

STUDI NETNOGRAFI KOMENTAR WARGANET PADA KONTEN “*MARRIAGE IS NOT SCARY*” DI TIKTOK

Anggita Citra Riyadi

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

E-mail: 2110411085@mahasiswa.upnvj.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana warganet memaknai konten "*marriage is not scary*" melalui kolom komentar yang diunggah di akun Tiktok @shaturday . Penelitian mengamati dan menganalisis komentar warganet sebagai bentuk respons terhadap konten yang menampilkan narasi positif tentang pernikahan. Teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk memahami bagaimana audiens memaknai pesan media melalui tiga posisi yaitu, dominan-hegemonis, negosiasi, dan oposisi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan netnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan warganet sangat beragam. Beberapa warganet menerima pesan secara utuh, sementara sebagian lainnya menegosiasikan makna pesan atau bahkan menolaknya. Ditemukan komentar ketakutan terhadap pernikahan pada posisi negosiasi dan oposisi, yang dikaitkan dengan pengalaman pribadi dan nilai-nilai sosial warganet. Fenomena tersebut dikenal dengan istilah *gamophobia*. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi psikologis dan sosial audiens mempengaruhi resepsi media. Selain itu, penelitian ini menegaskan peran media sosial sebagai tempat diskursif di mana narasi dikonsumsi dan diperdebatkan oleh audiens secara aktif.

Kata kunci: Konten digital, Media sosial, Netnografi, Resepsi audiens, Warganet.

A NETNOGRAPHIC STUDY OF NETIZEN RESPONSES TO “MARRIAGE IS NOT SCARY” CONTENT ON TIKTOK

Anggita Citra Riyadi

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore how netizens interpret the “marriage is not scary” content through the comment section of the TikTok account @shaturday. The research observes and analyzes user comments as a form of audience response to content that presents a positive narrative about marriage. Stuart Hall’s reception theory is applied to understand how audiences decode media messages through three positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. This study uses a qualitative method with a netnographic approach. The findings reveal that netizens’ interpretations are highly diverse. Some netizens fully accept the message, while others negotiate its meaning or even reject it. Expressions of fear toward marriage were found particularly in the negotiated and oppositional positions, often linked to users’ personal experiences and social values. This phenomenon is commonly referred to as gamophobia. These findings indicate that psychological and social conditions significantly influence media reception. Furthermore, this study highlights the role of social media as a discursive space where narratives are not only consumed but also actively debated and reinterpreted by audiences.

Keywords: Audience reception, Digital content, Netizen, Netnography, Social media.

