

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Media memiliki peran dalam mempengaruhi publik melalui penyebaran konten informasi atau pemberitaan. Media baru khususnya media sosial youtube dewasa ini banyak dilakukan sebagai media untuk membangun sikap penerimaan masyarakat terhadap penderita gangguan jiwa. Kepopuleran YouTube sebagai media sosial dimanfaatkan untuk membangun perspektif masyarakat tentang Orang dengan gangguan jiwa (ODGJ) melalui konten-konten yang disajikan. Menurut UU tahun 2004 No. 18 ODGJ adalah orang yang mengalami gangguan dalam pikiran, perilaku, dan perasaan yang dimanifestasikan dalam bentuk sekumpulan gejala dan/atau perubahan perilaku yang bermakna, yang dapat menimbulkan penderitaan dan hambatan dalam menjalankan fungsi orang sebagai manusia. ODGJ merupakan kelompok masyarakat yang layak untuk mendapatkan perhatian karena seringkali mendapatkan persepsi yang salah oleh masyarakat.

Persepsi yang salah terhadap ODGJ inilah yang kemudian mengakibatkan adanya perilaku *labelling* dan diskriminasi terhadap Orang-orang dengan gangguan jiwa (Ridlo & Zein, 2018). Hal tersebut menjadi masalah di Indonesia karena bertolak belakang dari UU NO. 8 tahun 2016 Pasal 7 tentang Penyandang Disabilitas yang mengatur mengenai hak bebas dari stigma yang meliputi hak bebas dari pelecehan, penghinaan, dan pelabelan negatif terkait kondisi disabilitasnya.

Sebuah *platform* sosial yakni menjadi manusia, mewadahi edukasi seputar ODGJ melalui konten-konten dalam *channel* youtube nya. Menjadi manusia merupakan sebuah *platform* sosial yang didirikan pada tahun 2018 oleh *founder* Rhaka Ghanisatria, Adam Alfares Abednego, dan Levina Purnamadewi. Pada channel youtube nya terhitung sejak November 2021 *platform* sosial ini sudah memiliki hampir 800.000 *subscribers* dan juga mengatongi ratusan *viewers* pada masing-masing video yang diunggah.

Konsep konten yang disajikan oleh channel ini dikemas dalam bentuk *story telling* dari berbagai narasumber dengan berbagai perspektif dan pengalaman

yang dialami. Salah satu konten yang ada dalam channel youtube menjadi manusai adalah konten yang membahas seputar ODGJ. Konten-konten tersebut diberi judul “Stop sebut orang gila ODGJ juga manusia”. Terhitung sampai dengan tanggal 14 November 2021 konten tersebut telah dilihat oleh ribuan penonton youtube.

Gambar 1.1 Konten Youtube Menjadi Manusia



Sumber: (Youtube Menjadi Manusia, 2021)

Menurut data riskesdas dari Kementerian Kesehatan RI pada tahun 2018 terjadi peningkatan jumlah ODGJ dari tahun 2013 yakni naik menjadi 7%. Hal ini berarti dapat dikatakan per 1.000 rumah tangga terdapat 7 rumah tangga yang ada ODGJ, sehingga jumlahnya diperkirakan sekitar 450 ribu orang dengan gangguan jiwa berat. ODGJ di Indonesia dengan gangguan kejiwaan belum secara penuh mendapatkan haknya alamiah sebagai manusia dan masih belum mendapatkan perlakuan yang baik. Salah satu manifestasi adanya diskriminasi yang dialami oleh orang-orang dengan gangguan jiwa dapat teridentifikasi dari kasus pemasangan. Direktur Pencegahan dan Pengendalian Masalah Kesehatan Jiwa dan Napza Kemenkes, Siti Khalimah mengungkapkan selama tahun 2019 hingga 2020 terdapat peningkatan jumlah pasung akibat gangguan jiwa yakni sebanyak 6.200 kasus dari tahun sebelumnya yakni 5.200 kasus.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa ODGJ di Indonesia masih belum secara merata mendapatkan haknya sebagai warga negara yang tercantum dalam undang-undang. Sesuai dengan UU No.36 Tahun 2009 tentang kesehatan yang mengatur upaya kesehatan jiwa untuk menjamin seseorang dapat menikmati kehidupan kejiwaan yang sehat termasuk bebas dari ketakutan, tekanan dan gangguan lain yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan jiwa (kemensos.go.id, 2021). Selain itu dalam UU No. 8 tahun 2016 Pasal 6 tentang Penyandang Disabilitas menyebutkan bahwa hak hidup untuk penyandang disabilitas meliputi hak atas penghormatan integritas, tidak dirampas nyawanya, mendapatkan perawatan dan pengasuhan yang menjamin kelangsungan hidupnya, bebas dari penelantaran, pemasungan, pengurangan, dan pengucilan, bebas dari ancaman dan berbagai bentuk eksploitasi dan bebas dari penyiksaan, perlakuan dan penghukuman lain yang kejam, tidak manusiawi dan merendahkan martabat manusia (pug-pupr.pu.go.id, 2021).

Stigmatisasi pada ODGJ ini dapat menghambat mereka dalam melakukan aktifitas dan berhubungan sosial (Purnama dkk, 2016). Masyarakat hanya memandang penderita dari *label* nya saja tanpa memperhatikan kondisi penderita yang sebenarnya, kemudian melakukan pemisahan diri dengan orang-orang dengan gangguan jiwa (ILEP, 2011). Sebagaimana yang dikatakan oleh Direktur Pencegahan dan Pengendalian Masalah Kesehatan Jiwa dan NAPZA Kementerian Kesehatan Siti Khalimah bahwa kurangnya informasi dan akses yang diberikan kepada masyarakat membuat gangguan jiwa dianggap sebagai sesuatu yang mengerikan. Diskriminasi terhadap ODGJ dapat mengakibatkan mereka mengalami pemberhentian kerja sepihak, di berhentikan dari sekolah formal, serta ditelantarkan (Kemkes.go.id, 2021). Beberapa keluarga pada akhirnya memilih untuk diam, menyembunyikan, dan bahkan melakukan pemasungan. Stigma dan perlakuan diskriminatif terhadap ODGJ tersebut akan terus terpelihara jika tidak ada upaya untuk mengubah perspektif publik terhadap ODGJ menjadi positif. Dalam konteks inilah media sebagai penyalur pesan kepada publik memiliki pengaruhnya (Irmansyah, 2009).

Kampanye-kampanye tentang isu kesehatan mental gencar dilakukan pada media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok dan lain-lain. Riset dari Nielsen

sebuah perusahaan riset pengukuran dan analisis data global pada tahun 2019 menemukan bahwa youtube merupakan salah satu platform yang paling banyak dipilih oleh netizen untuk menonton (Nielsen.com, 2021). Konten-konten yang bersifat informatif dapat membantu khalayak agar dapat mengakses informasi mengenai kesehatan mental, terapi, dan konseling dengan mudah (Lewoleba, 2020). Edukasi mengenai gangguan jiwa dan pemasangan dapat membuka wawasan masyarakat. Dengan edukasi yang tepat, anggapan buruk ODGJ yang tidak bisa sembuh dan mengganggu orang lain tersingkirkan (Liputan6.com, 2021)

Pesan yang dilakukan melalui media massa memungkinkan pesan yang akan disampaikan menjangkau khalayak luas (Nasrullah, 2014). Pesan Edukasi mengenai stigmatisasi pada ODGJ yang dilakukan oleh menjadi manusia melalui youtube memungkinkan pesan nya sampai pada *viewers* dalam jumlah masif. Namun seringkali pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak mengalami perbedaan makna atau penafsiran. Khalayak dinilai memiliki interpretasi tersendiri dalam memaknai pesan yang disampaikan melalui media salah satunya seperti youtube. Perbedaan dalam penafsiran pesan media oleh khalayak tidak serta merta terjadi dengan sendirinya. Khalayak media yang bersifat aktif cenderung akan mengkritisi isi media dan tak jarang menguji pesan yang didapat dari media yang mereka gunakan untuk dibandingkan dengan pesan dari media lain (Mulyana, 2018). Perbedaan antara khalayak satu dengan yang lainnya dalam menafsirkan pesan juga dilatarbelakangi oleh pengalaman sosial, dan nilai nilai budaya yang ditanamkan masing-masing individu dari lingkungannya (Asfahani, 2018).

Penulis menggunakan analisis resepsi dengan model *encoding decoding* yang diperkenalkan oleh Stuart Hall dalam penelitian ini. Melalui metode ini peneliti dapat memperoleh gambaran secara lebih mendalam tentang resepsi *viewers* channel youtube menjadi manusia mengenai konten tentang ODGJ yang berjudul “Stop Sebut Orang Gila, ODGJ juga Manusia.” dimulai dari proses menerima informasi, mengamati, dan mengolah pesan tersebut berdasarkan pengalaman, nilai-nilai, dan budaya masing-masing. Kemudian dari hasil analisis tersebut peneliti membagi posisi penonton ke dalam tiga jenis posisi penerimaan

yang dicetuskan oleh Stuart Hall diantaranya *Dominant*, *Negotiated*, dan *Oppositional*. *Dominant position* terjadi ketika komunikator menggunakan kode-kode yang dapat diterima secara umum sehingga khalayak pun dapat menafsirkan tanda tersebut sesuai dengan pesan yang sudah dikemas. *Negotiated Position*, dimana khalayak tidak sepenuhnya menyetujui isi pesan yang disampaikan komunikator melainkan adanya sebuah seleksi yang dilakukan untuk menentukan mana yang cocok atau tidak dengan dirinya. Dan *Oppositional* posisi ini adalah khalayak yang benar-benar menolak atau tidak menyetujui dari pesan yang disampaikan oleh komunikator atau penulisnya (Ida, 2014)

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada 10 penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan sebagai bahan pendukung penelitian ini, dan juga untuk melihat *state of the arts* yakni kebaruan dari penelitian ini baik dari sisi fenomena yang diangkat, konsep, teori maupun metode penelitiannya. Pada penelitian (Azizah, Dewi, & Ningsih, 2020) menjelaskan bahwa cara masing-masing individu sebagai penonton dalam menginterpretasikan makna stereotip profesi yang diangkat dalam video youtube kitabisa.com berjudul “Social Experiment: 2 Orang Ngobrol Tanpa Melihat, Ternyata Ini Yang Terjadi” tidak pernah sama. Penafsiran makna dari penonton dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh (Petra, Noya, 2019) dengan judul “Penerimaan Audience Mengenai Mental Illness Dalam Film the Joker” menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penerimaan makna oleh audiens mengenai mental illness yang dialami oleh tokoh Joker. Perbedaan tersebut dilatar belakangi oleh *field of experience*, *frame of references* dan dampak dari media yang ditonton. Dalam penelitian tersebut posisi khalayak dalam memaknai pesan berada dalam posisi *dominant* dan *negotiated*.

Selain itu juga pada penelitian yang berjudul “Penerimaan Remaja terhadap Pesan Pendidikan Seksual dalam Film Dua Garis Biru” yang dilakukan oleh (Petra, Lesmana, & Aritonang, 2019) membuktikan adanya pengaruh dari pemahaman, pengalaman agama, hubungan dengan orang tua, serta pandangan pribadi yang menyebabkan perbedaan pemaknaan diantara masing-masing penonton mengenai pesan pendidikan seksual dalam film dua garis biru. Pada penelitian tersebut 2 penonton dikategorikan dalam posisi *Dominant Hegemonic*

yang berarti menangkap dan menerima pesan secara penuh mengenai pesan pendidikan seks dalam film dua garis biru sedangkan 2 lainnya dalam posisi negotiated yakni menerima pesan pendidikan seksual dalam film dua garis tetapi masih menginterpretasi pesan sesuai pendapatnya sendiri. Dalam (Anugerah, Yoanita, & Aritonang, 2020) pengaruh dari pengalaman dari masing-masing informan penelitian juga melatar belakangi penerimaan mereka terhadap konsep “*Self Acceptance*” dalam film yang berjudul *Imperfect*. Penonton memaknai *self-acceptance* dari sisi pandang pengalaman yang telah dialami. Pengalaman berbeda membuat interpretasi yang berbeda pula mengenai penerimaan diri seseorang. Selain itu pengetahuan informan mengenai dunia pekerjaan dan faktor usia berdampak pada bagaimana penerimaan mereka dalam melihat penggambaran *self-acceptance*.

Adapun dalam penelitian oleh (Wahyuni & Narti, 2020) dengan objek penelitian yang membahas mengenai Resepsi Penonton Terhadap Pesan Video “Saya Muallaf Bila” Di Akun Channel Youtube Deddy Corbuzier menunjukkan adanya pengaruh dari latar belakang penonton yakni ideologi yang tertanam sejak lahir berlandaskan agama masing-masing yang mengakibatkan penonton dari video youtube tersebut mempunyai opini tersendiri dalam memaknai pesan video tersebut seperti komentar masing-masing penonton mayoritas memandang sebelah mata agama selain yang mereka anut dan menginterpretasikan nya sendiri sesuai ajaran agama masing-masing. Disamping itu penelitian lain yang mengangkat tema resepsi khalayak media juga terdapat dalam penelitian oleh (Pawaka, & Choiriyati 2020), dalam penelitiannya dikatakan bahwa latar belakang khalayak millennial dalam memaknai konten literasi feminisme di instagram didasarkan dari perbedaan latar belakang sosial, budaya, pengalaman dan lingkungan.

Penelitian yang mengangkat mengenai resepsi penonton youtube juga dilakukan oleh (Nurzain & Purnama, 2021) dengan fokus masalah mengenai *Clickbait Headline* Pada Vlog Di Kanal Youtube Atta Halilintar. Dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat persamaan penonton dalam memaknai konten clickbait di vlog Atta Halilintar yang dikategorikan sebagai penonton dengan posisi *Dominant*. Penonton tersebut menganggap bahwasanya *clickbait*

*headline* merupakan judul yang tidak sesuai dengan isinya dan hal tersebut terdapat dalam video youtube Atta Halilintar.

Penelitian yang mengangkat tema resepsi khalayak tidak hanya meneliti penonton dari sebuah tayangan youtube namun terdapat juga penelitian yang mengangkat resepsi khalayak dari sebuah tayangan iklan seperti dalam penelitian (Mailasari & Wahid, 2020) yang meneliti Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color”. Dimana dari penelitian tersebut ditemukan bahwa telah terjadi pergeseran pandangan yakni dari muslimah yang menganggap penampilan sederhana tanpa riasan saja sudah cukup bergeser pada pandangan bahwa penampilan juga merupakan hal yang harus diperhatikan bagi seorang muslimah terutama saat keluar rumah. Pandangan tersebut mengategorikan informan ke dalam *Dominant Position* yang berarti bahwa informan menerima secara utuh pesan iklan tersebut. Penelitian dengan objek resepsi terhadap iklan juga dilakukan oleh (Tusnawati & Devi, 2017) dengan judul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi “Cowo Tau Kapan Harus Bohong”. Dari penelitian ini dihasilkan bahwa dari proses wawancara terhadap informan pria dan wanita, masing-masing informan mempunyai intepretasi sendiri dalam memaknai iklan rokok tersebut.

Dari penelitian-penelitian terdahulu diatas, dapat diketahui bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian penelitian yang peneliti lakukan. Adapun persamaannya adalah penelitian sebelumnya sama-sama mengangkat tema analisis resepsi khalayak dengan menggunakan model *Encoding-Decoding* yang diperkenalkan oleh Stuart Hall. Selain itu persamaan juga terdapat pada pendekatan penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian ini diantaranya dapat terlihat dari subjek dan objek penelitian. Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan subjek penelitian yakni *viewers channel youtube* menjadi manusia. Perbedaan antara penelitian penelitian terdahulu dengan penelitian ini juga dapat terlihat dari fokus penelitian dimana belum ada yang meneliti mengenai resepsi *viewers channel youtube* menjadi manusia mengenai isu stigmatisasi pada Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana resepsi (penerimaan) khalayak mengenai isu stigmatisasi ODGJ dalam *channel* youtube menjadi manusia?
2. Bagaimana posisi penerimaan khalayak mengenai isu stigmatisasi ODGJ dalam *channel* youtube menjadi manusia?
3. Apa saja faktor-faktor yang melatarbelakangi resepsi (penerimaan) khalayak?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui resepsi khalayak mengenai mengenai isu stigmatisasi ODGJ dalam *channel* youtube menjadi manusia.
2. Mengetahui posisi penerimaan khalayak berdasarkan model decoding Stuart Hall.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang melatarbelakangi perbedaan (penerimaan) khalayak.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### Secara Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan ketajaman analisis terkait dengan bidang keilmuan khususnya ilmu komunikasi. Selain itu juga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya dengan tema yang sama yakni analisis resepsi khalayak.

### Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat agar pembaca yang menjadi khalayak media bisa menjadi khalayak yang kritis terhadap pesan yang disampaikan oleh suatu media. Dan juga diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk lebih

menyadari isu-isu kesehatan mental dan dapat mengubah pandangan dan persepsi masyarakat yang salah terhadap orang dengan gangguan jiwa (ODGJ) sehingga stigma dan diskriminasi yang lekat pada ODGJ dapat dihilangkan dari kehidupan sosial.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian, berikut ini peneliti menjabarkan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I**

#### **PENDAHULUAN**

Pada bab ini diisi dengan dengan uraian seputar Latar belakang masalah mengenai mengapa penelitian ini perlu di teliti, selain itu juga terdapat fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II**

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis akan mencantumkan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan untuk referensi dari penelitian ini dan sebagai acuan untuk membuktikan adanya kebaruan dari penelitian. Selain itu terdapat juga konsep-konsep yang digunakan seperti, *new media*, media sosial, Youtube, khalayak, ODGJ, Teks, tanda visual dan verbal. Peneliti juga menggunakan teori yaitu teori resepsi khalayak dari Stuart Hall dan juga terdapat kerangka berpikir dari penelitian ini.

#### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi Objek dan jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu dengan pendekatan kualitatif. Terdapat juga objek penelitian dan unit analisis yang digunakan yakni konten youtube menjadi manusia. teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu

dengan menggunakan data primer seperti wawancara mendalam (*Indepth Interview*) dan data sekunder dengan studi kepustakaan, penelitian-penelitian terdahulu, dan data-data dari internet. Terdapat pula penentuan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta tabel rencana waktu penelitian.

#### **BAB IV**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai deskripsi tentang hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini hasil penelitian didapat yaitu dari *encoding* video youtube dan juga *decoding* dari informan mengenai resepsi khalayak sebagai *viewers channel* youtube menjadi manusia mengenai isu stigmatisasi pada ODGJ yang di dapatkan dari proses Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*). Selain itu terdapat juga analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai posisi penerimaan informan dan faktor-faktor yang melatarbelakangi resepsi (penerimaan) informan.

#### **BAB V**

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang di dapat peneliti dalam menjawab tujuan penelitian yang ingin di gambarkan dan juga dalam bab ini terdapat saran yang di ajukan peneliti secara teoritis dan praktis untuk penelitan selanjutnya dan juga untuk masyarakat serta media.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisikan kumpulan sumber-sumber referensi yang peneliti gunakan untuk menyusun penelitian seperti dari buku, jurnal ilmiah dan juga artikel internet.