

Analisis Resepsi Audiens atas Penolakan Mitos Pendakian pada Segmen Langit Kelabu di Kanal *YouTube* Dzawin Nur Ikram Episode Pandji Pragiwaksono

Farel Al Farizi

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
farel.22109@mhs.unesa.ac.id

Eko Pamuji

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya
ekopamuji@unesa.ac.id

Abstrak

Meningkatnya penggunaan *YouTube* sebagai platform komunikasi reflektif dan diskursus sosial menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap bagaimana audiens memaknai konten yang bersifat kritis dan dekonstruktif terhadap kepercayaan budaya. Namun, kajian mengenai resepsi audiens terhadap konten penolakan mitos di platform digital masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi audiens atas penolakan mitos pendakian pada segmen “Langit Kelabu” di kanal *YouTube* Dzawin Nur Ikram episode Pandji Pragiwaksono melalui teori analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode analisis resepsi, melibatkan delapan informan yang aktif menonton konten tersebut. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memaknai konten tersebut ke dalam tiga posisi, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Posisi *dominant-hegemonic* muncul dari audiens yang menerima sepenuhnya sikap kritis Dzawin bahwa ketakutan terhadap mitos merupakan konstruksi budaya yang perlu dipertanyakan; posisi *negotiated* dari audiens yang menerima pesan rasionalitas namun tetap mempertimbangkannya dengan pengalaman dan kepercayaan pribadi; sedangkan posisi *oppositional* dari audiens yang menolak pendekatan dekonstruktif tersebut karena dinilai tidak menghormati budaya lokal Gunung Kawi. Ketiga posisi ini menunjukkan bahwa konten reflektif-sosial tidak menghasilkan pemaknaan tunggal, melainkan membuka ruang interpretasi yang beragam sesuai latar belakang sosial budaya audiens.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Encoding-Decoding*, Stuart Hall, *YouTube*, Mitos Pendakian, Langit Kelabu

Abstract

The growing use of YouTube as a platform for reflective communication and social discourse highlights the importance of understanding how audiences interpret content that critically deconstructs cultural beliefs. However, studies examining audience reception of myth-rejection content on digital platforms remain limited. This study aims to analyze audience reception of the rejection of climbing myths in the “Langit Kelabu” segment on Dzawin Nur Ikram’s YouTube channel, in the Pandji Pragiwaksono episode, through Stuart Hall’s encoding-

decoding reception analysis theory. The study employs a qualitative approach within a constructivist paradigm and reception-analysis method, involving eight informants who actively watched the content. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman. The findings show that audiences interpreted the content through three reading positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. The dominant-hegemonic position emerged among audiences who fully accepted Dzawin's critical stance that fear of myths is a cultural construction worth questioning; the negotiated position among audiences who accepted the rationality message while still weighing their personal experience and beliefs; and the oppositional position among audiences who rejected the deconstructive approach for disrespecting the local culture of Gunung Kawi. These three positions show that socially reflective content does not produce a single meaning, but instead opens space for diverse interpretations shaped by audiences' social and cultural backgrounds.

Keywords: Reception Analysis, Encoding-Decoding, Stuart Hall, YouTube, Climbing Myths, Langit Kelabu

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara masyarakat mengonsumsi pesan, membangun relasi sosial, dan memaknai realitas yang mereka temui di ruang digital (Tika et al., 2023). Media sosial berbasis internet menjadikan masyarakat tidak lagi sekadar penerima pesan, tetapi juga produsen informasi yang berpartisipasi aktif dalam membentuk wacana sosial (Nasrullah, 2022).

Di Indonesia, YouTube menempati posisi keempat platform media sosial yang paling banyak digunakan, dengan 80,3% pengguna internet Indonesia mengaksesnya secara aktif (We Are Social & Meltwater, 2025). Dibandingkan TikTok yang berfokus pada hiburan cepat maupun Instagram yang berorientasi pada visual, YouTube memberi ruang bagi kreator untuk menghadirkan narasi panjang yang berfungsi sekaligus sebagai edukasi, refleksi, dan hiburan. Ruang naratif yang lebih luas ini memungkinkan

proses *encoding-decoding* yang lebih kaya, karena audiens memperoleh kebebasan menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman personalnya (Hall, 1980).

Salah satu kreator yang memanfaatkan karakteristik tersebut adalah Dzawin Nur Ikram, komika sekaligus konten kreator asal Bogor yang dikenal luas sejak Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) Season 4. Kanal YouTube-nya secara konsisten mengunggah ekspedisi pendakian gunung, dengan segmen "Langit Kelabu" sebagai ruang khusus untuk membongkar mitos-mitos yang dipercaya dapat membentuk "penjara ketakutan" di kalangan pendaki. Segmen ini mendaki tujuh gunung yang selama ini dianggap mistis, salah satunya Gunung Kawi, dan pada episode yang diteliti kali ini Dzawin mengajak komika sekaligus figur publik Pandji Pragiwaksono yang baru pertama kali mendaki gunung tersebut.

Kepercayaan terhadap mitos dan hal mistis merupakan konstruksi budaya yang telah lama mengakar dalam masyarakat Indonesia, terutama pada praktik pendakian gunung.

Ketakutan terhadap hal-hal yang tidak dapat dibuktikan secara logis kerap kali justru mengalihkan perhatian pendaki dari risiko nyata yang lebih berbahaya, seperti hipotermia, tersesat, maupun perubahan cuaca ekstrem. Sikap Dzawin yang secara sengaja melanggar larangan-larangan mitos di Gunung Kawi menempatkan konten ini pada titik tegangan antara rasionalitas dan mistifikasi budaya, sehingga menjadi objek yang relevan untuk dikaji melalui pendekatan resepsi audiens.

Kajian resepsi audiens terhadap konten *YouTube* telah banyak dilakukan, namun dengan objek dan isu yang berbeda. Prastowo dkk. (2025) meneliti resepsi khalayak terhadap konten mobil listrik yang menghasilkan posisi dominan, negosiasi, dan oposisi terkait isu teknologi otomotif. Ariska dan Purwanti (2024) mengkaji resepsi audiens terhadap adegan kekerasan dalam film *Squid Game*, sedangkan Sekar Kedaton dan Dewi Swastika (2024) menganalisis resepsi audiens terhadap isu feminisme dalam sebuah tayangan wawancara. Ketiga penelitian tersebut menegaskan bahwa audiens dapat memaknai pesan media secara beragam, tetapi belum ada yang secara khusus mengkaji resepsi audiens terhadap konten penolakan mitos pendakian yang memuat tegangan antara rasionalitas dan mistifikasi budaya, sebagaimana yang ditampilkan pada segmen “Langit Kelabu”.

Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall (1980) sebagai kerangka utama, yang diperkuat dengan konsep mitos dari Koentjaraningrat (2009)

sebagai bagian dari warisan budaya yang diwariskan turun-temurun. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi audiens atas penolakan mitos pendakian pada segmen “Langit Kelabu” di kanal *YouTube* Dzawin Nur Ikram episode Pandji Pragiwaksono, serta mengelompokkan pemaknaan audiens ke dalam tiga posisi pembacaan menurut Stuart Hall.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode analisis resepsi untuk memahami secara mendalam bagaimana audiens memaknai sikap penolakan mitos pendakian pada segmen “Langit Kelabu”. Metode analisis resepsi dipilih karena penelitian ini berangkat dari fenomena perbedaan cara audiens mengolah makna dari sebuah pesan media, sehingga dibutuhkan pendekatan yang menempatkan audiens sebagai pihak yang aktif menafsirkan pesan, bukan sekadar penerima pasif.

Penelitian dilaksanakan di Surabaya, Jawa Timur, pada Februari hingga Mei 2026. Wawancara terhadap informan yang berada di luar kota dilakukan secara daring melalui panggilan video untuk menjaga kelancaran proses pengumpulan data.

Subjek penelitian terdiri atas delapan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria merupakan audiens yang telah menonton segmen “Langit Kelabu” episode Pandji Pragiwaksono dalam rentang tiga bulan terakhir. Batasan waktu tersebut bertujuan memastikan informan masih

memiliki ingatan yang relevan terhadap alur dan pesan konten. Jenis kelamin tidak menjadi persyaratan karena *YouTube* dapat diakses oleh siapa saja. Kedelapan informan berasal dari latar belakang yang beragam, terdiri atas mahasiswa, mahasiswa pecinta alam, dan karyawan swasta berusia 19 hingga 23 tahun.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam bersifat semi-terstruktur (Raharjo, 2011), yang bertujuan menggali pemaknaan dan opini audiens secara personal, didukung studi kepustakaan sebagai landasan konseptual.

Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles dan Huberman (1994) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan data wawancara dengan hasil observasi terhadap konten yang diteliti, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang lebih baik.

HASIL PEMBAHASAN

Pembahasan pada bagian ini berfokus pada resepsi delapan informan terhadap sikap penolakan mitos pendakian yang ditampilkan Dzawin Nur Ikram bersama Pandji Pragiwaksono pada segmen “Langit Kelabu” di kanal *YouTube* Dzawin Nur Ikram. Berdasarkan hasil wawancara, pemaknaan audiens dikelompokkan ke dalam tiga posisi menurut Stuart Hall (1980), yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*.

1. Posisi Dominant-Hegemonic: Penerimaan Penuh atas Sikap Rasional Dzawin

Tiga informan berada pada posisi *dominant-hegemonic*, yaitu audiens yang menerima sepenuhnya sikap Dzawin yang secara sengaja melanggar larangan mitos di Gunung Kawi, misalnya dengan mengucapkan kata “lapar” di tengah pendakian. Informan pada posisi ini memaknai tindakan tersebut sebagai bentuk sikap kritis yang mempertanyakan konstruksi budaya yang selama ini dianggap mengikat tanpa dasar rasional yang jelas.

Penerimaan penuh tersebut terbentuk dari pengalaman dan kepercayaan pribadi informan yang sejak awal cenderung tidak meyakini mitos sebagai sesuatu yang harus dipatuhi secara mutlak. Dalam kerangka *encoding-decoding* Hall (1980), posisi ini muncul ketika audiens berada dalam kerangka ideologis yang sama dengan pembuat pesan, sehingga pesan diterima tanpa negosiasi berarti. Temuan ini sejalan dengan Prastowo dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa posisi dominan muncul ketika nilai yang dibawa pesan media selaras dengan keyakinan audiens, meskipun pada penelitian tersebut nilai yang dipertaruhkan berkaitan dengan kepercayaan pada teknologi, bukan rasionalitas terhadap mitos budaya.

2. Posisi Negotiated: Penerimaan dengan Pertimbangan Pengalaman Pribadi

Tiga informan berada pada posisi *negotiated*. Informan pada posisi ini memahami dan menerima pesan utama Dzawin tentang pentingnya berpikir rasional dan memprioritaskan persiapan keselamatan pendakian, seperti logistik dan kondisi fisik, dibandingkan ketakutan berlebihan

terhadap mitos. Namun, informan tidak sepenuhnya menyetujui cara penyampaian pesan tersebut, misalnya tindakan mengengcingi pohon pisang atau memancing sebutan makhluk halus, yang dinilai berlebihan.

Posisi ini menunjukkan bahwa audiens menerima sebagian pesan media sambil tetap mempertimbangkannya dengan pengalaman dan kepercayaan pribadi yang telah dimiliki sebelumnya (Ang, 1991). Hal ini relevan dengan pandangan Koentjaraningrat (2009) bahwa mitos merupakan warisan budaya yang telah lama membentuk pola pikir masyarakat, sehingga meskipun pesan rasionalitas dapat diterima secara kognitif, kepercayaan yang telah terinternalisasi tetap memengaruhi cara audiens menilai keputusan sebuah tindakan.

3. Posisi *Oppositional*: Penolakan atas Dasar Penghormatan Budaya Lokal

Dua informan berada pada posisi *oppositional*, yaitu audiens yang sepenuhnya menolak sikap penolakan mitos yang ditampilkan Dzawin. Informan pada posisi ini menilai bahwa tindakan melanggar larangan-larangan di Gunung Kawi tidak menghormati budaya yang telah lama melekat pada masyarakat setempat. Sebagian informan pada posisi ini turut meragukan keorisinalan peristiwa yang ditampilkan dalam video.

Posisi *oppositional* menunjukkan bahwa audiens memahami makna dominan yang ingin disampaikan pembuat pesan, tetapi secara sadar menafsirkannya secara berlawanan dengan menggunakan kerangka ideologis alternatif, yaitu

penghormatan terhadap warisan budaya lokal (Hall, 1980; Morley, 1980). Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin kuat informan memandang mitos sebagai bagian dari identitas budaya yang perlu dijaga, semakin besar kecenderungannya menempati posisi negosiasi maupun oposisi, dan sebaliknya.

Secara keseluruhan, keragaman posisi pemaknaan yang muncul dari delapan informan menunjukkan bahwa konten reflektif-sosial seperti segmen “Langit Kelabu” tidak menghasilkan pemaknaan tunggal. Sikap penolakan mitos yang membawa pesan rasionalitas dapat diterima secara positif oleh sebagian audiens, tetapi juga berpotensi dimaknai negatif oleh audiens lain yang menempatkan penghormatan terhadap budaya lokal sebagai nilai utama. Kondisi ini menegaskan bahwa kreator yang menyampaikan pesan dekonstruktif terhadap kepercayaan budaya perlu mempertimbangkan cara penyampaian yang lebih bijaksana agar pesan rasionalitas tidak menimbulkan kesan tidak menghargai nilai sosial budaya masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dari delapan informan yang diwawancarai, tiga informan berada pada posisi *dominant-hegemonic* yang menerima sepenuhnya sikap penolakan mitos Gunung Kawi oleh Dzawin, tiga informan berada pada posisi *negotiated* yang menerima pesan rasionalitas namun tetap mempertimbangkan pengalaman pribadinya, dan dua informan berada pada posisi *oppositional* yang menolak

sikap tersebut atas dasar penghormatan terhadap budaya lokal.

Keragaman posisi pemaknaan ini menunjukkan bahwa audiens segmen “Langit Kelabu” merupakan pihak yang aktif dalam menafsirkan pesan media, bukan penerima pasif. Temuan ini juga menegaskan bahwa kreator konten sebaiknya menampilkan sikap yang bijaksana ketika membahas mitos atau kepercayaan yang telah menjadi bagian dari warisan budaya masyarakat, agar pesan kritis dan rasional yang disampaikan dapat diterima tanpa menimbulkan kesan mengabaikan nilai budaya lokal.

SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan kajian mengenai *branding* kreator digital yang dibangun melalui sikap kritis terhadap mitos dan budaya, serta dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur hubungan antara sikap penolakan mitos dengan tingkat penerimaan audiens secara lebih luas. Secara praktis, Dzawin Nur Ikram maupun kreator sejenis disarankan tetap memperhatikan nilai budaya lokal ketika menyampaikan sikap kritis terhadap mitos, agar pesan rasionalitas dapat diterima audiens tanpa menimbulkan kesan tidak menghormati warisan budaya masyarakat setempat. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi kajian resepsi audiens terhadap konten dekonstruksi budaya dan mitos pada kreator digital lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, I. (1991). *Desperately Seeking the Audience*. Routledge.
- Ariska, N., & Purwanti, S. (2024). Resepsi Analisis Mengenai Adegan Kekerasan dalam Film *Squid Game*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Ed.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–1979* (hlm. 128–138). Routledge.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience*. British Film Institute.
- Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Edisi Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Prastowo, E. A., Palupi, M. F. T., & Hamim, H. (2025). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Konten Mobil Listrik di *Channel YouTube Fitra Eri*. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*.
- Raharjo, M. (2011). *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif* (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang), 1–4.
- Salsabilah, Y. (2024). Analisis Resepsi Gen Z Perempuan Surabaya terhadap Penjualan Produk Pakaian Muslim di *Live TikTok Shop*. *Commercium*, 8, 26–36.

Sekar Kedaton, K. R., & Dewi Swastika, G. L. (2024). Audience Reception Analysis of Feminism in *Difficulty Being Woman* Mata Najwa 2. *Al-Munzir*.

Tika, L., Amelia, D., & Balqis, N. R. (2023). Changes in Communication Patterns in the Digital Age, 3(4), 544–556.

We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. We Are Social.