



Proposal Skripsi:

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG STIGMA ORANG
DENGAN SKIZOFRENIA PADA TAYANGAN YOUTUBE CXO
MEDIA “PERSPEKTIF” EPISODE 23**

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Nama : Devi Salsabillah

NIM : 1810411206

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri, semua data, dan sumber yang dikutip maupun yang dirujuk ini telah saya nyatakan adalah benar.

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Devi Salsabillah
NIM : 1810411206
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 24 Juni 2022

Yang menyatakan,



Devi Salsabillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi Salsabillah
NIM : 1810411206
Fakultar : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG STIGMA ORANG DENGAN SKIZOFRENIA PADA TAYANGAN YOUTUBE CXO MEDIA “PERSPEKTIF” EPISODE 23.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty ini Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Juni 2022
Yang Menyatakan.



Devi Salsabillah

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Devi Salsabillah
NIM : 1810411206
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG STIGMA
ORANG DENGAN SKIZOFRENIA PADA TAYANGAN
YOUTUBE CXO MEDIA “PERSPEKTIF” EPISODE 23**

Telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata 1 (satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jakarta.

Pembimbing I,



(Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si)

Penguji I,



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom)

Penguji II,



(Irpan Ripa'i Sutowo, S.E., M.Si)

KETUA PROGRAM STUDI



(Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 08 Juli 2022

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TENTANG STIGMA ORANG
DENGAN SKIZOFRENIA PADA TAYANGAN YOUTUBE
CXO MEDIA “PERSPEKTIF” EPISODE 23**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pemaknaan yang dibentuk oleh khalayak tentang stigma orang dengan skizofrenia (ODS) melalui tayangan YouTube di *Channel CXO Media* pada program “Perspektif” Episode 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya. Video tersebut dipilih oleh peneliti sebagai objek penelitian karena dinilai sebagai salah satu video yang dikhususkan membahas mengenai apa itu gangguan skizofrenia beserta stigma yang melekat pada penderitanya. Sebagai penyakit yang tergolong kronis, seringkali masyarakat mengabaikan rasa empati terhadap para penderita skizofrenia.

Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti berusaha untuk mencari bagaimana pemaknaan fenomena stigma terhadap Orang Dengan Skizofrenia (ODS) pada tayangan YouTube CXO Media “Perspektif” Episode 23 - Semua Penyakit Ada Obatnya dengan menggunakan teori Analisis Resepsi Khalayak model *encoding-decoding* yang digagas oleh Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima informan, didapatkan 4 (Empat) informan yang termasuk posisi Hegemonik Dominan dan 1 (Satu) informan yang termasuk posisi Negosiasi. Perbedaan-perbedaan makna yang disampaikan oleh kelima informan didasari oleh perbedaan latar belakang yang dimiliki oleh masing-masing informan antara lain pengalaman hidup, agama yang diyakini, sosiogeografis (lingkungan tempat tinggal), tingkat pengetahuan atau pendidikan serta cara bermedia sosial.

Kata Kunci: Analisis Resepsi Khayalak, Stigma, Orang Dengan Skizofrenia, Youtube.

**AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF STIGMA OF PEOPLE WITH
SCHIZOPHRENIA ON CXO MEDIA "PERSPEKTIF" YOUTUBE POST
EPISODE 23**

ABSTRACT

This study aims to find the meaning formed by the audience about the stigma of people with schizophrenia (ODS) through YouTube shows on the CXO Media Channel on the program "Perspektif" Episode 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya. The video was chosen by the researcher as the object of research because it is considered one of the videos devoted to discussing what schizophrenia is and the stigma attached to the sufferer. As a chronic disease, people often ignore empathy for people with schizophrenia.

Therefore, this study seeks to find out how the phenomenon of stigma against People with Schizophrenia (ODS) on CXO Media's YouTube show "Perspektif" Episode 23 - All Diseases Has a Cure by using the encoding-decoding model audience reception theory initiated by Stuart Hall. This study uses the Stuart Hall reception analysis method with a qualitative approach. The data collection technique was done by the purposive sampling technique.

The results showed that from the five informants, there were 4 (four) informants belonging to the dominant hegemonic position and 1 (one) informant belonging to the negotiating position. The differences in meaning conveyed by the five informants were based on the different backgrounds possessed by each informant, including life experience, beliefs religion, socio-geographic (residential environment), level of knowledge or education, and how to use social media.

Keywords: Audience Reception Analysis, Stigma, People with Schizophrenia, YouTube.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak November 2021 ini adalah Analisis Resepsi Khalayak tentang Stigma Orang dengan Skizofrenia pada Tayangan Youtube CXO Media “Perspektif” Episode 23. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai, antara lain kepada:

1. Kepada Allah SWT atas karunia-Nya telah memberikan ketenangan dan nikmat sehat wal afiat sehingga peneliti bisa menyelesaikan dengan baik.
2. Kepada Ibu Pariyah, Bapak Sukarno dan juga kepada kakak penulis yaitu Eka Diniati atas doa-doa yang diberikan, dukungan yang tak terhingga, dan juga atas kerja keras keduanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada yang terhormat Ibu Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti M,Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini, juga segala kemudahan dan bantuan yang diberikan untuk penulis. Serta Bapak Irpan Ripa’i Sutowo, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan mengenai teknik penulisan sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Kepada pihak CXO Media selaku media yang telah mengunggah video serta telah memberikan izin untuk video ini dijadikan sebagai objek penelitian penulis.
5. Kepada seluruh informan yang bersedia menjadi informan pada penelitian ini.
6. Kepada teman-teman penulis yaitu Azzirah, Dita, Lila, Dina, Keluarga Besar WB, Revina, Meltan, Anne, Cindy, Gaby, dan Restika yang telah menjadi support system bagi penulis dalam menyusun skripsi.

Jakarta, 24 Juni 2022



Devi Salsabillah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK	iii
KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.3.1. Tujuan Praktis	14
1.3.2. Tujuan Teoritis.....	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Manfaat Akademis	14
1.4.2. Manfaat Praktis	14
1.5. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Konsep Penelitian	16
2.1.1. Komunikasi Massa	16
2.1.2. Media Baru.....	17
2.1.3. Media Sosial.....	18
2.1.4. YouTube	19
2.1.5. Khalayak	21
2.1.6. Stigma	23
2.1.7. Gangguan Skizofrenia.....	26
2.2. Teori Penelitian	29
2.2.1. Teori Analisis Resepsi	29
2.2. Kerangka Berpikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Objek Penelitian	33
3.1.1. Profil CXO Media.....	33
3.2. Jenis Penelitian	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1. Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>)	37
3.3.2. Observasi.....	37
3.4. Sumber Data	38
3.5. Teknik Analisis Data	41
3.6. Teknik Keabsahan Data	42
3.7. Tabel Rencana Waktu	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Hasil Temuan Penelitian	45
4.1.1. <i>Encoding</i> Video Tayangan YouTube CXO Media “Perspektif”	46
Ep. 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya	46
4.1.2. Resepsi Informan terhadap Video Tayangan YouTube CXO	55
Media “Perspektif” Ep. 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya	55
4.2. Pembahasan	80
4.2.1. Pemaknaan yang dibentuk oleh Informan sebagai Khalayak	80
Media.....	80
4.2.2. Posisi Resepsi (penerimaan) Khalayak pada Tayangan	87
YouTube CXO Media “Perspektif” Episode 23 Menurut	87
Model Stuart Hall.....	87
BAB V PENUTUP	92
5.1. Kesimpulan.....	92
5.2. Saran	93
5.2.1. Saran Praktis	93
5.2.2. Saran Teoritis	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Sosial yang Terbanyak Digunakan pada Semester I - 2021.....	2
Gambar 2 Hasil Survei Media Sosial Terbanyak Digunakan di Tahun 2021 Menurut We Are Social	2
Gambar 3 Situs Resmi CXO Media	3
Gambar 4 Channel YouTube Resmi CXO Media	4
Gambar 5 Video YouTube CXO Media Perspektif Ep. 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya	5
Gambar 6 Tweet Mengenai Stigma “Orang Gila” yang Berakibat Kepada Tertundanya Penanganan Psikiater	7
Gambar 7 Proses Terbentuknya Stigma.....	25
Gambar 8 Proses <i>Encoding-Decoding</i> Pesan Media oleh Stuart Hall	30
Gambar 9 Kerangka Berpikir	32
Gambar 10 Logo Resmi CXO Media	33
Gambar 11 Video Program CXO Media “Perspektif” Episode 23 - Semua Penyakit Ada Obatnya.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Identitas Informan	41
Tabel 2 Tabel Rencana Waktu	44
Tabel 3 Analisis <i>Encoding Scene</i> 1, 3, dan 4 untuk mencari Makna Dominan (<i>Preferred Reading</i>) pada Video Objek Penelitian	47
Tabel 4 Analisis <i>Encoding Scene</i> 7 dan 19 untuk mencari Makna Dominan (<i>Preferred Reading</i>) pada Video Objek Penelitian	49
Tabel 5 Analisis <i>Encoding Scene</i> 25, 27, dan 28 untuk mencari Makna Dominan (<i>Preferred Reading</i>) pada Video Objek Penelitian	52
Tabel 6 Posisi Resepsi (penerimaan) Khalayak pada Tayangan YouTube CXO Media “Perspektif” Episode 23 Menurut Model Stuart Hall	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	100
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	101
Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	102
Lampiran 4 Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi	103
Lampiran 5 Pendaftaran Seminar Usulan Tugas Akhir (SUTA)	104
Lampiran 6 Formulir Persetujuan Perbaikan Naskah Seminar Usulan Tugas Akhir (SUTA).....	105
Lampiran 7 Pendaftaran Sidang Tugas Akhir (SITA)	106
Lampiran 8 Hasil Pemeriksaan Turnitin	107
Lampiran 9 Pedoman Wawancara	108
Lampiran 10 Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran 11 <i>Encoding</i> Video Tayangan Youtube CXO Media "Perspektif" Episode 23 – Semua Penyakit Ada Obatnya.....	188
Lampiran 12 Tabel Analisis Coding Pemaknaan Khalayak dengan <i>Preferred Reading</i>	205
Lampiran 13 Lembar Penjelasan Penelitian.....	220
Lampiran 14 Form Persetujuan Informan	221
Lampiran 15 Bukti Permohonan Izin Meneliti kepada tim CXO Media “Perspektif” sebagai Objek Penelitian	222
Lampiran 16 Bukti Wawancara	223