

ANALISIS RESEPSI TERHADAP *ANIMAL WELFARE* DALAM *LIVE STREAMING CHARITY* DI KANAL YOUTUBE WINDAH BASUDARA

Farhan Risqy Pratama

Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

Farhan.21081@mhs.unesa.ac.id

Aditya Fahmi Nurwahid, S.Ikom., M.A.

Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

adityanurwahid@unesa.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan fitur *Live Streaming* di YouTube untuk penggalangan dana amal (*charity*) oleh kreator konten telah menjadi fenomena komunikasi yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengeksplorasi secara mendalam resepsi penonton terhadap pesan kesejahteraan hewan (*animal welfare*) dalam konten *live streaming charity* di kanal YouTube Windah Basudara. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi model *Encoding-Decoding* dari Stuart Hall, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan delapan informan yang memiliki latar belakang beragam. Hasil penelitian menunjukkan tidak ditemukannya penonton yang pada posisi oposisi. Resepsi penonton terbagi menjadi dua posisi utama yaitu dominan dan negosiasi. Tiga informan berada pada posisi dominan dengan menerima pesan secara utuh. Temuan paling krusial adalah adanya pesan yang hilang, di mana pesan *animal welfare* tereduksi menjadi sebuah aksi transaksional atau ajakan berdonasi, bukan sebuah komitmen transformatif terkait edukasi tentang tanggung jawab jangka panjang. Kesimpulannya, resepsi penonton terhadap pesan *animal welfare* ternyata menjadi sekunder dibandingkan resepsi terhadap acara amal itu sendiri sebagai sebuah fenomena media. Kekuatan persona komunikator dan dinamika hiburan lebih dominan dalam proses pemaknaan penonton daripada substansi isu kesejahteraan hewan yang diusung.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Kesejahteraan Hewan, *Livestreaming Charity*, Windah Basudara, YouTube

Abstract

The use of YouTube's Live Streaming feature for charity fundraising by content creators has become an interesting communication phenomenon. This study aims to understand and explore in-depth audience reception of animal welfare messages in live streaming charity content on Windah Basudara's YouTube channel. Using a qualitative approach and Stuart Hall's Encoding-Decoding reception analysis method, this study collected data through in-depth interviews with eight informants from diverse backgrounds. The results showed no audience members in an oppositional position. Audience reception was divided into two main positions: dominant and negotiating. Three informants were in a dominant position, accepting the message in its entirety. The most crucial finding was the presence of a missing message, where the animal welfare message was reduced to a transactional action or invitation to donate, rather than a transformative commitment related to education about long-term responsibility. In conclusion, audience reception of the animal welfare message turned out to be secondary to the reception of the charity event itself as a media phenomenon. The power of the communicator's persona and the dynamics of entertainment were more dominant in the process of audience interpretation than the substance of the animal welfare issue being promoted.

Keywords: Reception Analysis, Animal Welfare, *Livestreaming Charity*, Windah Basudara, YouTube

PENDAHULUAN

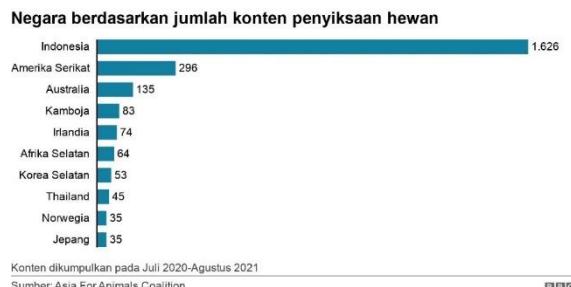
Era digital saat ini, platform live streaming menjadi salah satu media paling populer bagi kreator konten untuk berinteraksi langsung secara real time dengan para penonton. YouTube, salah satu media streaming terbesar, memungkinkan para kreator membuat berbagai jenis konten menarik, mulai dari hiburan, edukasi, hingga aksi sosial secara daring. Salah satu kreator konten dan streamer terkenal di Indonesia adalah Windah Basudara, dengan gaya komunikasi yang unik dan kemampuan untuk berinteraksi secara intens dengan penggemarnya. Fenomena live streaming ini tidak lepas dari perkembangan ruang sosial yang diakomodasi oleh YouTube sebagai media sosial. Menurut laporan Data Reportal bahwa sebanyak 139 juta pengguna di Indonesia menjadi pengguna aktif YouTube pada bulan Januari tahun 2024 (Kemp, 2024). Data tersebut menunjukkan ada jutaan orang yang mengakses YouTube hingga sangat potensial dimanfaatkan sebagai media dalam berbagai tujuan. Tingginya aktivitas pengguna tersebut mewakili terpenuhinya kepuasan yang tinggi melalui keterlibatan yang dilakukan di platform YouTube (Haqq et al., 2019).

Kepopuleran Windah Basudara tidak hanya berasal dari konten hiburan yang sering disiarkan, melainkan melalui aksi sosial yang dilakukan dengan konten *charity*-nya yang mengundang antusias tinggi. Salah satu jenis konten media yang paling disukai orang Indonesia adalah konten amal atau *Charity*. Hal ini dapat dilihat dari data yang dirilis oleh Charities Aid Foundation (CAF) pada tahun 2022, yang menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang paling dermawan (Kusnandar, 2022). Kebiasaan tersebut membuat penonton sering kali memberikan donasi kepada kreator konten yang disukai. Donasi biasanya diberikan secara langsung atau melalui badan amal. Namun, berkat kemajuan teknologi, donasi melalui internet telah menjadi opsi yang populer, praktis, dan berhasil. Dengan melalui platform digital seperti situs web, jejaring sosial, atau aplikasi khusus, donasi secara online memungkinkan individu atau kelompok untuk berpartisipasi dalam konten penggalangan dana atau *charity* (Muslimah, 2020). Salah satu konten *Charity* yang menarik untuk diteliti adalah kolaborasi Windah Basudara dan Danilla Riyadi melalui *live*

streaming berjudul “Aku Nyari 100 Kucing Bareng Danilla Riyadi Sambil *Charity* untuk Anabul”. Selama ini Windah Basudara sering melakukan konten *charity* terhadap sesama namun perhatian kali ini tertuju pada kepedulian terhadap hewan anabul (anak bulu) khususnya kucing dan anjing dengan kolaborasi publik figur ternama.

Dilansir dari Green Network, sering kali hewan dijadikan menjadi alat penghasil keuntungan dan menjadi sarana hiburan, hewan liar di alam bebas sering diburu untuk diperdagangkan, hewan percobaan laboratorium rentan menjadi objek penelitian tanpa etika penelitian yang telah ditetapkan, dan hewan peliharaan yang kurang mendapatkan perhatian baik dari pemiliknya hingga menderita rasa lapar, sakit, stres bahkan ditelantarkan oleh pemiliknya (Muamar, 2023). Dalam konteks hewan peliharaan, Naughton et al. (2021), mengatakan bahwa tidak semua pemilik kucing dan anjing peliharaan menyadari dasar-dasar kebutuhan makan hewan mereka terkait kesehatan dan banyak yang tidak melakukan aktivitas fisik yang cukup untuk menjaga kesehatan dan kesejahteraan hewan peliharaan mereka. Penting bagi pemilik hewan untuk menjaga kesejahteraan hewan. Menjaga kesejahteraan hewan tidak hanya bermanfaat bagi hewan itu sendiri, tetapi juga membantu diri kita sendiri untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian sesama makhluk hidup dan lingkungan.

Di tengah usaha peningkatan kesadaran hak dan perlindungan hewan di seluruh dunia. Isu kesejahteraan hewan atau *Animal Welfare* di Indonesia menjadi semakin penting, terutama karena perlindungan hewan peliharaan dan satwa liar yang sering terancam oleh berbagai bentuk eksplorasi. Bagi para penyayang hewan, memiliki hewan peliharaan adalah hal yang menyenangkan. Contoh hewan peliharaan tersebut termasuk kucing, anjing, burung, ayam, ikan, dan sebagainya. Namun, kesadaran masyarakat tentang perlindungan hidup hewan sangat rendah (Kania et al., 2023). Hal tersebut tentu membuat pemilik hewan kurang pengetahuan akan kebutuhan hewan peliharaannya yang menyebabkan ketidaknyamanan bahkan kesakitan.



Menurut Laporan Asia for Animals Coalition (AfA) tahun ini, Indonesia menempati peringkat pertama untuk wilayah yang terbanyak dalam pembuatan dan pengunggahan konten kekejaman terhadap hewan di media sosial, dengan 5.480 6 konten yang berhasil di dokumentasikan dari Tiktok, YouTube, dan Facebook, dari jumlah ini, 1.626 dibuat dan 1.569 diunggah di Indonesia (Oktaviani, 2023). Dalam situasi seperti ini, streamer mulai memanfaatkan platform digital seperti YouTube untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang masalah sosial kesejahteraan hewan. Kolaborasi Windah Basudara dan Danilla Riyadi menggunakan kepopulerannya untuk mengumpulkan dana dan meningkatkan kesadaran tentang *animal welfare* melalui konten yang disiarkan. Maka menjadi hal menarik untuk mengetahui pemaknaan dan penerimaan yang ditangkap oleh penonton menggunakan analisis resensi Stuart Hall Encoding and Decoding. Selain itu mengangkat isu *animal welfare* menjadi menarik sebab di berbagai negara, termasuk Indonesia, masalah kesejahteraan hewan atau *animal welfare* semakin menjadi perhatian publik. Namun, kesadaran masyarakat tentang isu tersebut masih dikatakan rendah, terutama bagi hewan peliharaan seperti kucing dan anjing. Di sisi lain, kemajuan teknologi digital telah membuka kesempatan baru untuk mengedukasi masyarakat tentang *animal welfare* atau isu penting lainnya di masa yang akan datang. Platform *live streaming* seperti YouTube telah berkembang menjadi media yang efektif dalam menjangkau penonton yang lebih luas dan mampu menyebarkan konten *live streaming charity* yang berkaitan dengan *animal welfare*.

Analisis resensi menekankan perhatian individu dalam proses pemaknaan pesan (decoding), yaitu pemaknaan dan pemahaman yang mendalam dari pesan media dan bagaimana orang menginterpretasikan isi pesan tersebut(Ghassani & Nugroho, 2019). Secara

teoretik, pesan media mendapatkan makna ketika saat penerimaan (resensi) oleh penonton, yaitu saat pesan dilihat, dibaca dan didengarkan. Hal ini membuat penonton menginterpretasikan pesan media sesuai latar belakang budaya dan pengalaman pribadi sehingga menimbulkan banyak makna dalam pesan media yang sama (Pertiwi et al., 2020). Selain itu Hall mengkritik model linear komunikasi dalam esainya "Encoding/Decoding" dan mengatakan bahwa penonton tidak pasif saat mengonsumsi pesan media. Dalam melakukan metode penelitian resensi tersebut, Hall (2007) memberikan hipotesis yang menyatakan terdapat tiga posisi yang dapat dimiliki oleh penonton dalam memaknai pesan media:

- A. Dominan (Dominant – Hegemonic Position)
Penonton yang termasuk dalam kategori ini memiliki pemahaman yang tepat tentang isi pesan. Dengan kata lain, penonton sejalan dengan kode dominan yang telah dibangun oleh pengirim pesan sejak awal.
- B. Negosiasi (Negotiated Position)
Ini adalah posisi kombinasi. Pesan media mungkin tersampaikan pada semua penonton, tetapi ada beberapa bagian yang menarik atau disetujui oleh penonton dan membuat mereka lebih mengkritisi hal tersebut.
- C. Oposisi (Oppositional Position)
Posisi ini menandakan penonton tidak setuju dengan makna yang disampaikan oleh pengirim pesan. Mereka mengubah pesan atau kode yang disampaikan media berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya.

Ketiga posisi decoding tersebut menandakan kompleksitas yang terjadi dalam memaknai isi pesan media antar produsen pesan dengan penonton. Decoding, interpretasi dan pemahaman dasar tentang konsep analisis resensi adalah inti dari teori ini. Hall menyatakan bahwa makna pesan dapat berbeda dari makna yang dimaksudkan. Analisis resensi digunakan untuk melihat dan memahami respons, penerimaan, sikap dan makna yang

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis resepsi yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis dataakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis resepsi yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data

Metode yang digunakan adalah Analisis Resepsi yang didasarkan pada teori resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi membahas bagaimana penonton atau khalayak menerima isi pesan yang disampaikan oleh media. penonton sangat penting dalam analisis resepsi karena mereka secara aktif menerima dan memahami pesan atau simbol verbal maupun nonverbal (Milatishofa et al., 2021).

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa objek penelitian adalah sifat individu atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipelajari oleh peneliti sebelum membuat kesimpulan. Objek yang menjadi fokus penelitian ini merupakan pesan-pesan terkait *animal welfare* atau kesejahteraan hewan yang disampaikan streamer melalui *live streaming charity* Windah Basudara dan Danilla Riyadi secara verbal dan non-verbal.

Subjek penelitian ini yaitu subscriber aktif yang sering menonton *live streaming* dan mengikuti di kanal YouTube Windah Basudara. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan pengambilan sampel yang telah disesuaikan dengan kebutuhan dan secara sengaja yang mempunyai karakteristik, ciri, kriteria atau sifat tertentu (Nasution, 2023). Peneliti cenderung memperkirakan informan dalam penelitian ini berkisar antara 7-8 informan untuk mencapai kejenuhan data yang diharapkan. Adapun kriteria informan yang dipilih sebagai subjek penelitian sebagai berikut:

1. Berusia minimal 18 tahun
2. Menjadi subscriber dan pernah mengonsumsi konten di kanal Youtube Windah Basudara
3. Telah menonton keseluruhan *live streaming charity* berjudul “Aku Nyari 100 Kucing Bareng Danilla Riyadi Sambil Charity untuk Anabul”.

4. Memiliki pengalaman, atau ketertarikan terkait isu sosial.

Data informan yang menjadi subjek Penelitian disajikan dalam table berikut:

Nama	Usia	Pekerjaan
Informan 1 (KJ)	22	Mahasiswa Ilmu Komunikasi
Informan 2 (DN)	24	Desain Grafis
Informan 3 (MF)	20	Mahasiswa Administrasi Publik
Informan 4 (GA)	25	Guru Les Matematika
Informan 5 (PP)	22	Mahasiswa Teknik Informatika
Informan 6 (SF)	22	Mahasiswa Ilmu Ekonomi
Informan 7 (LA)	23	Mahasiswa Pendidikan Olahraga
Informan 8 (AW)	25	Videografer

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dari wawancara mendalam dengan delapan informan mengungkapkan bahwa tidak ada satu pun informan yang menempati posisi Oposisi. Seluruh informan mengapresiasi tujuan mulia dari acara tersebut. Pemaknaan penonton terbagi ke dalam dua posisi utama yaitu posisi Dominan dan Negosiasi.

Posisi Dominan

- A. Keaslian Persona sebagai Jembatan Utama Empati

Bagi kelompok penonton yang paling dominan yaitu Informan DN, MF, dan SF,

penerimaan penuh terhadap acara amal atau *charity* Windah Basudara bergantung pada kepercayaan penuh terhadap identitas komunikator. Narasi pribadi yang dibawakan Windah berfungsi sebagai jembatan emosional utama yang mendorong empati dan mencegah kritik. Setiap interpretasi lanjutan Windah didasarkan pada momen Windah berbagi kisah penderitaan terkait kucingnya.

"Cara dia memulai dengan cerita kucingnya itu langsung kena di hati. Itu pembukaan yang paling pas. Karena aku juga pernah kehilangan anjing yang sudah kayak keluarga sendiri, aku langsung bisa ikut merasakan kesedihannya. Rasanya itu asli, bukan dibuat-buat. Kepercayaan aku langsung penuh, karena orang yang berani jujur perasaan soal lukanya, pasti niatnya memang baik." (Wawancara DN, Januari 2025).

"Cerita itu adalah jiwanya acara ini. Itu membuat semuanya terasa nyata. Aku dan keluarga sering mengalami hal serupa, merawat hewan yang sakit hingga akhir hayatnya. Cerita Bang Windah itu bukan cuma cerita, itu adalah cerminan dari apa yang kami dan banyak pecinta hewan lain rasakan. Kepercayaan aku absolut, karena aku tahu rasa sakit dan ketulusan di baliknya." (Wawancara MF, Januari 2025).

Pengalaman pribadi informan dan cerita yang disajikan adalah inti dari jembatan empati ini. Informan DN dan MF yang mengalami kehilangan hewan menunjukkan hal ini. Informan percaya bahwa cerita Windah adalah gambaran langsung dari pengalaman nyata yang menciptakan ikatan empati langsung daripada sebuah tampilan. Pengungkapan sisi rentan ini juga dianggap sebagai penyingkapan karakter asli Windah. Dengan melakukan ini, batas antara streamer dan penonton runtuh, sehingga hubungan parasosial menjadi lebih dekat dan nyata. Informan SF, yang tidak memiliki pengalaman serupa, juga berhasil menggunakan jembatan empati ini. Menurutnya, kisah pribadi itu memanusiakan Windah dan membuatnya merasa lebih dekat dan dapat dipercaya.

Terbangunnya jembatan empati yang kokoh ini menyebabkan penangguhan kritik

terhadap aspek lain dari acara tersebut. Ketika sumber pesan dapat dipercaya sepenuhnya, pesan dan metode penyampaian cenderung diterima secara positif. Karena niat tulus Windah Basudara sudah tervalidasi, kelompok dominan tidak merasakan adanya diskoneksi dalam format acara. Keyakinan pada orang yang berbicara lebih penting daripada bagaimana orang itu berbicara.

B. Animal Welfare sebagai Panggilan Moral Kolektif

Setelah kepercayaan terbangun terhadap komunikator, kelompok penonton dominan memaknai pesan utama tentang kesejahteraan hewan sebagai sebuah panggilan moral kolektif pada tingkat yang lebih tinggi. Bagi informan, konten ini bukanlah sebuah pembelajaran tentang cara merawat hewan, sebaliknya, itu adalah tempat di mana kekuatan komunitas, kemanusiaan, dan empati ditunjukkan. Tema ini membahas bagaimana DN, MF, dan SF mendekode pesan tentang *Animal Welfare* menjadi ideologi kebaikan yang efektif, di mana keterlibatan dalam gerakan lebih penting daripada pemahaman teknis tentang masalahnya.

"Pesan yang paling aku tangkap adalah Empati adalah kekuatan, dan ketika disalurkan bersama dengan niat yang baik, ternyata bisa menciptakan dampak luar biasa. Charity ini bukan sekadar tentang menolong hewan, tapi tentang membahas kekuatan empati banyak orang bisa mendapatkan hasil yang baik dan positif." (Wawancara DN, Januari 2025).

Pesan yang diterima informan DN adalah filosofis. Menurutnya, peristiwa ini menunjukkan secara efektif bahwa empati adalah kekuatan, yang dapat menciptakan dampak luar biasa jika diterapkan secara bersamaan. Informan DN melihat *Animal Welfare* sebagai alat untuk memberikan pelajaran yang lebih besar tentang potensi kebaikan manusia. Informan DN tidak berbicara tentang rincian penderitaan hewan, tetapi tentang keindahan reaksi kolektif terhadap penderitaan tersebut. Keseksian acara tersebut dalam mengumpulkan donasi menunjukkan bahwa

niat baik yang disatukan memiliki kekuatan di dunia nyata.

"Yang paling membekas adalah kebaikan itu punya kekuatan dahsyat, dan kamu bisa memulainya sekarang juga'. Aksi charity ini tidak hanya mengajak menolong hewan, tapi juga membangkitkan harapan bahwa jika kita bersatu bersama, kita bisa melakukan hal-hal luar biasa yang mustahil dilakukan sendirian. Dan itu menurutku makna yang besar banget."

(Wawancara MF, Januari 2025).

Informan MF memperkuat pandangan ini dengan menggambarkan pesan acara *charity* sebagai ajakan yang memberdayakan. Bawa kebaikan itu punya kekuatan dahsyat, dan bisa dimulai sekarang juga, itu adalah pesan yang paling membekas baginya. Menurutnya, konten *charity* tersebut berhasil menumbuhkan optimisme dan memerangi sinisme dengan menunjukkan bahwa orang-orang dapat melakukan hal-hal luar biasa yang mustahil dilakukan sendirian, ketika berkumpul bersama. *Animal welfare* di sini mendorong MF untuk optimisme sosial. Informan MF tidak hanya memiliki keinginan untuk membantu hewan tetapi juga terinspirasi oleh kekuatan komunitas, yang membuat dorongan moralnya menjadi lebih besar.

Sementara itu, SF, yang tidak memiliki pengalaman pribadi, dapat menyampaikan pesan ini dengan cara yang paling umum. Menurutnya, pesan utama yang disampaikan adalah bahwa membantu hewan adalah tindakan nyata dari rasa kemanusiaan, dan yang terpenting, setiap orang bisa berkontribusi dengan caranya masing-masing. Penafsiran ini sangat inklusif karena Informan SF percaya bahwa acara ini berhasil membuka pintu untuk partisipasi, di mana donasi kecil atau menyebarkan kesadaran sudah dianggap sebagai tindakan yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa baginya, pesan *Animal Welfare* yang berhasil disampaikan adalah tentang kebaikan yang dapat diakses, di mana semua orang diundang untuk menjadi bagian dari solusi.

C. Interaksi dalam *Live Streaming* sebagai Penguat Emosi dan Partisipasi Kolektif

Kepercayaan pada persona, pemahaman pesan moral, dan pengalaman live streaming kelompok dominan mampu meningkatkan penerimaan penuh. Bagi penonton, interaktivitas dan *live streaming charity* adalah sarana untuk mengamplifikasi emosi dan menumbuhkan rasa partisipasi kolektif yang mendalam, bukan hanya fitur teknis. Hal ini membahas bagaimana komponen interaktif seperti *live chat* dan overlay donasi dimaknai secara positif, yang memperkuat pemaknaan dominan.

Pengalaman menonton yang pasif telah diubah menjadi perjuangan bersama oleh informan DN berkat fitur interaktif ini. Informan DN menganggap keramaian di kolom obrolan langsung sebagai pengalaman sosial di mana informan merasa sedang berjuang dengan banyak orang lain daripada gangguan serta merasa ikut semangat karena donasi yang terus mengalir, yang meningkatkan perasaannya. Ini berarti bahwa fitur teknis tidak lagi berfungsi sebagai penampil informasi sebaliknya, fitur berfungsi sebagai pembangkit semangat dan rasa haru, menunjukkan bahwa penonton adalah bagian dari gerakan kebaikan yang sebenarnya dan berlangsung.

"Pengalaman yang luar biasa. Rasanya seperti menjadi bagian dari sebuah pesta kebaikan. Live chat itu bukan sekadar komentar, tapi teriakan semangat dari ribuan orang yang punya niat sama. Melihat overlay donasi terus bergerak itu memberikan perasaan haru dan optimis. Kami semua bersatu untuk satu tujuan." (Wawancara MF, Januari 2025).

MF memperluas perspektif ini dan menganggap elemen interaktif sebagai ritual komunitas. Informan MF melihat live chat sebagai teriakan semangat dari ribuan orang yang punya niat sama daripada sekadar kolom komentar. MF juga mengubah chat dari sekadar berinteraksi menjadi sebuah cara untuk menawarkan dukungan moral kolektif. seperti overlay donasi, yang memberinya perasaan haru dan optimis. Menurut pemaknaan ini, penonton dominan secara aktif mengubah fungsi teknis platform menjadi simbol emosional yang meningkatkan hubungan dengan acara dan komunitas di dalamnya.

Sementara itu, SF melihat pengalaman ini sebagai upaya sosial yang bermanfaat. Informan SF merasa bahwa chat online yang ramai dapat menciptakan suasana kebersamaan dan memberinya perasaan bahwa dia adalah bagian dari gerakan besar. Selain itu, SF memahami overlay donasi sebagai sebuah dorongan psikologis yang efektif untuk mendorong orang untuk berpartisipasi. Ini menunjukkan bahwa interaktivitas dalam live streaming berhasil menciptakan feedback loop atau umpan balik positif bagi penonton dominan. Melihat orang lain berpartisipasi melalui chat dan donasi mendorong penonton untuk ikut berpartisipasi lagi, yang pada gilirannya akan mendorong orang lain untuk ikut berpartisipasi juga.

Posisi Negosiasi

A. Kedangkalan Pesan Akibat Format Hiburan

Persepsi bahwa format hiburan yang digunakan berdampak langsung pada pesan kesejahteraan hewan yang serius adalah tema sentral yang paling kuat dan konsisten muncul dari kelompok penonton yang bernegosiasi. Informan dari kelompok ini, KJ, GA, PP, LA, dan AW, secara keseluruhan menerima dan mendukung tujuan *charity* acara tersebut. Namun, secara aktif berdebat tentang gagasan bahwa edutainment atau edukasi plus hiburan yang rumit dan terganggu ini adalah cara yang efektif untuk menyampaikan pesan yang kompleks dan menuntut perenungan. Menurut informan, sisi hiburan menjadi begitu dominan dan isi pesan yang seharusnya menjadi inti dari acara tersebut menjadi hilang.

"Visualnya menyediakan dan membangkitkan rasa iba. Tapi lagi-lagi, kedalaman dari visual yang menyediakan hati itu kembali ke suasana studio yang penuh canda tawa terasa sangat cepat dan agak janggal bagi saya. Momen untuk meresapi kesedihan itu terasa kurang." (Wawancara KJ, Januari 2025).

Mahasiswa komunikasi bernama KJ paling jelas mengungkapkan perasaan ini, menganggap ada diskoneksi penting antara saat-saat kegembiraan dan kesedihan.

informan menjelaskan bahwa sulit untuk tetap tenang ketika perhatian penonton tiba-tiba dialihkan ke kekacauan permainan. Dengan pengalamannya sebagai pendidik, GA mendukung perspektif ini. Menurutnya, format ini kurang ideal karena penonton butuh fokus untuk menyerap pesan penting, yang tidak mungkin didapat di tengah teriakan dan lawakan yang berlebihan. informan menemukan bahwa perpecahan atensi menghalangi pemrosesan data yang mendalam.

"Pandangan akhir saya, ini adalah event gaming yang sangat sukses dengan tema charity. Uang yang terkumpul luar biasa dan aku salut. Tapi kalau ini disebut sebagai acara yang fokus pada animal welfare, menurut aku kurang tepat. Fokus utamanya tetap pada hiburan dan permainan Windah. Aku mendukung usahanya, tapi aku punya catatan bahwa porsi hiburan dan gameplay terlalu mendominasi sehingga menenggelamkan esensi dari pesan charity-nya itu sendiri. Bagi aku yang berharap dapat sedikit pencerahan, aku merasa hanya menonton stream game biasa dengan 'skin' amal." (Wawancara PP, Februari 2025).

Para informan yang motivasi utamanya adalah hiburan juga mendukung perspektif ini. Sebagai seorang *gamer*, PP mengakui bahwa pesan moral terasa seperti selingan dari acara *charity* utama menjadi menikmati permainan. Dalam hal ini, acara *charity* dianggap sebagai bonus yang bagus, tetapi bukan alasan utama untuk menonton. Penonton telah menunjukkan bahwa dalam perlombaan untuk menarik perhatian penonton, dorongan yang paling kuat dan menggembirakan dengan menggunakan permainan secara alami menjadi berhasil. Meskipun kepentingan kesejahteraan hewan tidak ditolak, kepentingannya telah dikurangi menjadi hal-hal yang lebih penting.

B. *Animal Welfare* sebagai Aksi Transaksional, bukan Komitmen Transformatif

Tema negosiasi yang paling penting adalah ini karena secara langsung menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana

pesan kesejahteraan hewan diterima. Acara ini menyampaikan pesan transformatif (mengajak untuk mengubah perilaku dan pemahaman dalam jangka panjang) daripada transaksional (mengajak untuk memberi uang). Informan mengakui bahwa donasi adalah tindakan moral yang baik, tetapi tidak percaya bahwa donasi itu cukup untuk menunjukkan pemahaman yang komprehensif tentang kesejahteraan hewan.

"Pesanan yang paling kuat adalah 'ayo berdonasi untuk menyelamatkan hewan yang terlantar'. Pesan ini bagus. Tapi pesan yang hilang adalah 'setelah diselamatkan, lalu apa?'. Tidak ada pembahasan mendalam tentang tanggung jawab setelah adopsi, pentingnya steril, atau komitmen seumur hidup yang dibutuhkan." (Wawancara GA, Februari 2025).

Informan GA memberikan kritik paling mendalam, menekankan adanya "pesan yang hilang" karena pengalamannya merawat hewan. Informan mempertanyakan pertanyaan penting yang informan rasa tidak pernah didiskusikan kelanjutan dalam menyelamatkan hewan. Informan menemukan bahwa tidak ada instruksi yang diberikan tentang tanggung jawab jangka panjang, seperti pentingnya sterilisasi, kewajiban keuangan, dan kesiapan mental untuk mengadopsi hewan. Karena kekurangan informasi, informan khawatir bahwa peristiwa ini dapat mendorong tindakan adopsi yang impulsif. Negosiasi ini sangat penting karena informan menerima ajakan donasi, tetapi mengkritik keras kemungkinan efek buruk dari pesan yang tidak lengkap.

"Pesanan utamanya mungkin 'berdonasi itu mudah'. Tapi pesan tentang 'bagaimana cara menolong hewan secara langsung' atau 'apa saja kesulitan merawat hewan' itu kurang tersampaikan. Aku dapat pesan soal 'memberi uang', tapi bukan 'memberi perhatian' secara praktis." (Wawancara PP, Februari 2025).

"Pandangan akhir aku adalah ini sebuah acara fundraising yang brilian, namun sebuah program edukasi yang dangkal. Aku mendukung penuh upaya dan hasil penggalangan dananya. Namun, aku punya catatan kritis yang besar pada kurangnya kedalaman

informasi mengenai isu animal welfare itu sendiri. Acaranya berhasil menggerakkan orang untuk memberi uang, tapi aku tidak yakin acara ini berhasil membuat orang lebih 'paham' secara mendalam. Ini adalah perayaan kekuatan kreator, bukan perayaan kesejahteraan hewan." (Wawancara AW, Februari 2025).

Informasi dari berbagai sumber mendukung pendapat ini. Sebagai penonton awam, PP percaya bahwa solusi untuk masalah penderitaan hewan hanyalah donasi tanpa penjelasan lebih lanjut tentang tindakan individu yang dapat diambil. Informan merasa memiliki panggilan untuk tindakan, tetapi tidak untuk pemahaman. Secara analitis, AW menemukan bahwa meskipun acara ini brilian dalam mendorong donasi, program tersebut dangkal sebagai pendidikan. Informan percaya bahwa acara ini gagal membuat orang lebih memahami masalah tersebut.

Posisi Oposisi

Dalam penelitian ini, tidak ada informan yang berada di posisi oposisi. Meskipun kelompok negosiasi memberikan kritik yang tajam, tidak ada satu pun informan yang menentang gagasan dasar atau legitimasi dari acara tersebut. Semua informan mengapresiasi kerja keras, kejujuran, dan keberhasilan penggalangan dana. Penonton tidak pernah berfokus pada tujuan Windah sendiri, tetapi pada cara, kedalaman, dan efektivitas. Tidak ada yang melihat peristiwa ini dari perspektif yang berlawanan, seperti penipuan atau eksploitasi murni. Akibatnya, posisi oposisi tidak dibahas lebih lanjut.

Faktor Mempengaruhi Resepsi

A. Pengalaman Informan dan Tingkat Pengetahuan Isu.

Faktor ini berfungsi sebagai pembeda yang sangat kuat, tetapi efeknya tidak konsisten. Pengalaman personal yang mendalam dengan hewan dapat meningkatkan resepsi untuk dominan atau negosiasi, tergantung pada jenis pengalaman. Bagi informan seperti DN dan MF, yang memiliki pengalaman emosional mendalam seperti merawat hewan hingga

fase kehilangan, kisah pribadi Windah mencerminkan kesedihan informan sendiri.

Pengalaman ini menempatkan informan pada posisi dominan, memperkuat jembatan empati, dan memungkinkan untuk menerima pesan secara penuh. Sebaliknya, informasi yang diberikan oleh Informan GA dan KJ yang memiliki pengalaman nyata dalam merawat dan menyelamatkan hewan meningkatkan harapan. Informan mencari pesan yang hilang tentang pendidikan yang bertanggung jawab, seperti pentingnya vaksinasi dan komitmen jangka panjang, karena pengalaman nyata ini. Informan berada dalam posisi negosiasi yang sangat sulit jika ekspektasi tidak terpenuhi.

Sementara itu, informan dengan pengetahuan yang lebih terbatas seperti LA dan PP cenderung tidak mempelajari pesan kesejahteraan hewan secara menyeluruh. Akibatnya, penonton cenderung berkonsentrasi pada hal lain seperti hiburan atau mekanisme donasi.

B. Motivasi Menonton dan Hubungan Parasosial.

Informan seperti LA dan PP, yang tujuan utamanya adalah hiburan dan menghilangkan stres, secara alami akan menganggap segmen *charity* yang serius sebagai selingan atau bahkan gangguan. Informan percaya bahwa nilai konten bergantung pada seberapa baik *streamer* memberikan hiburan, jadi elemen lain yang tidak mendukung tujuan ini tidak akan dipertimbangkan.

Namun, informan seperti Informan SF dan MF, yang sudah mengagumi persona Windah, lebih siap untuk menerima berbagai aspek idola. Penonton memiliki hubungan parasosial yang kuat menjadikan lebih mudah menerima pergeseran persona dari komedi ke serius sebagai pengungkapan otentisitas daripada sebagai kejanggalan, yang pada akhirnya memperkuat dominasi.

C. Latar Belakang Profesional dan Akademis.

Kerangka berpikir yang dibentuk oleh pendidikan atau profesi informan juga menjadi perhatian yang tajam. Sebagai mahasiswa komunikasi, Informan KJ sering

menggunakan istilah seperti persona, citra, dan *off-brand* untuk menjelaskan strategi di balik acara. Informan AW, seorang praktisi media yang belajar psikologi, melanjutkan dengan menggambarkan peristiwa sebagai sebuah studi kasus dan menganalisisnya berdasarkan gagasan ketulusan yang dibingkai dan gamifikasi dari tindakan beramal.

Sementara itu, Informan GA, seorang guru, secara eksplisit mengkritik format acara yang dipikir tidak cocok dengan proses belajar yang fokus. Latar belakang ini membantu melakukan pembacaan yang lebih kritis dan dekonstruktif, yang secara konsisten menempatkan kedalam posisi negosiasi yang lebih kritis. Penonton tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga memikirkan bagaimana dan mengapa konten dibuat.

KESIMPULAN

Penelitian ini sampai pada kesimpulan utama yang paradoks berdasarkan analisis resepsi delapan informan. Meskipun acara *live streaming charity* ini secara eksplisit bertujuan untuk mendukung kesejahteraan hewan, resepsi penonton menunjukkan bahwa pesan khusus tentang kesejahteraan hewan menjadi sekunder. Penonton, baik dari posisi dominan maupun negosiasi, lebih melihat acara *charity* sebagai sebuah fenomena media. Ini melibatkan kemampuan komunitas untuk berdonasi, kualitas hiburan, dan kepribadian komunikator. Hasilnya menunjukkan bahwa, dalam lingkungan *live streaming charity* yang dipimpin oleh seorang mega-influencer, kemeriahan acara itu sendiri dapat mengaburkan pesan yang sebenarnya ingin disampaikan.

Penelitian ini menemukan dua posisi pemakaian utama di kalangan penonton Posisi Dominan ditempati oleh tiga informan dan Posisi Negosiasi ditempati oleh lima informan. Penonton yang menerima pesan secara utuh mengambil Posisi Dominan karena penonton sangat percaya pada ketulusan persona Windah Basudara. Di sisi lain, posisi negosiasi, yang menjadi posisi mayoritas, ditempati oleh penonton yang mendukung tujuan mulia acara namun memberikan catatan kritis. Bagi penonton, pesan *animal welfare* diterima dengan baik bukan sebagai informasi praktis, melainkan sebagai panggilan moral yang mendorong

semangat kebaikan bersama. Penonton mengalami efek pendangkalan karena format hiburan yang terlalu ramai, dan yang paling penting, penonton menemukan pesan yang hilang. Bagi penonton, pesan tentang *animal welfare* direduksi menjadi tindakan transaksional, seperti melakukan donasi, tanpa mengimbangi pesan tentang komitmen transformatif, seperti menjadi pemilik hewan yang bertanggung jawab.

Dengan demikian, saran utama yang dapat dibuat untuk masa depan adalah perlunya kerja sama yang lebih kuat antara aktivis, kreator konten, dan peneliti untuk memaksimalkan dampak kampanye sosial. kreator seperti Windah Basudara harus mencari keseimbangan yang lebih baik antara hiburan dan informasi dengan membuat segmen pendidikan singkat untuk mengimbangi ajakan untuk berdonasi (call to action) dengan ajakan untuk memahami. Untuk mendukung hal ini, aktivis dan lembaga perlindungan hewan dapat menjadi lebih proaktif dengan membuat program edukasi yang mudah digunakan yang memungkinkan kreator untuk menyampaikan pesan yang bertanggung jawab. Terakhir, disarankan agar peneliti yang akan datang melakukan penelitian kualitatif untuk mengukur dampak lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134.
- Hall, S. (2007). Encoding and decoding in the television discourse. In *CCCS selected working papers* (pp. 402–414). Routledge.
- Haqqu, R., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2019). Teenagers Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program through Youtube. *Jurnal The Messenger*, 11(1), 38–45.
- Kania, D., Tarsidi, D. Z., Sjam, D. A., & Sjam, Z. A. (2023). Pentingnya Pengetahuan Perlindungan Hukum Terhadap Hak Azasi Hewan Peliharaan Bagi Warga Negara Indonesia. *Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, Dan Politik*, 6(1), 57–66.
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kusnandar, V. B. (2022, October 24). *10 Negara Paling Dermawan di Dunia Menurut Charities Aid Foundation*. Databooks.
- Milatishofa, M., Kusrin, K., & Arindawati, W. A. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap makna body positivity pada instagram Tara Basro. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 174–185.
- Muamar, A. (2023, September 4). *Kesejahteraan Hewan dalam Pembangunan Berkelanjutan*. Green Network Asia.
- Muslimah, F. (2020). Donasi Online sebagai Budaya Siber Generasi Milenial. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 1(2), 102–107.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Naughton, V., Grzelak, T., Mulhern, M. S., Moffett, R. C., & Naughton, P. J. (2021). Caring practices of pet cat and dog owners in Northern Ireland vs potential implications for animals' health and welfare. *Animal Welfare*, 30(2), 131–144.
- Oktaviani, N. (2023, October 30). *Indonesia Judicial Research Society*. Apakah Menyiksa Hewan Bisa Kena Hukuman Pidana?
- Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film "Dua Garis Biru". *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–8.
- Sugiyono, S. (2013). Metode penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.