

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi komunikasi telah mengakibatkan transformasi signifikan dalam aspek sosial kehidupan manusia. Perkembangan perangkat komunikasi seperti ponsel pintar dan aplikasi yang mendukung interaksi dua arah telah memberikan kontribusi besar dalam memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi di antara individu. Pada era revolusi industri 4.0, pesan-pesan komunikasi sekarang tersebar di beragam platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan sejumlah aplikasi lainnya. Menurut data dari katadata.co.id, penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2022 mencapai sekitar 25,3 juta pengguna, mencerminkan peningkatan sebesar 30% dari tahun 2017. Ini mengindikasikan bahwa kebutuhan untuk ekspresi diri dan berbagi perasaan di platform-platform media sosial telah meningkat dan semakin dihargai oleh masyarakat pengguna.

Pesan yang disampaikan di platform media sosial kini lebih beragam daripada sekedar teks status, melainkan juga mencakup berbagai bentuk komunikasi seperti video singkat dan konten podcast. Di Indonesia, podcast telah meraih popularitas yang signifikan di antara pendengarnya. Berdasarkan Spotify Wrapped 2022, jumlah pendengar podcast secara global mencapai 456 juta, dan Indonesia menonjol sebagai negara dengan jumlah pendengar podcast terbanyak di Asia Tenggara, di antara 183 negara yang tercatat. Podcast dapat diakses melalui berbagai aplikasi, termasuk YouTube, Spotify, Instagram, serta berbagai platform lainnya. Berbeda dengan platform podcast lainnya, podcast Instagram memiliki sedikit iklan yang mengganggu, dan video singkat atau podcast dapat dengan mudah dibagikan melalui fitur Instastory atau tautan yang ditempatkan di biografi Instagram, memungkinkan pengikut untuk menikmati kontennya dengan lebih mudah<sup>1</sup>.

Generasi muda saat ini dapat menjadi penentu pengguna internet, dikarenakan begitu cepatnya teknologi informasi yang berkembang pada saat ini, usia muda juga dianggap mampu dengan mudah dalam menerima informasi media digital dibanding dengan generasi sebelumnya. Maka dari itu, internet yang sudah menjadi bagian dari media baru

---

<sup>1</sup> Palupi, M. F. T., & Ayodya, B. P. (2023). 'Analisis Resepsi Konten Galau di Instagram @rintiksedu Pada Remaja di Kalimas Baru II Perak Surabaya', *SEMAKOM: SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI*, Vol. 1, No. 2, 876-883.

juga telah menjadi gaya lalu masuk menjadi bagian dari hidup para generasi muda. Pemanfaatan media baru sudah banyak di gandungi oleh lapisan masyarakat Indonesia dan para generasi muda juga sudah dianggap paling jago dalam menggunakan media baru.

Menurut Boyd dan Ellison media sosial merupakan suatu alat yang ada di komputer yang dipergunakan untuk berbagi pikiran, mengkreasikan serta berbagi informasi serta gambar ataupun video yang memerlukan jaringan internet. Terdapat banyak media sosial yang membutuhkan storytelling, misalnya Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, Twitter, serta masih banyak lagi. Instagram merupakan satu dari beberapa media sosial yang populer digunakan penggunanya untuk mengakses informasi dan berkomunikasi dengan user lainnya. Hal ini dapat dilihat dari pengguna Instagram dalam beberapa tahun terakhir ini yang terus bertambah. Dikutip dari databoks, berdasarkan data dari Business of Apps, pada kuartal I 2022 pengguna Instagram diseluruh dunia telah mencapai 1,96 miliar orang. Pengguna Instagram pada kuartal I 2022 meningkat sebanyak 1,67 persen. Jika, dibandingkan dengan kuartal I 2021, pengguna Instagram pada kuartal tersebut meningkat mencapai 4,42 persen dalam setahun<sup>2</sup>.

Storytelling dibutuhkan dalam dunia perkontenan pada saat ini. Terdapat manfaat dari adanya storytelling ini. Manfaat dari adanya storytelling di media sosial diantaranya adalah dapat menarik audien dan dapat meningkatkan engagement. Apalagi jika seorang storyteller atau pencerita ini memiliki gaya tersendiri dalam bercerita, dapat dipastikan orang dapat dengan mudah mengenalinya.

Saat ini diluar sana terdapat banyak yang merupakan seorang penulis yang memposting cerita berupa tulisan di media sosial. Banyak diantaranya yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan tulisan yang telah mereka buat. Dalam proses pembuatan cerita yang nantinya akan diposting, setiap penulis sebelumnya pasti akan memperhatikan kepenulisannya dalam membuat cerita agar menarik perhatian para pembacanya<sup>3</sup>.

Instagram telah menjadi pemicu dari fenomena yang sangat umum saat ini, yaitu munculnya selebriti Instagram atau yang sering dikenal dengan istilah selebgram. Para selebgram ini biasanya membuat konten dengan beragam topik didalamnya. Orang-orang

---

<sup>2</sup> Rizaty, M. A. (2022). Bertambah Lagi, Ini Jumlah Pengguna Instagram per Kuartal I 2022, diakses 12 Oktober 2023, <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/17/bertambah-lagi-ini-jumlahpengguna-instagram-per-kuartal-i-2022>>

<sup>3</sup> Yolanda, Y., Parto, P., & Rijadi, A. (2022). Industri Kepenulisan Independen: Pengenalan dan Pendampingan pada Siswa SMP IT Bina Insan Cemerlang Bondowoso. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, vol. 4(6), 3383-3395.

yang membuat konten ini sering disebut juga dengan istilah content creator. Kemunculan selebriti di media sosial sudah dimulai sejak awal millennium baru, sebagian besar dari mereka merupakan Gen Z, dan internet merupakan tempat untuk menjalin interaksi.

Penelitian ini memegang peranan penting dalam memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana pengguna media sosial, khususnya Instagram, merespon dan memberi makna pada konten storytelling. Dengan menguraikan latar belakang, terungkap bahwa evolusi teknologi telah menciptakan transformasi yang signifikan dalam pola komunikasi dan interaksi sosial. Oleh karena itu, pemahaman mengenai cara audien merespon dan memberi makna pesan dalam konten storytelling di media sosial menjadi krusial untuk memahami dinamika komunikasi di era digital.

Manfaat penelitian ini tidak hanya terbatas pada lingkup akademis, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pemasar, content creator, dan individu yang berkecimpung dalam dunia digital. Temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan dalam membangun hubungan dengan audien online. Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai respons audien terhadap storytelling di media sosial, pelaku industri dapat lebih baik memahami cara berkomunikasi dan berinteraksi secara optimal di era digital ini.

Kehadiran podcast Rintik Sedu bermula dari minatnya dalam menulis kata-kata, di mana ia secara aktif menggambarkan berbagai kisah yang kemudian diadaptasi ke dalam format audio di platform Spotify (layanan streaming musik dan podcast). Episode perdana berjudul "Titik Temu" dan bertema monolog podcast. Menurut data yang diperoleh dari Spotify Wrapped 2020-2022, podcast Rintik Sedu secara konsisten menduduki peringkat teratas di Indonesia selama beberapa tahun berturut-turut. Pada tahun 2020, jumlah pendengar mencapai 6,7 juta kali, dengan jumlah pengikut mencapai 270,283. Pada bulan Desember 2022, Leisure Musik mengumumkan bahwa episode podcast Rintik Sedu meraih peringkat #1 atau posisi puncak di tangga Spotify selama total 303 hari di tahun 2022<sup>4</sup>. Pada tahun ini, jumlah pengikut podcast Rintik Sedu meningkat menjadi 939,370, hal ini disebabkan oleh relevansi konten pembahasan yang diangkat oleh Rintik Sedu dan kesesuaian dengan permasalahan yang umum dihadapi oleh generasi Z.

---

<sup>4</sup> Pamungkas, P. (2022). Spotify Wrapped 2022: Rintik Sedu Duduki Kembali Posisi Podcast Teratas Indonesia, Beruntun 3 Tahun, Tribun News, diakses pada tanggal 11 Januari 2024, <<https://www.tribunnewswiki.com/2022/12/02/spotify-wrapped-2022-rintik-sedu-duduki-kembali-posisi-podcast-teratas-indonesia-beruntun-3-tahun>>

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti Bagaimana Analisis Resepsi Audien Terhadap Konten StoryTelling Nadhifa Allya Tsana Pada Podcast Rintik Sendu di Media Sosial Instagram.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Mengacu kepada latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Resepsi Audien Terhadap Konten *StoryTelling* Nadhifa Allya Tsana Pada Podcast Rintik Sendu di Media Sosial Instagram?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, sejumlah tujuan telah diidentifikasi dan diinginkan oleh peneliti, diantaranya:

1. Untuk menganalisis Resepsi Audien Terhadap Konten *StoryTelling* Nadhifa Allya Tsana Pada Podcast Rintik Sendu di Media Sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana audien menafsirkan dan merespons konten *storytelling* Nadhifa Allya Tsana pada podcast Rintik Sedu di media sosial Instagram.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Manfaat Teoritik**

Menjadi sarana informasi dan juga referensi dalam menambah perkembangan dari bidang kajian Ilmu Komunikasi, khususnya bagi para peneliti selanjutnya yang nantinya juga ingin dan tertarik dalam meneliti studi audien serta mengkaji suatu *storytelling*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan nantinya akan dapat memberi kontribusi kepada masyarakat, terutama yang sedang menempuh pendidikan dalam mendalami penerimaan audien (khalayak) terhadap *storytelling* dalam konten Instagram Rintik Sedu.

## **1.5 METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait rumusan masalah tentang bagaimana resepsi audien terhadap konten *storytelling* Nadhifa Allya Tsana pada podcast Rintik Sendu di Media Sosial Instagram, menggunakan metode penelitian kualitatif khususnya metode

analisis resepsi audien. Analisis resepsi audien adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari bagaimana audien menafsirkan dan merespons suatu pesan atau konten. Dalam metode ini, audien dianggap sebagai produsen makna yang aktif dalam memaknai pesan media berdasarkan pengalaman hidup dan konteks sosial. Proses analisis resepsi audien meliputi tiga tahap, yaitu pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi data. Penelitian mengadopsi metode kualitatif karena bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam suatu fenomena dengan mengumpulkan data yang mendalam, dan mengedepankan pentingnya dalam menganalisis data secara komprehensif.

Selain Analisa resepsi, terdapat sub yang menjadi bagian dari metode penelitian yang peneliti lakukan, diantaranya:

#### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis sebagai acuan, yang melihat realitas dalam konteks kehidupan sosial sebagai bukan sesuatu yang eksis secara alami, melainkan terbentuk melalui konstruksi. Dalam analisis paradigma konstruktivis, perhatian utama adalah bagaimana suatu peristiwa atau realitas dibentuk dan dikonstruksi. Dalam penelitian kualitatif yang berlandaskan paradigma konstruktivisme, pengetahuan tidak hanya dipandang sebagai hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga sebagai hasil konstruksi pemikiran subjek yang sedang diteliti. Pendekatan ini menekankan bahwa pemahaman manusia terhadap realitas sosial lebih berfokus pada subjek daripada objek, yang artinya ilmu pengetahuan bukan hanya hasil pengalaman semata, melainkan juga merupakan hasil konstruksi berdasarkan pemikiran individu. Paradigma ini dipilih karena tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana audien menginterpretasikan pesan dari konten *storytelling*, dalam kasus ini mengenai resepsi audien terhadap konten *storytelling* pada podcast Rintik Sedu di Instagram.

#### 1.5.2 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu melalui pendekatan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk memahami interaksi yang kompleks antara individu dengan baik<sup>5</sup>. Data yang diperoleh dalam penelitian deskriptif terdiri dari kata-kata dan gambar, yang nantinya akan dipresentasikan dalam bentuk tulisan atau kutipan-kutipan untuk memberikan gambaran yang lengkap. Dalam proses penelitian ini, tidak ada upaya

---

<sup>5</sup> Strauss, A., & Corbin, J. (2003). Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

untuk mencari, menjelaskan, atau menguji hipotesis atau prediksi tertentu; sebaliknya, penelitian ini berfokus pada pengumpulan data dan penyajian deskripsi sesuai dengan kenyataan yang ditemukan. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif dengan jenis analisis resepsi, karena peneliti akan menganalisis respon para khalayak yang telah melihat dan menonton konten storytelling Nadhifa Allya Tsana (Rintik Sedu).

### 1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah audien yang telah menonton atau mendengarkan podcast Rintik Sedu di media sosial Instagram. Audien yang dipilih dapat berasal dari berbagai latar belakang dan usia, sehingga dapat memberikan variasi dalam pandangan, sikap, dan perilaku terhadap konten storytelling Nadhifa Allya Tsana pada podcast Rintik Sedu di media sosial Instagram. Penetapan kategori tersebut bertujuan agar mendapatkan pemaknaan dari beragam latar belakang dan pengalaman informan. Jumlah informan dalam penelitian ini 5 orang karena cukup mewakili dari kategori-kategori yang ditentukan. Kriteria informan yang dibutuhkan adalah:

1. Laki-laki atau Perempuan
2. Pengguna Instagram aktif
3. Memfollow akun Instagram Rintik Sedu
4. Pernah setidaknya satu kali memberi like maupun komentar pada konten *storytelling* Rintik Sedu
5. Penggemar konten *storytelling* Rintik Sedu
6. Usia 18-29 tahun

Emerging adulthood adalah fase kehidupan yang dimulai setelah masa remaja awal, yaitu sekitar 18 tahun, dan berlangsung hingga masuk ke usia dewasa yang lebih stabil. Ini adalah periode yang ditandai oleh peristiwa-peristiwa yang berada di antara masa remaja dan dewasa muda. Dengan kata lain, ini adalah fase ketika seseorang bukan lagi di masa remaja, tetapi juga belum sepenuhnya dalam fase dewasa, biasanya terjadi antara usia 18-29 tahun<sup>6</sup>. Pemilihan narasumber yang berdasarkan kriteria tersebut berarti nantinya akan mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.

---

<sup>6</sup> Permana, M. Z., & Astuti, M. F. (2021). 'Gambaran kesepian pada emerging adulthood', *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, vol. 16(2), 133-142.

#### 1.5.4 Objek Penelitian

Tsana merupakan seorang penulis yang sudah cukup terkenal. Terdapat bukunya yang berhasil menjadi best seller dan diangkat menjadi film. Ia juga membuat tulisan yang dikemas dengan menarik dan di unggah melalui media sosial Instagram. Konten storytelling pada Instagram @rintiksedu selama bulan Maret 2023 dan Mei 2023 dipilih oleh penulis sebagai objek dalam penelitian ini. Objek dipilih berdasarkan postingan storytelling dengan jumlah rata-rata likes terbanyak sepanjang tahun 2023 (per-2 Maret 2023) dengan 8 postingan konten storytelling.

### 1.6 JENIS DATA

Dalam proses pengumpulan data, terdapat dua jenis utama didalamnya. Yakni pengumpulan data primer yang melibatkan wawancara dan pengumpulan data sekunder, yang menggunakan studi dokumen sebagai sumber informasi tambahan.

#### 1.6.1 Data Primer

Data Primer yang dipilih untuk penelitian kualitatif "Analisis Resepsi Audien terhadap Konten Storytelling Nadhifa Allya Tsana pada Podcast Rintik Sedu di Media Sosial Instagram" adalah wawancara dengan audien podcast Rintik Sedu yang menjadi subjek penelitian, observasi perilaku dan interaksi audien dalam mengonsumsi konten podcast Rintik Sedu, dan dokumentasi dari catatan, foto, dan video yang berkaitan dengan konten podcast Rintik Sedu.

#### 1.6.2 Data Sekunder

Sementara itu, data sekunder yang dipilih untuk penelitian kualitatif ini yakni mengumpulkan data jumlah likes dan comments pada setiap postingan konten storytelling Rintik Sedu di Instagram dalam periode bulan Maret 2023 dan Mei 2023. Hal ini dapat memberikan gambaran tentang seberapa interaktif dan mendapat tanggapan positif dari audiens. Kemudian peneliti juga akan memonitor partisipasi pengguna dalam diskusi atau thread terkait konten storytelling Rintik Sedu di forum atau grup online terkait.

### 1.7 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan tiga metode utama untuk mengumpulkan data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Dengan pendekatan mendalam dan intensif, metode wawancara mendalam melibatkan aktifnya peneliti dalam kehidupan informan, memungkinkan pemahaman mendalam tentang bagaimana informan memaknai pesan media melalui proses decoding. Selama wawancara, seluruh percakapan direkam menggunakan ponsel, dan hasilnya berupa kata-kata atau teks yang membentuk deskripsi

terkait dengan permasalahan penelitian. Observasi adalah langkah penting untuk merinci dan memvalidasi informasi, memungkinkan peneliti secara langsung mengamati perilaku, interaksi, dan situasi dalam konteks penelitian. Terlibat secara aktif dalam lingkungan informan, peneliti dapat menangkap nuansa dan konteks yang mungkin terlewatkan dalam wawancara. Dokumentasi, berupa catatan tertulis, dokumen, atau rekaman lainnya, juga menjadi komponen integral dalam mengumpulkan data dan mendukung temuan yang muncul. Kombinasi ketiga teknik ini menciptakan landasan metodologis yang kuat, menjamin ketelitian dan kevalidan data dalam penelitian ini.

## 1.8 TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menganalisis resepsi audien terhadap Konten *Storytelling* Nadhifa Allya Tsana pada Podcast Rintik Sedu di Media Sosial Instagram. Pada penelitian ini, tahap yang penulis lakukan adalah membuat outline, membuat proposal penelitian, menentukan objek penelitian, menentukan kriteria narasumber, menentukan waktu dan tempat wawancara, mengumpulkan data, mengelompokkan data berdasarkan teori yang dipakai, mengolah data dengan menerapkan teknik analisis data yang mengikuti model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap yang ditutup dengan penarikan kesimpulan<sup>7</sup>.

### a. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan dari lapangan melibatkan sejumlah besar informasi, sehingga penting untuk mencatatnya dengan cermat dan secara terperinci. Proses reduksi data ini melibatkan rangkuman, pemilihan poin-poin kunci, pemfokusan pada elemen-elemen yang memiliki signifikansi, serta identifikasi tema dan pola tertentu. Dalam tahap ini, penulis melakukan upaya ekstra untuk menemukan data yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dan valid.

### b. Penyajian Data

Penyajian data merujuk pada pengorganisasian informasi menjadi satu rangkaian yang memungkinkan untuk mengambil kesimpulan dan tindakan yang diperlukan. Data disajikan dalam bentuk ringkasan, grafik, hubungan antar kategori, dan format serupa. Melalui cara ini, penyajian data membantu penulis untuk lebih memahami situasi yang sedang dihadapi dan merencanakan langkah-langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.

### c. Penarikan Kesimpulan

---

<sup>7</sup> Asipi, L. S., Rosalina, U., & Nopiyadi, D. (2022). "The analysis of reading habits using Miles and Huberman interactive model to empower students' literacy at IPB Cirebon". *International Journal of Education and Humanities*, vol. 2(3), 117-125.

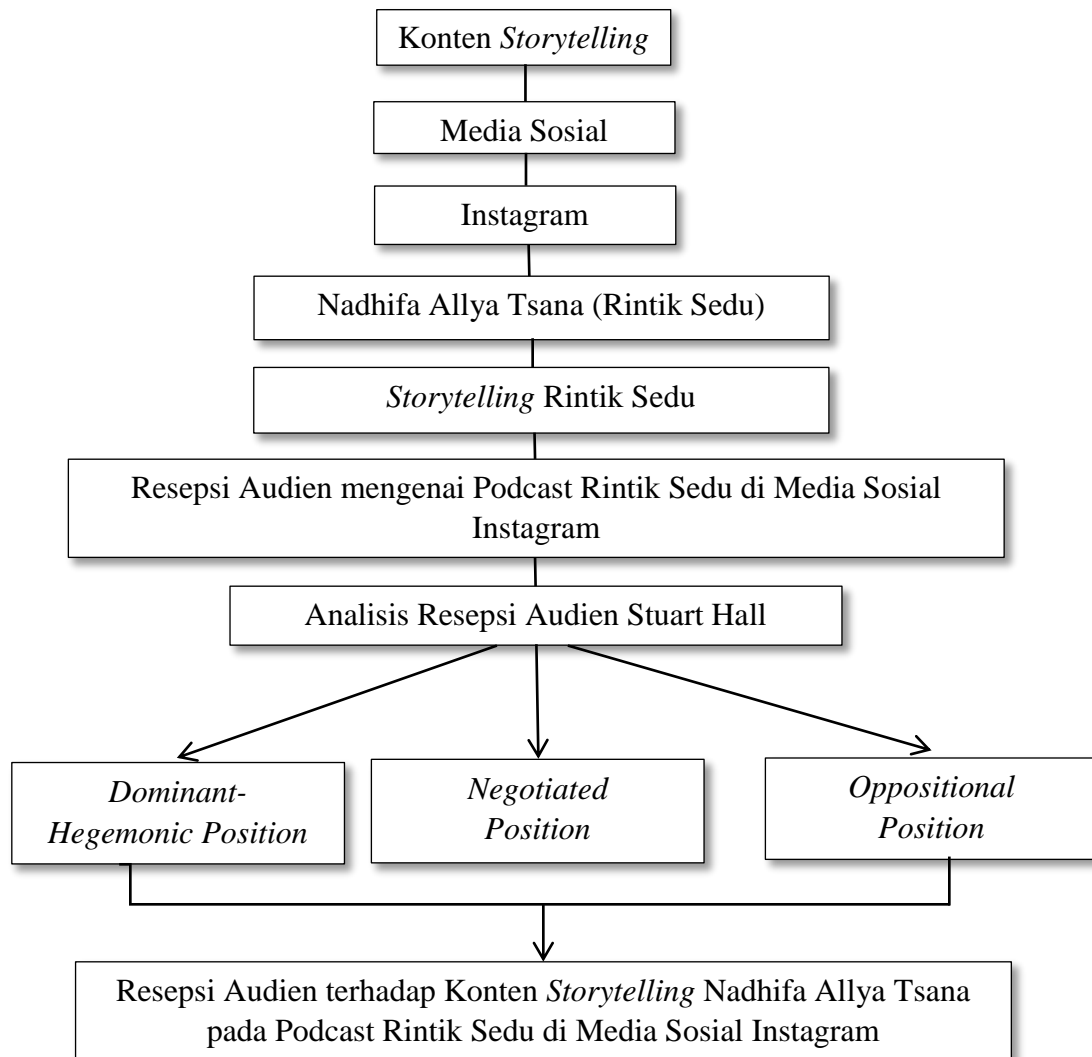


Kesimpulan mencakup penemuan-penemuan yang sebelumnya belum pernah terungkap. Penemuan tersebut dapat berupa deskripsi atau penjelasan tentang suatu objek yang sebelumnya mungkin belum begitu dimengerti atau masih samar, tetapi setelah dilakukan penelitian, menjadi lebih terang dan jelas.

## 1.9 KERANGKA KONSEP PENELITIAN, DEFINISI KONSEP, DAN OPERASIONAL KONSEP

### 1.9.1 Kerangka Konsep Penelitian

Judul penelitian ini adalah “Analisis Resepsi Audien terhadap Konten *Storytelling* Nadhifa Allya Tsana pada Podcast Rintik Sedu di Media Sosial Instagram”. Berikut adalah kerangka pikir dalam menjelaskan proses penelitian ini:



Bagan 1. Kerangka Konsep Penelitian  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)

### 1.9.2 Definisi Konsep

Definisi konseptual adalah komponen penelitian yang menguraikan karakteristik dari masalah yang menjadi fokus penelitian. Ini mencakup batasan yang diberikan oleh peneliti terhadap makna dan cakupan variabel-variabel atau konsep yang akan diukur, diteliti, dan informasinya dihimpun<sup>8</sup>.

Untuk mengetahui penerimaan khalayak terhadap konten *storytelling* yang disampaikan oleh akun Instagram @rintiksedu, maka peneliti menggunakan metode analisis resepsi. Definisi konsep dalam penelitian analisis resepsi audien terhadap konten *storytelling* Nadhifa Allya Tsana adalah *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*<sup>9</sup>.

#### 1. *Dominant position*

Posisi ini menggambarkan penerimaan audien terhadap wacana yang ditawarkan oleh si pembuat program. Yakni audien menerima dan menyukai pesan yang disampaikan melalui konten *storytelling* Rintik Sedu.

#### 2. *Negotiated position*

Pesan dan wacana yang dibuat oleh pembuat program disampaikan kepada audien, namun audien terlebih dahulu melibatkan diri dalam proses wacana untuk menilai dan menguji makna serta pesan yang disajikan. Audien menerima pesan namun menolak penerapan pada kasus-kasus tertentu.

#### 3. *Oppositional position*

Ketika audien tidak sejalan dengan makna dan wacana yang disampaikan oleh pembuat program. Yakni ketika audien menolak makna dan mengubah pesan yang disampaikan oleh Rintik Sedu berdasarkan cara berpikir mereka sendiri.

### 1.9.3 Operasionalisasi konsep

Agar konsep data diteliti secara empiris, maka konsep tersebut harus dioperasionalisasikan dengan cara mengubahnya menjadi variabel atau sesuatu yang mempunyai nilai. Adapun definisi operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.9.3  
Operasionalisasi Konsep

---

<sup>8</sup> Sutanto, O. (2017). 'Representasi Feminisme Dalam Film "Spy"'. *Jurnal e-komunikasi*, vol. 5(1), 6.

<sup>9</sup> Hall, S. (2014). 'Encoding and decoding the message'. *The discourse studies reader: Main currents in theory and analysis*, 1-121.

Definisi Konsep	Operasionalisasi Konsep
<i>Dominant position</i>	<p>Dalam <i>dominant position</i>, audien menerima pesan media dengan cara yang sesuai dengan niat pembuat pesan atau makna yang terkandung dalam pesan tersebut. Dalam konteks ini Rintik Sedu ingin menyampaikan pesan melalui konten <i>storytelling</i>. Sebagian besar audien menerima pesan tersebut secara tepat sesuai dengan niat Rintik Sedu. Mereka melihat konten tersebut dan merasa <i>relate</i> dengan konten Rintik Sedu. Sehingga mereka mungkin tertarik untuk memberi <i>like</i> serta komentar positif pada postingannya.</p>
<i>Negotiated position</i>	<p>Dalam <i>negotiated position</i>, audien tidak menerima pesan media dengan cara yang sepenuhnya sesuai dengan niat pembuat pesan yakni Rintik Sedu. Namun mereka juga tidak mengambil posisi yang sepenuhnya berlawanan (seperti <i>oppositional position</i>). Mereka cenderung mengadaptasi pesan tersebut sesuai dengan pengalaman, nilai-nilai, atau pandangan mereka sendiri. Contohnya ketika Rintik Sedu memposting konten <i>storytelling</i> mengenai <i>move on</i> dari mantan butuh waktu 3 tahun untuk benar-benar lepas. Beberapa penonton mungkin tidak sepenuhnya menerima pesan bahwa mereka juga <i>move on</i> dalam kurun waktu yang sama. Mereka mengadaptasi pesan tersebut dengan cara yang sesuai dengan situasi dan kebutuhan mereka sendiri. Misalnya, seorang audien mungkin merasa terinspirasi untuk mulai bisa <i>move on</i> lebih cepat dari apa yang disampaikan dalam konten <i>storytelling</i> tersebut. Dalam contoh ini, audien yang mengambil <i>negotiated position</i> tidak menolak pesan utama konten, yaitu tentang <i>move on</i> yang butuh</p>

	<p>waktu 3 tahun untuk benar-benar lepas, namun mereka mengadaptasinya sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka sendiri.</p>
<p><i>Oppositional position</i></p>	<p>Dalam posisi ini, audien menolak pesan yang disampaikan oleh pembuat konten, yakni Rintik Sedu. Dan menginterpretasikannya dengan cara yang berlawanan dengan pesan asli. Contohnya Ketika Rintik Sedu membuat konten <i>storytelling</i> mengenai harus <i>ngeblock</i> nomor mantan untuk menjaga ketenangan hati. Tujuan dari Rintik Sedu untuk <i>influence</i> audien agar meminimalisir perasaan tak tenang setelah putus. Beberapa audien yang menonton konten tersebut tidak menerima pesan yang disampaikan oleh Rintik Sedu. Mereka justru mengambil posisi yang berlawanan, yaitu menyadari bahwa tidak perlu memblokir nomor mantan karena tetap harus menjaga komunikasi yang baik dengan mantan. Penonton ini mungkin berpikir bahwa konten tersebut mencoba memanipulasi audien dengan gambaran yang tidak akurat mengenai tindakan yang harus dilakukan terhadap mantan.</p>