka anut. Beberapa juga merasa tidak nyaman dengan adegan tertentu dalam vlog. Secara keseluruhan, pandangan dominan mendukung citra keluarga harmonis dalam konten vlog, namun terdapat variasi pandangan tergantung latar belakang, pengalaman, dan konteks diskusi masing-masing individu.

B. Saran

Saran teoritis dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah agar penelitian analisis resepsi selanjutnya tidak hanya berfokus pada decoding oleh audiens, tetapi juga memasukkan aspek encoding sebagai bagian penting dari kajian. Dengan melibatkan komunikan atau individu yang secara langsung menjadi produsen pesan, penelitian akan memperoleh perspektif yang lebih menyeluruh dari kedua sisi proses komunikasi. Selain itu, manfaat penelitian juga akan bertambah, karena produsen pesan dapat memahami bagaimana pesan mereka dikonstruksi dan diinterpretasi

oleh audiens tertentu sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh berbagai jenis konten media sosial selain vlog—seperti serial web, reality show, atau konten TikTok—dalam membentuk persepsi generasi muda terhadap citra keluarga harmonis. Perbandingan lintas platform dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana nilai-nilai keluarga ditransmisikan dan diterima dalam berbagai format konten.

Kemudian untuk saran praktis ditujukan bagi para kreator konten, terutama yang mengangkat tema keluarga, disarankan untuk lebih memperhatikan nilai-nilai positif yang ditampilkan dalam karya mereka. Mengedepankan narasi tentang hubungan yang sehat dan komunikasi yang baik antar anggota keluarga bisa berdampak positif pada penonton serta membantu mereka membangun identitas sosial yang lebih baik dalam kehidupan nyata. Selain itu, para pendidik dan orang tua dapat memanfaatkan platform seperti YouTube sebagai media pembelajaran untuk menanamkan nilai-nilai keluarga harmonis kepada Gen Z, menggunakan konten yang relevan sebagai sarana diskusi atau refleksi. Terakhir, penting bagi kreator untuk tidak hanya menyajikan konten yang menghibur, tetapi juga mendidik—misalnya, dengan membahas cara menyelesaikan konflik dalam keluarga, tips komunikasi yang sehat, serta strategi menjaga keharmonisan dalam kehidupan modern yang serba cepat.

DAFTAR PUSTAKA

Briandana, R., Dwityas, N. A., & Mayde, P. C. (2023). Audience reception of acculturation in parenting style on Indonesian-Korean YouTube channel. *International Journal of Communication and Society*, *5*(2), 1–12. https://doi.org/10.31763/ijcs.v5i2.991

Dwi, A. (2023, August 26). *Encoding, Decoding Dalam Komunikasi dan Perbedaanya*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Sumatra Utara.

Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT). *Jurnal Manajemen Maranatha*, *18*, 127–134. https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/1619/1260

GMI Research Team. (2024). *YOUTUBE STATISTICS 2024 (DEMOGRAPHICS, USERS BY COUNTRY & MORE)*. https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/#YouTube_Users_Statistics_2024_Infographicsn

Gunarsa, S. D. (2001). *Psikologi praktis: anak, remaja, dan keluarga*. BPK Gunung Mulia.

Hall, R., & Pilgirm, C. (2023). *Family vlogs can entertain, empower and exploit*. https://theconversation.com/family-vlogs-can-entertain-empower-and-exploit-211093

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1972). *Culture, Media, Language*.

Haryono, G. C. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak, Anggota IKAPI.

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

Mäkipää, T. (2024). Upper secondary students' perceptions of feedback literacy in second language learning in Finland – A qualitative case study. *Teaching and Teacher Education*, *143*, 104554.

Prasetyo, R. A., Dhahuri, R. Al, Firdaus, R., Hersty, C., Billal, M., Hadi, N., Rahman, R., Dhahuri, A. L., & Firdaus, M. R. (2023). Representasi Rakyat Kecil dan Penguasa: Analisis *Encoding-Decoding* dalam Video Game Little Nightmares 2. In *Seminar Nasional Desain dan Media*.

Prismanata, Y., & Tinjung Sari, D. (2022). Formulasi Media Pembelajaran untuk Peserta Didik Generasi Z dan Generasi Alfa pada Era Society 5.0. *PISCES Proceeding of Integrative Science Education Seminar*, *2*, 44–58. http://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/jtii

Pujarama, W., & Yustisia, R. I. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*. Universitas Brawijaya Press.

Puspitaningrum, D. (2023). CRAZY RICH DI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI TEORI *ENCODING-DECODING*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *4*, 487.

Rodrigo-Ginés, F. J., Carrillo-de-Albornoz, J., & Plaza, L. (2024). A systematic review on media bias detection: What is media bias, how it is expressed, and how to detect it. In *Expert Systems with Applications* (Vol. 237). Elsevier Ltd. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121641

Setiono, K. (2011). *Psikologi Keluarga*. Penerbit Alumni.

Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2012). *Dasar Dasar Hubungan Masyarakat*. Remaja Rosdakarya.

Sokowati, M. E., & Rochimah, T. H. N. (2023). *Memahami Khalayak Media Dalam Beragam Perspektif*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Sunata, I. (2023). Kajian tentang Komunikasi dan Budaya. *Journal of Da'wah*, *2*, 100–131. https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/dakwah/article/view/2597

Team dokumentasi JSP. (2022, September). *Apa Itu Vlog? Pengertian dan Jenis Vlog*. Jakarta School of Photography. https://jsp.co.id/apa-itu-vlog-pengertian-dan-jenis-vlog/

Wahidar, T. I., & Reswari, S. A. (2021). Analisis Resepsi Toxic Relationship dalam Film Pendek All Too Well Karya Taylor Swift. *MEDIUM : Jurnal Ilmiah Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau*, *9*(2), 332–346.

Widiastuti, T., & Syafiyah, F. N. (2023). ANALISIS RESEPSI PADA PEMAKNAAN KELUARGA IDEAL DALAM FILM LAYANGAN PUTUS THE SERIES. In *Jurnal Media Kom: Vol. XIII* (Issue 2).

XL Axiata. (2024). *Apa Itu Media Sosial? Tujuan, Fungsi, Dan Jenis-Jenis Media Sosial*. XL Axiata. https://www.xl.co.id/blog/apa-itu-media-sosial-tujuan-fungsi-dan-jenis-jenis-media-sosial