

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP *TOXIC MASCULINITY* DALAM FILM MONSTER (2023)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis resepsi khalayak terhadap *toxic masculinity* dalam film *Monster* (2023) dengan menggunakan *Audience Reception Theory* dari Stuart Hall. Penelitian ini mencoba mendorong kesadaran masyarakat terhadap isu *toxic masculinity* dalam media massa serta menggali dampak sosial dari pesan yang disampaikan oleh film sebagai produk budaya populer. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap enam orang informan dengan latar belakang sosial budaya yang beragam, menggunakan teknik *purposive sampling*, dan diperkuat oleh dokumentasi serta studi pustaka. Analisis data mengacu pada teori sebelumnya yang membagi posisi resepsi khalayak menjadi tiga kategori: *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional position*. Validitas data kemudian dipastikan dengan triangulasi sumber dan *member checking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keenam informan, terdapat tiga informan yang berada di posisi *dominant-hegemonic* dan ketiga lainnya berada di posisi *negotiated*. Perbedaan pemaknaan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor seperti latar belakang informan, pengetahuan informan, pengalaman informan, pengamatan informan, hingga budaya setempat atau lingkungan sosial informan.

Kata Kunci: Analisis resepsi, Film, Khalayak, Maskulinitas, *Toxic masculinity*

**AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF TOXIC MASCULINITY IN FILM
MONSTER (2023)**

ABSTRACT

*This study aims to know and analyze audience reception of toxic masculinity in the film *Monster* (2023) using Stuart Hall's Audience Reception Theory. This study seeks to raise public awareness of the issue of toxic masculinity in the mass media and explore the social impact of the messages conveyed by the film as a product of popular culture. This is a descriptive study with a qualitative approach and a constructivist paradigm. Data collection was conducted through in-depth interviews with six informants from diverse socio-cultural backgrounds, using purposive sampling techniques, and supported by documentation and literature review. Data analysis refers to previous theory that divides audience reception positions into three categories: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional positions. Data validity is ensured through source triangulation and member checking. The results show that among the six informants, three are in the dominant-hegemonic position and the remaining three are in the negotiated position. These differences of interpretation were caused by various factors, such as the informants' backgrounds, their knowledge, their experiences, their observations, and local culture or their social environments.*

Keywords: *Reception analysis, Film, Audience, Masculinity, Toxic masculinity*