

Resepsi Khalayak terhadap Narasi Pemberitaan Medali ‘Giveaway’ di Metro TV

Regina Florentina¹, Doddy Salman^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: regina.915210031@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: doddys@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

Framing is the way the media conveys information to influence the audience's perception and interpretation of an event. This study aims to understand how audiences interpret the term “giveaway” in the news narrative of Gregoria Mariska Tunjung's medal win reported by Metro TV. The theories used include mass communication, the role of the media in influencing public perception through framing, as well as reception theory by Stuart Hall to analyze the audience's position in understanding media messages. The research approach used is qualitative with a case study method. Data were collected through structured interviews with 10 informants who have different backgrounds and are aware of the news of the 'giveaway' medal, as well as documentation from various sources. The data were analyzed using thematic analysis techniques. The results showed that the majority of respondents were in the Dominant-Hegemonic, Negotiated, and Oppositional Positions, where they had various interpretations of the media messages conveyed by Metro TV. This research concludes that audiences are not passive in receiving media messages, but actively interpret them based on ideology, culture, and individual understanding. This research also emphasizes the importance of proper framing in news reporting in order to better respect the context and struggles being reported.

Keywords: audience, encoding-decoding, mass media, news, reception theory

Abstrak

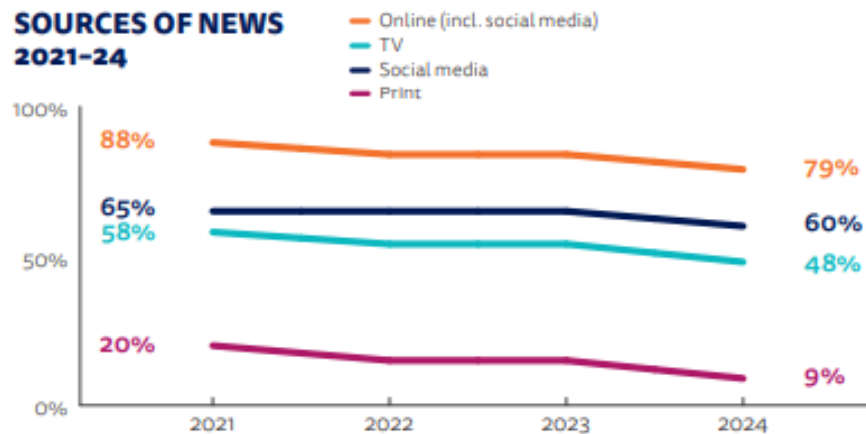
Framing merupakan cara media menyampaikan informasi untuk mempengaruhi persepsi dan interpretasi khalayak terhadap suatu peristiwa. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana audiens menginterpretasikan istilah “giveaway” dalam narasi berita kemenangan medali Gregoria Mariska Tunjung yang dilaporkan oleh Metro TV. Teori yang digunakan meliputi komunikasi massa, peran media dalam mempengaruhi persepsi publik melalui *framing*, serta teori resepsi oleh Stuart Hall untuk menganalisis posisi audiens dalam memahami pesan media. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan 10 informan yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda dan mengetahui pemberitaan medali ‘giveaway’ tersebut, serta dokumentasi dari berbagai sumber. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden berada pada Posisi Dominant-Hegemonic, Negotiated, dan Oposisional, di mana mereka infroman memiliki pemaknaan beragam terhadap pesan media yang disampaikan Metro TV. Penelitian ini menyimpulkan bahwa audiens tidak pasif dalam menerima pesan media, melainkan aktif menginterpretasi berdasarkan ideologi, budaya, dan pemahaman individu. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya *framing* yang tepat dalam pemberitaan agar lebih menghormati konteks dan perjuangan yang dilaporkan.

Kata Kunci: audiens, berita, *encoding-decoding*, media massa, teori resepsi

1. Pendahuluan

Media massa merupakan jenis komunikasi dengan jangkauan yang tergolong luas. Terdiri dari koran, majalah, radio, televisi, dan internet (West, Richard & Turner, 2017). Memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan membangun opini publik. Menurut laporan resmi *Reuters Institute For The Study Of Journalism* tahun 2021-2024, televisi masih menjadi sumber berita bagi masyarakat Indonesia. Meskipun mengalami penurunan dalam 4 tahun belakangan dengan persentase sebesar 10%. Pada tahun 2024, televisi sebagai sumber berita bagi masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 48%. Televisi sendiri memiliki banyak cakupan jenis tayangan. Diantaranya, berita, *infotainment*, *game show*, *talkshow*, dan masih banyak lagi. Berita sendiri merupakan informasi yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa, yang memuat peristiwa yang terjadi di lingkungan masyarakat.

Gambar 1. Source Of News



Sumber: Reuters Institute For The Study Of Journalism, 17 Juni 2024

Pada pertengahan bulan Agustus, tepatnya tanggal 11 Agustus 2024, masyarakat dihebohkan dengan pemberitaan Metro TV dalam tajuk pemberitaan “Cerita Olimpiade Indonesia”. Dimana, dalam pemberitaan tersebut media memberitakan tentang prestasi yang diraih oleh atlet Indonesia dalam Olimpiade Paris 2024. Menurut Robert M. Entman (dalam Fakhri & Juanda, 2020a), *framing* merupakan cara media menyampaikan informasi untuk mempengaruhi persepsi dan interpretasi khalayak terhadap suatu peristiwa. Dalam pemberitaan tersebut pihak media menampilkan infografis dengan judul besar “Yang Pertama dan Yang Berbeda”. Pada infografis tersebut, terdiri dari 3 foto atlet peraih medali. Dengan narasi sebagai berikut, pertama, “Emas pertama dari Panjat Tebing & Angkat Besi”. Kedua, “Atlet termuda baru”. Terakhir, “Medali ‘Giveaway’ Pertama”.

Penggunaan *framing* yang kurang tepat dapat menimbulkan persepsi yang negatif terhadap media dan individu yang diberitakan. Oleh karena itu, penggunaan istilah ‘*medali giveaway pertama*’ yang disematkan pada atlet Gregoria Mariska Tunjung, menjadi kontroversial karena dianggap meremehkan perjuangan sang atlet. Sehingga, penggunaan istilah ini menimbulkan beragam kritik dan menimbulkan pertanyaan terhadap kredibilitas media dalam menyampaikan informasi dari khalayak.

Sebab, kemenangan Gregoria atas medali perunggu pada olimpiade tersebut, sudah dinyatakan secara sah oleh *Badminton World Federation* (BWF).

Dalam teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall (dalam Haqiqi et al., 2023), dijelaskan bahwa khalayak dalam menerima pesan massa, tidak semata-mata bersikap pasif. Tetapi khalayak aktif, mengkodekan kembali pesan massa yang diterima dengan menggunakan ideologi, budaya, dan pemahaman individu. Yang memungkinkan khalayak, memberikan makna yang berbeda terhadap pemberitaan. Setelah proses *decoding* oleh khalayak, teori ini mengungkapkan, bahwa khalayak dapat berada di salah satu dari tiga posisi *decoding* yang disebut dengan “*The Three Hypothetical Position*”. Yang terdiri dari, pertama, *Dominant-Hegemonic Position*. Dimana, khalayak menerima pesan massa sesuai dengan yang dimaksudkan oleh komunikator massa. Kedua, *Negotiated Position*. Dimana, khalayak memahami sebagian pesan massa, tetapi menyampaikan kembali dengan perspektif pribadi individu. Terakhir, *Oppositional Position*. Dimana, khalayak menolak pesan massa yang disampaikan dan memberikan makna yang berlawanan dengan pesan massa yang disampaikan oleh komunikator massa.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai pesan media dalam pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung yang diberitakan oleh Metro TV. Dengan tujuan, untuk mengetahui dalam proses *decoding*, khalayak berada pada posisi apa dalam “*The Three Hypothetical Position*” berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall.

Penelitian terdahulu yang melandaskan penelitian ini diantaranya, pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ghassani & Nugroho (2019). Dimana pada penelitian ini, menganalisis pemaknaan publik terhadap tema *rasisme* dalam film “*Get Out*”. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa sebagian besar audience berada pada posisi *Oppositional Position*. Dimana, *audience* menolak pesan *rasisme* yang ditampilkan dalam film tersebut. Persamaan yang ditemukan dalam penelitian ini, menggunakan teori resepsi Stuart Hall dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaan yang ditemukan, penelitian ini berfokus pada tema *rasisme* dalam film. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, berfokus pada pemberitaan medali ‘giveaway’ di Metro TV dengan informan dari berbagai latar belakang, berusia 19-23 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan mengetahui pemberitaan medali ‘giveaway’. Sehingga, membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Anisa & Winduwati (2021). Dimana, pada penelitian ini, menganalisis pemaknaan remaja terhadap nilai *body positivity* pada film “*Imperfect*”. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa *audience* memiliki beragam pemaknaan terhadap pemberitaan mulai dari *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*. Persamaan yang ditemukan dalam penelitian ini, menggunakan teori resepsi Stuart Hall, menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dan menunjukkan pentingnya peran media dalam membentuk opini publik. Perbedaan yang ditemukan dalam penelitian ini, menyoroti tema *body positivity* pada film dengan menggunakan narasumber remaja dengan kisaran usia 16-22 tahun. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, berfokus pada pemberitaan medali ‘giveaway’ di Metro TV dengan informan dari berbagai latar belakang, berusia 19-23 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan mengetahui pemberitaan medali ‘giveaway’. Sehingga, membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Utami & Winduwati (2022). Dimana, pada penelitian ini, menganalisis pemaknaan khalayak pada iklan animasi gojek yang

dibintangi oleh Pevita Pearce dan Joe Taslim. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa khalayak berada pada *Dominant-Hegemonic Position*. Persamaan yang ditemukan dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data dan menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Perbedaan yang ditemukan dalam penelitian ini, menyoroti iklan animasi Gojek dengan kualifikasi narasumber pengguna layanan Gojek lebih dari dua tahun. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, berfokus pada pemberitaan medali ‘*giveaway*’ di Metro TV dengan informan dari berbagai latar belakang, berusia 19-23 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan mengetahui pemberitaan medali ‘*giveaway*’. Sehingga, membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

2. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan masalah penelitian (Sugiyono, 2016). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus, yaitu meneliti secara mendalam mengenai Pemaknaan Khalayak Terhadap Pemberitaan Medali ‘*Giveaway*’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu menggunakan teknik wawancara terstruktur dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan guna mendapatkan informasi tentang pendapat dan resepsi khalayak terhadap narasi pemberitaan medali ‘*giveaway*’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV.

Teknik analisis data yang digunakan penelitian adalah teknik analisis data tematik menurut Braun & Clarke (dalam Heriyanto, 2019). Dengan lima tahapan proses yang terdiri dari transkripsi wawancara, membaca dan memahami data, pengkodean, mengidentifikasi tema utama, dan interpretasi data. Serta teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu, dengan cara pengecekan dan membandingkan informasi atau data dari hasil wawancara menurut Patton (dalam Agustini et al., 2023).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini membahas pemaknaan khalayak terhadap narasi pemberitaan medali ‘*giveaway*’ Gregoria Mariska Tunjung yang diberitakan oleh Metro TV. Khalayak sendiri menurut Ross dan Nightingale (dalam Nasrullah, M.Si., 2018), didefinisikan sebagai pengertian manusia yang tidak sekadar dilihat dalam bentuk jumlah atau angka, tetapi beberapa aspek seperti psikologi, sosial, dan politik yang setiap orang berbeda walau dalam satu kelompok atau komunitas yang sama. Peneliti memilih 10 informan yang merupakan khalayak aktif, yang didasari dengan pemilihan kriteria berikut. Pertama, merupakan remaja dengan usia 19-23 tahun yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Kedua, informan yang berdomisili di Wilayah Jabodetabek. Terakhir, informan mengetahui pemberitaan Metro TV mengenai “Medali *Giveaway*” pada tajuk pemberitaan “Cerita Olimpiade Indonesia” baik itu melalui televisi maupun media sosial.

Proses pemaknaan oleh khalayak, terdapat proses *Encoding* dan *Decoding*. Dimana, *encoding* merupakan proses pengkodean oleh komunikator massa. Dapat berupa simbol, tanda, ataupun bahasa. Dalam pemberitaan ini, komunikator massa menampilkan infografis dengan judul besar “Yang Pertama dan Yang Berbeda” dan

menggunakan istilah medali ‘giveaway’ pertama untuk menggambarkan kemenangan Gregoria atas medali perunggu, yang di dapatkan secara sah tanpa perlu bertanding. Sehingga, penggunaan istilah tersebut dinilai menimbulkan kesan negatif oleh khalayak terhadap raihan prestasi yang diterimanya. Entman (dalam Anwarl et al., 2017) mengemukakan, bahwa *framing* merupakan cara media menyampaikan informasi untuk mempengaruhi persepsi dan interpretasi khalayak terhadap suatu peristiwa. Dalam hal ini, *framing* tidak hanya membentuk persepsi khalayak tetapi juga memiliki dampak yang luas pada psikologi khalayak dan objek pemberitaan. Oleh karena itu, *framing* yang kurang tepat atau negatif, dapat menimbulkan persepsi yang negatif terhadap media dan individu yang diberitakan.

Gambar 2. Tayangan Cerita Olimpiade Indonesia



Sumber: Metro TV, 11 Agustus 2024

Stuart Hall berpendapat bahwa, *decoding* merupakan proses dimana khalayak menginterpretasikan atau memahami makna pesan yang dikirimkan oleh komunikator massa. Informan dalam penelitian ini menerima pesan yang disampaikan oleh Metro TV melalui pemberitaan “Cerita Olimpiade Indonesia”, berdasarkan pemahaman masing-masing individu. Berikut merupakan pemaknaan informan mengenai pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung dalam tajuk pemberitaan “Cerita Olimpiade Indonesia”.

1) Informan A, Mahasiswa, Usia 21 tahun, Domisili Jakarta Pusat

A mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia setuju dengan cara pemberitaan tersebut. Mulai dari bahasa yang dikemas dengan rapi, terstruktur, dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Juga, pemilihan narasi tersebut membuatnya tertarik untuk mendalami berita tersebut. Ia memberikan masukan agar media dapat lebih sering memberitakan tentang raihan prestasi agar masyarakat dapat mengetahui raihan prestasi yang telah diraih dan termotivasi untuk berprestasi.

- 2) Informan FDA, Mahasiswa, Usia 20 tahun, Domisili Jakarta Barat
FDA mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali 'giveaway' Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan sedikit elemen visual yang ditampilkan pada pemberitaan. Tetapi, menurutnya penyampaian berita oleh media massa, memiliki pembawaan yang menarik perhatian penonton dengan rasa haru dan bangga. Dan ia juga menyampaikan saran, agar media sebaiknya cukup menceritakan proses olimpiade para atlet dan menjelaskan kenapa menggunakan kata 'giveaway' untuk prestasi yang diraih oleh Gregoria. Selain itu, ia juga memberikan tanggapan kepada media massa, sebaiknya untuk menggunakan kata yang tidak merendahkan atau merugikan pihak lain.
- 3) Informan ZA, Mahasiswa, Usia 20 tahun, Domisili Jakarta Barat
ZA mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali 'giveaway' Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Menurutnya media massa, menyampaikan berita dengan gaya informatif dan naratif. Namun, penggunaan istilah 'giveaway' untuk raihan prestasi atlet dapat memunculkan kontroversi. Walaupun mungkin media massa ingin menampilkan keunikan dengan menggunakan istilah tersebut. Tetapi, penting bagi media untuk menunjukkan keseimbangan mengenai kreativitas dan sensitivitas dalam pemberitaan di media. Dalam hal ini, ia setuju dengan kreativitas media dalam pemberitaan, terutama penggunaan infografis yang menarik. Namun, ia menilai penggunaan istilah 'giveaway' kurang tepat dalam pemberitaan. Sehingga, ia memberikan tanggapan agar media dapat lebih berhati-hati dalam pemilihan narasi, terutama ketika melibatkan prestasi atlet.
- 4) Informan NC, Mahasiswa Psikologi, Usia 20 tahun, Domisili Jakarta
NC mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali 'giveaway' Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan penggunaan narasi pada pemberitaan. Ia menilai bahwa penggunaan istilah 'giveaway' dalam pemberitaan cukup kreatif dan mampu menarik perhatian khalayak. Namun, disisi lain, ia juga beranggapan bahwa penggunaan istilah tersebut kurang menghormati perjuangan Gregoria. Sehingga, menurutnya penggunaan istilah ini, berisiko meremehkan prestasi yang telah diraih oleh sang atlet dan dapat meninggalkan kesan kurang profesional. Oleh karena itu, ia menyarankan agar media massa dapat lebih selektif dalam menyusun narasi pemberitaan.
- 5) Informan AP, Karyawan, Usia 19 tahun, Domisili Tangerang
AP mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali 'giveaway' Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan pemilihan kata pada pemberitaan. Ia menilai bahwa kesalahan dalam penyampaian berita tersebut tidak dapat ditoleransikan. Sebab, sebagai media berita nasional seharusnya dapat lebih memperhatikan copywriting atau pemilihan kata pada pemberitaan. Dan ia, merasa penggunaan istilah tersebut kurang adil untuk Gregoria yang telah bekerja keras dan berjuang untuk meraih prestasi. Sehingga, ia menanggapi agar media massa lebih berhati-hati dalam pemilihan kata pada narasi untuk kedepannya.

- 6) Informan E, *Chef de Partie Fried Club*, Usia 20 tahun, Domisili Jakarta Selatan

E mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan pemilihan kata pada narasi pemberitaan tersebut. Hal ini, karena ia beranggapan bahwa narasi tersebut kurang pantas dan tidak seharusnya digunakan. Sehingga, ia memberikan tanggapan agar media massa dapat memilih kata yang sesuai untuk menggambarkan peristiwa dan memberikan saran kepada media massa untuk mengganti tim kreatif agar tidak menjatuhkan nama media dan membawa opini negatif publik terhadap media massa.

- 7) Informan T, Mahasiswa Management Bisnis, Usia 21 tahun, Domisili Jakarta Barat

T mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan cara pemberitaan tersebut. Sebab, penggunaan kata ‘giveaway’ dinilai meremehkan prestasi Gregoria. Sehingga, ia memberikan tanggapan agar media dapat lebih berhati-hati untuk dalam pemilihan kata, terutama saat melaporkan prestasi atlet, untuk memastikan bahwa pencapaian mereka dihargai dengan tepat dan penting untuk memberikan konteks yang jelas mengenai situasi yang mempengaruhi raihan prestasi.

- 8) Informan M, Mahasiswa, Usia 22 tahun, Domisili Jakarta

M mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia tidak setuju dengan pemilihan kalimat dan bahasa yang digunakan sebab tidak sesuai dengan pedoman pemberitaan dan kode etik jurnalistik. Ia beranggapan bahwa sebagai salah satu media besar, kurang efektif dalam menyampaikan berita. Dan ia merasa kaget, karena raihan prestasi tidak seharusnya di narasikan dengan kata ‘giveaway’. Sehingga, ia memberikan saran agar media dapat selalu memperhatikan detail informasi yang benar dan melakukan crosscheck agar menghasilkan berita yang kredibel.

- 9) Informan BS, Mahasiswa Psikologi, Usia 21 tahun, Domisili Tangerang

BS mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia merasa sedikit kesal dan tidak setuju dengan penggunaan istilah tersebut. Sebab, istilah tersebut dapat memberikan gambaran negatif terhadap Gregoria. Yang telah berjuang untuk mencapai kemenangan tersebut. Dan ia memberikan tanggapan agar media dapat lebih berhati-hati dalam menyampaikan kata-kata pada pemberitaan.

- 10) Informan NN, Mahasiswa, Usia 21 tahun, Domisili Jakarta Barat

NN mengemukakan pendapatnya terkait pemberitaan medali ‘giveaway’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV. Ia menilai bahwa penggunaan istilah tersebut kurang menghargai perjuangan Gregoria sebagai atlet. Dan muncul ketidaksetujuan dengan cara pemberitaan. Walaupun mungkin media bermaksud menarik perhatian khalayak dengan pemilihan kata tersebut, yang akhirnya menjadi kontroversi. Sehingga, media seharusnya lebih berhati-hati milih kata agar tidak timbul kesalahpahaman atau terkesan meremehkan. Fokusnya harus ke usaha dan perjuangan atlet, bukan cuma cari sensasi dari istilah yang kontroversial. Selain itu, media juga bisa lebih banyak memberikan konteks, seperti cerita

perjuangan di balik layar, biar khalayak semakin paham dan bangga pada prestasi yang diraih.

Resepsi dan Pemaknaan Khalayak terhadap *Framing Media*

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara terhadap 10 (sepuluh) orang informan yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda dan mengetahui pemberitaan medali ‘*giveaway*’ yang diberitakan oleh Metro TV, dapat dilihat bahwa informan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Mulai dari, *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, hingga *Oppositional Position*. Pernyataan tersebut dikaitkan dengan teori resepsi Stuart Hall (Haqiqi et al., 2023) pasca mengidentifikasi tiga kategori khalayak yang telah melalui proses *encoding-decoding* sebuah pesan.

Dimana, terdapat satu informan dalam posisi *Dominant-Hegemonic*. Yang menunjukkan bahwa ia memaknai pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator massa. Dalam hal ini, ia menilai pengguna kata pada pemberitaan tersebut. Telah disusun dengan rapi, terstruktur dan mudah dipahami oleh khalayak. Serta, dapat menimbulkan ketertarikan untuk mendalami pemberitaan.

Terdapat dua informan dalam posisi *Negotiated*. Yang memahami sebagian dari pesan yang disampaikan oleh komunikator massa dan menyampaikan kembali berdasarkan perspektif individu. Hal ini, didasari dengan munculnya kesetujuan pada penggunaan elemen visual pada pemberitaan. Namun, penggunaan istilah ‘*giveaway*’ pada pemberitaan dianggap dapat menimbulkan kontroversi. Sehingga, seharusnya media massa tidak perlu menggunakan istilah-istilah khusus untuk menarik perhatian audiens.

Terdapat tujuh informan pada *Oppositional Position*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak memahami pesan tersebut namun menginterpretasikan pesan yang disampaikan secara bertentangan dengan maksud aslinya. Melalui konteks pemberitaan “Cerita Olimpiade Indonesia”, ketujuh informan dalam kategori *Oppositional* sepakat menentang penggunaan istilah medali ‘*giveaway*’ pertama yang disematkan dalam berita prestasi atlet Gregoria Mariska Tunjung. Karena, penggunaan istilah tersebut dinilai tidak menghargai perjuangan atlet. Serta penggunaan istilah tersebut memberikan kesan bahwa medali perunggu yang diraihnya didapatkan secara cuma-cuma tanpa melihat perjuangannya pada babak sebelumnya.

Sehingga, informan secara sepakat mengkritik dan menanggapi pesan media yang disampaikan oleh Metro TV. Dikarenakan, penggunaan istilah tersebut dinilai kurang akurat. Yang berujung pada, khalayak kehilangan hormat dan kepercayaan terhadap media. Dan informan, menyuarakan agar media dapat membuat berita tanpa menggunakan istilah atau *framing* yang kurang tepat, seperti ‘*giveaway*’ dalam pemberitaan terkait dengan prestasi dan dapat lebih berhati-hati terhadap pemilihan kata yang digunakan. Pernyataan ini didasari oleh teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall, mengenal kategorisasi khalayak yang disebut dengan *The Three Hypothetical Position* yang telah mengalami proses *encoding-decoding* sebuah pesan yaitu *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa narasi pemberitaan medali ‘*giveaway*’ Gregoria Mariska Tunjung di Metro TV, menimbulkan berbagai pemaknaan dari khalayak. Mulai dari penerimaan (*Dominant-*

Hegemonic), negosiasi (*Negotiated*), hingga penolakan (*Oppositional*). Dimana, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1 informan berada pada *Dominant-Hegemonic Position*. Yang menerima pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator massa. 2 informan yang berada pada *Negotiated Position*. Yang menerima sebagian pesan, dan menyampaikan kembali berdasarkan perspektif individu. Dan 7 informan berada pada *Oppositional Position*. Yang menolak sepenuhnya pesan yang disampaikan oleh komunikator massa. Sebab, menganggap penggunaan istilah ‘giveaway’ yang digunakan kurang menghormati perjuangan atlet.

Sehingga, melalui penelitian ini, menunjukkan pentingnya penggunaan narasi oleh media massa berbasis nasional seperti, Metro TV. Dalam membentuk *framing* yang tepat dalam konteks pemberitaan. Oleh karena itu, narasi ini membuktikan bahwa *framing* media memiliki dampak besar dalam membentuk dan mempengaruhi opini publik terhadap isu-isu yang diberitakan. Serta, menggambarkan bahwa khalayak dalam menerima informasi tidak semata-mata bersifat pasif. Namun, aktif memaknai dan memberikan pendapatnya terhadap pesan massa yang disampaikan oleh komunikator massa.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Agustini, Grashinta, A., Putra, S., & Sukarman, S. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Anisa, A. R., & Winduwati, S. (2021). Pemaknaan Body Positivity dalam Film Imperfect Pada Kalangan Remaja di Jakarta. *Koneksi*, 5(2), 427. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10421>
- Anwar¹, K., Megantari², K., Lestari³, N., & Komunikasi, I. (2017). *Analisis Framing Model Robert N. Entman Tentang Berita Kasus Pria Dibakar Hidup-Hidup Di Bekasi Pada Liputan6.Com Edisi 4 Agustus 2017*.
- Fakhri, F., & Juanda, H. (2020). Analisis Foto Jurnalistik Pada Kantor Berita Agence France Presse (AFP) Tentang Penerapan SYARIAT ISLAM DI ACEH TAHUN 2017. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 26(1).
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127–134. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1619>
- Haqiqi, A. H., Wibowo, J. H., & Hakim, L. (2023). Analisis Resepsi Suporter Sepak Bola Pada Mafia Pengaturan Skor Liga Indonesia di Tayangan Mata Najwa Trans 7. *SEMAKOM*, 1(1).
- Heriyanto. (2019). Implementasi Thematic Analysis dalam Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi. *ANUVA*, 3(1), 27–31.

- Nasrullah, M.Si., Dr. R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Rrealitas Virtual Di Media Sosial. *Jurnal Sositologi*, 17(2). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.9>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Utami, N. P. K., & Winduwati, S. (2022). Pemaknaan Khlayak pada Iklan Animasi Gojek Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim. *Prologia*, 6(1), 121. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10332>
- West, Richard & Turner, L. H. (2017). Pengantar Teori Komunikasi. In *I.*