

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap kata memiliki makna yang diperkuat oleh nada suara dan bahasa tubuh saat diucapkan, serta tanda baca dalam tulisan. Kata-kata mengungkapkan pikiran dan perasaan, seperti motivasi, belas kasihan, kemarahan, atau instruksi. Kombinasi ini membentuk "Gaya Komunikasi,"¹ yang esensial dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan bermakna. Pada setiap individu pasti memiliki gaya komunikasinya masing-masing, terlebih orang-orang yang tersorot oleh khalayak seperti influencer dan tokoh publik.

Gaya komunikasi yang menarik dan relevan oleh influencer dapat meningkatkan keterlibatan khalayak, karena pesan yang disampaikan dengan cara yang sesuai dengan keinginan khalayak lebih mungkin untuk menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi yang lebih aktif. Hal ini bisaterlihat dari tingginya jumlah komentar, likes, dan shares yang diterima oleh influencer pada sosial media. Dengan hadirnya media sosial, komunikasi menjadi lebih interaktif dan dua arah. Pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi, memberikan umpan balik, dan menciptakan konten mereka sendiri. Media sosial memainkan peran besar dalam membentuk opini publik, dan menciptakan tren sosial. Oleh karena itu, memahami dinamika komunikasi di media sosial dapat membantu berbagai pihak.²

¹ Liliwari, Alo, 2017, Komunikasi: Serba Ada Serba Makna, Kencana, Jakarta, hal 803. Dikutip pada 09/06/2024
² Nugroho, Catur, 2020, Cyber Society Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi, Edn 1, Kencana, Jakarta, hal 62. Dikutip pada 27/5/20

Era digital telah mengubah lanskap media sosial secara drastis, yang setiap konten memiliki targetnya sendiri-sendiri, mencerminkan keberagaman minat dan kebutuhan dari pengguna media sosial yang semakin kompleks. Di mana salah satu tren konten yang kini sedang meroket adalah yang berkaitan dengan motivasi. Karena generasi saat ini, yang sering dijuluki sebagai Generasi Milenial dan Z, semakin sadar akan pentingnya kondisi mental di tengah tekanan dan stres modern. Mereka mencari konten yang dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana mengatasi kecemasan, meningkatkan kesejahteraan mental, dan menemukan motivasi dalam hidup untuk berinteraksi dengan teknologi modern. Konten-konten tersebut tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai sumber inspirasi dan motivasi..

Menurut Mahmudah dan Muthia, konten merupakan berbagai macam yang tersaji melalui media, khususnya media baru berupa format dan informasi tulisan, gambar, suara (audio) atau video. Istilah penyebutan konten video menjadi populer belakangan ini, banyak memuat mengenai hiburan, politik, sosial, berita hingga motivasi. Salah satunya konten video Merry Riana mempunyai ciri khas yang membedakan dengan konten video yang lain. Perbedaan yang dimaksud terdapat pada sajian konten video yang diunggah secara menarik, salah satunya disajikan dengan membuat eksperimen menggunakan sebuah benda, kisah inspiratif fabel, kisah inspiratif orang yang sudah sukses dan kisah hidup Merry Riana di masa sulit dengan mengambil hal-hal positif yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya bahasa merupakan cara untuk mengungkapkan ide melalui karakter bahasa khas yang menunjukkan jiwa kepribadian seorang penulis. Ciri khas diksi yang digunakan oleh Merry Riana dengan motivator lain terdapat pada penggunaan diksi kata sapaan, jika motivator lain menggunakan satu ragam jenis yang sama. Merry Riana menggunakan dua ragam formal dan informal. Ragam formal dan informal dipilih karena tuturan dalam motivasi disampaikan tidak langsung berhadapan dengan penonton hanya melalui video. Hal tersebut, bertujuan agar motivasi yang disampaikan dapat membangun rasa keakraban dengan penonton konten video sehingga motivasi yang disampaikan dapat dipahami oleh penonton dari berbagai kalangan remaja sampai dewasa. Gaya bahasa yang paling banyak digunakan adalah gaya bahasa kilmaks, bertujuan untuk memperoleh efek penekanan dalam menegaskan tuturan motivasi yang disampaikan kepada penonton, sehingga tujuan dari motivasi dapat dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sekian banyak konten motivasi yang membangun, Merry Riana adalah salah satu dari seorang motivator Indonesia yang dikenal karena buku "Merry

Riana: *Mimpi Sejuta Dollar*",³ yang dijadikan film dan banyak memotivasi dan telah mengukir citra yang khas dan mudah dikenali di mata publik. Dengan kesan sederhana, kerja keras, dan santai, dia telah menjadi sosok yang sangat menginspirasi banyak orang. Bagi Merry Riana, menjadi seorang motivator bukan hanya tentang memberikan nasihat dan semangat kepada orang lain, tetapi juga tentang membangun komunikasi yang jelas dan membangun interaksi yang kuat dengan khalayak. Pendekatan yang sederhana dan santai dalam berkomunikasi membuatnya mudah diakses dan diterima oleh berbagai kalangan. Dengan kemampuannya untuk berbagi cerita dan pengalaman pribadi secara khas, dia berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan para pendengarnya, memotivasi mereka untuk mencapai potensi terbaik mereka.

Karena kemajuan teknologi yang terus berkembang Merry Riana tidak hanya mengandalkan platform YouTube untuk menyebarkan kontennya tetapi dengan beberapa media sosial seperti X, Facebook, Instagram dan TikTok, akun media sosial tersebut mungkin dimulai sebagai ekstensi dari pengaruh dan popularitasnya sebagai seorang motivator dan penulis terkenal di Indonesia. Diketahui TikTok telah menjadi platform yang sangat populer untuk berbagi konten pendek yang mencakup berbagai topik, termasuk motivasi dan inspirasi.

³Alberthiene Endah, 2022, '*Merry Riana: Mimpi Sejuta Dolar (Novel)*', <[https://id.wikipedia.org/wiki/Merry_Riana:_Mimpi_Sejuta_Dolar_\(novel\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Merry_Riana:_Mimpi_Sejuta_Dolar_(novel))>. Diakses melalui Wikipedia pada 14/06/2024

Merry Riana mulai menggunakan platform TikTok semenjak awal tahun 2020,³ untuk menyebarkan pesan-pesannya tentang kesuksesan, motivasi, dan kiat-kiat untuk mencapai tujuan. Merry Riana juga membagikan cuplikan dari pidatonya, kutipan inspiratif, atau bahkan cerita-cerita singkat tentang pengalaman pribadinya yang dapat memberikan motivasi kepada penontonnya pada akun TikTok @merryriana yang rata-rata pengikutnya adalah generasi millennial dan generasi z yang merupakan pengguna media sosial terbanyak menurut berbagai sumber. Generasi millennial dan generasi z yang di maksud yang menjadi fenomena di kalangan berbagai kelompok usia yang merupakan kelompok kelahiran antara 1997 dan 2010-an.⁴ Dan pada saat ini jumlah pengikut Merry Riana di akunTikTok @merryriana mencapai 2,5 juta *followers* serta mendapat 33,3 juta *likes* video dari pengguna TikTok yang menonton videonya.

Oleh karena itu, resepsi audiens pada akun TikTok @merryriana sangat penting pada keberhasilan komunikasi dan penyebaran pesan serta maknayang disampaikan. Merry Riana, seorang motivator terkenal, menggunakan platform ini untuk menyampaikan pesan motivasi dan inspirasi. Resepsi yang baik dari audiens, seperti tanggapan positif, komentar, dan berbagi konten, meningkatkan jangkauan dan dampak pesannya. Ini membantu dalam membangun komunitas yang lebih besar, memperluas pengaruhnya, dan memperkuat kehadirannya di media sosial. Interaksi aktif dari audiens juga memberikan umpan balik berharga yang dapat digunakan untuk meningkatkan konten di masa depan

³ Merry Riana Group, 2022, 'Merry Riana', *Website* <<https://merryriana.com/>

⁴https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrOuzcYr0VnGjYAvTpXNyoA;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzYEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1733829657/RO=10/RU=https%3a%2f%2fmedium.com%2fthe-spectrum-talks%2fmerry-riana-entrepreneur-educator-influencer-7b5bba9a34c/RK=2/RS=uu6tYHExx6fdIDqHY26P5GLCP84-

Pada penelitian ini lebih menekankan terkait analisis resepsi khalayak untuk melihat gaya komunikasi Merry Riana di akun TikTok @merryriana, yang dapat memberikan wawasan tentang bagaimana elemen-elemen ini berkontribusi terhadap resepsi dan respon audiens. Penelitian ini berfokus pada pemahaman tentang bagaimana gaya komunikasi Merry Riana di TikTok diterima oleh audiensnya. Dengan mengkaji resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara berkomunikasi yang efektif di media sosial, serta bagaimana figur publik dapat memanfaatkan platform TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan yang inspiratif dan bermakna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni “Bagaimana resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi akun tiktok @merryriana ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas maka tujuan penelitian ini yakni Untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi akun tiktok @merryriana.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian tentang resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi akun TikTok @MerryRiana memiliki berbagai manfaat akademik bagi mahasiswa maupun akademisi. Berikut adalah beberapa manfaat tersebut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan keilmuan dan dijadikan sebagai referensi tambahan pada bidang analisis resepsi dan gaya komunikasi dalam penelitian komunikasi.
2. Penelitian ini memungkinkan mahasiswa ataupun akademisi untuk menerapkan teori-teori komunikasi yang telah dipelajari di kelas ke dalam konteks nyata. Guna membantu memperdalam pemahaman tentang bagaimana teori-teori tersebut beroperasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat membantu praktisi komunikasi memahami gaya komunikasi yang paling efektif di platform TikTok. Dengan wawasan ini, mereka dapat merancang pesan yang lebih menarik dan persuasif sesuai dengan preferensi khalayak, meningkatkan efektivitas kampanye komunikasi mereka.
2. Penelitian ini memberikan wawasan tentang resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi yang berhasil digunakan oleh Merry Riana. Sehingga dapat diterapkan untuk meningkatkan citra dan pengaruh mereka di media sosial untuk menarik lebih banyak pengikut setia.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Pada intinya, penelitian ini bertujuan untuk memprediksi, menemukan, dan memastikan fakta. Harmon mendefinisikan paradigma sebagai metode dasar untuk persepsi, penilaian, pemikiran, dan tindakan yang berkaitan dengan aspek-aspek tertentu dari realitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa paradigma adalah metode

atau cara berpikir dalam penelitian, baik sebelum penelitian dimulai maupun setelah penelitian selesai, untuk menentukan fokus dari penelitian yang sedang dilakukan.⁵

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma interpretatif, yang digunakan untuk menemukan pemaknaan khalayak aktif dalam mendapat dan melihat pesan dari konten media sosial tiktok @merryriana, paradigma ini harus melihat peristiwa atau fenomena secara menyeluruh tidak hanya melihat peristiwa itu saja tanpa melihat sebab dan alasan kejadian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam paradigma ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan yang secara khusus dipilih oleh seorang peneliti untuk menyelesaikan masalah yang mereka teliti atau untuk melakukan penelitian yang telah mereka rencanakan. Ini merupakan suatu bentuk ilmu yang mengarah pada proses mencapai pemahaman yang lebih dalam. Penetapan metode ini harus didasarkan pada pertimbangan yang bertanggung jawab secara ilmiah, serta data yang diperlukan harus diperoleh melalui proses yang teliti dan dapat dipercaya dalam mencapai pemahaman yang benar.⁶

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi yang menitikberatkan pada proses

⁵ Muslim, 2015, *Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, Wahana, hal 77. Dikutip pada 29/5/2024

⁶ Yudin Citriadin, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar*, Mataram, Hal 43. Dikutip Pada 29/5/2024

encoding-decoding oleh khalayak, sehingga memungkinkan untuk melihat melalui lensa persepsi, pemikiran, dan interpretasi mereka. Hasil dari analisis tersebut kemudian diklasifikasikan berdasarkan posisi khalayak terhadap tiga hipotesis Stuart Hall dalam membaca teks atau program acara, yang meliputi posisi dominan (*dominant position*), posisi negosiasi (*negotiated position*), dan posisi oposisional (*oppositional position*).⁷

1.5.3 Subjek/ Objek Penelitian

1) Subjek Penelitian

Subjek dapat dikatakan dengan pokok dari kalimat atau orang yang dipakai untuk bahan uji coba dalam penelitian. Subjek penelitian ini dapat didefinisikan sebagai apapun yang akan diteliti, orang, benda atau lembaga. Oleh sebab itu, subjek dalam penelitian ini adalah apapun yang terkandung dalam objek penelitian. Subjek penelitian ini dengan kriteria yang dibutuhkan sebagai berikut :

- Merupakan Pengikut Akun Tiktok @Merryriana
- Usia Minimal 18-30 Tahun, peneliti mengambil kriteria dalam rentang usia tersebut karena akun TikTok @merryriana banyak membahas terkait isu kehidupan terkait motivasi orang dewasa yang dimana konten tersebut lebih cocok untuk usia 18 tahun keatas.

Subjek dalam penelitian ini meliputi:

⁷ W R Ningrum And R K Siregar, 2021, 'Pemaknaan Khalayak Terkait Gaya Komunikasi Merry Riana Pada Vlog# Indonesiabubar Di Youtube', *Pantarei*. Dikutip Pada 29/5/2024

1. Ester Indah Kasih Napitupulu, Mahasiswa UNIMED Fakultas Bahasa Dan Seni, Kota Medan (22 tahun)
2. Maria Asisia Masi Sengari, Mahasiswa UMBY Fakultas Ilmu Komunikasi, Kota Yogyakarta (22 tahun)
3. Selly Adelia Hutabarat, Mahasiswa UMBY Fakultas Psikologi, Kota Yogyakarta (21 tahun)
4. Anita Pretty Lubis, Mahasiswa UBAYA Fakultas Hukum, Kota Surabaya (21 tahun)
5. Rohani Luneria Siburian, Pekerja, Jakarta Barat(25 tahun)
6. Angga Valentino Sidauruk, Pekerja, Tangerang Selatan (25 tahun)
7. Leo Firnando Sitinjak, Pekerja, Kalimantan Timur (25 tahun)

2) Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu hal yang akan diteliti, dianalisis, dan di riset oleh peneliti. Sebelum memulai riset, peneliti harus terlebih dahulu menentukan objek yang akan diselidiki. Objek penelitian ini bisa berupa peristiwa, hasil wawancara, atau bahkan data dari survei yang relevan dengan topik yang diteliti. Objek penelitian bisa berupa peristiwa, hasil wawancara. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitiannya adalah akun tiktok @merryriana.

1.6 Jenis Data

1.6.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Dalam konteks ini, peneliti mengumpulkan informasi secara langsung menggunakan instrumen yang telah ditetapkan sebelumnya. Data primer ini dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Pengumpulan data primer merupakan bagian integral dari proses penelitian dan seringkali diperlukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan.⁸

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan langsung saat melakukan wawancara dan pengamatan melalui komentar-komentar oleh khalayak pada akun TikTok @merryriana. Data primer ini diperoleh dari narasumber atau pihak yang terkait dalam penelitian.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada data penelitian yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini kemudian dimanfaatkan untuk memperkuat dan mendukung informasi yang diperoleh dari data primer. Sumber data sekunder ini bisa berupa penelitian sebelumnya, buku, atau sumber lain yang relevan.

⁸ Mayang Sari Lubis, 2018, *Metodologi Penelitian*, 1st edn, Deepublish, Yogyakarta, hal 40. Dikutip pada 15/06/2024

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dengan menggunakan kombinasi Teknik, peneliti dapat mengumpulkandata yang mendalam untuk mengevaluasi efektivitas Resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi akun tiktok @merryriana. Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini:⁹

1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara merupakan cara yang banyak di gunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti sehingga metode ini sangat populer. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, yang dimana secara sistematis dan terorganisasi yang di lakukan oleh peneliti secara berhadapan dengan subjek penelitian. Wawancara yang baik dengan terstruktur maupun tidak terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan baik yang sudah menyiapkan pertanyaan yang diajukan secara langsung sesuai alur yang sudah di siapkan peneliti.

Wawancara dalam penelitian ini melibatkan tujuh narasumber yang merupakan pengikut akun TikTok @merryriana. Mereka akan memberikan wawasan terhadap pengaruh dan pesan yang disampaikan oleh Merry Riana melalui platform tersebut. Data yang diperoleh dari wawancara tersebut kemudian dianalisis untuk memahami resepsi para pengikut terhadap konten yang disajikan. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana pesan motivasi dan inspirasi disampaikan dan diterima oleh khalayak.

⁹ Kamila Adnani, 2021, *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif*, Edisi 1, Efudepress, hal 45. Dikutip pada 30/5/2024

2. Observasi

Observasi merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek dan subjek penelitian di lapangan. Dengan mengamati secara langsung, peneliti dapat memperoleh data yang akurat tentang perilaku, interaksi, dan fenomena yang diamati. Observasi dilakukan tanpa memengaruhi atau mengubah situasi yang sedang diamati, sehingga hasil yang diperoleh lebih objektif. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami konteks dan dinamika yang terjadi dalam situasi yang sebenarnya, serta untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang subjek penelitian.

Dalam melakukan observasi tentang resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi konten tiktok @merryriana, peneliti akan secara langsung memperhatikan dan mencatat berbagai aspek yang terkait dengan konten, interaksi, dan gaya komunikasi yang digunakan akun tiktok @merryriana.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah metode yang melibatkan pengamatan dan analisis terhadap berbagai dokumen yang tersedia. Dokumentasi mencakup catatan-catatan tentang peristiwa yang telah terjadi, termasuk tulisan, gambar, rekaman, atau karya-karya penting dari individu. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang sejarah, konteks, dan informasi yang terkandung dalam dokumen-dokumen tersebut.

Dokumentasi dalam resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi konten tiktok @merryriana difokuskan pada aktivitas konten yang dipublikasikan pada akun tersebut seperti komentar dari pengguna TikTok, *likes*, dan *share* hingga dapat meningkatkan algoritma TikTok yang membuat konten menjadi halaman rekomendasi sesuai minat pengguna atau biasa disebut *for your page* (FYP). Hal itu, bertujuan untuk memahami efektifitas konten dalam meningkatkan jumlah pengikut.

1.8 Teknik Analisis Data

Dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif, peneliti dapat menggali wawasan yang mendalam tentang resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi konten tiktok @merryriana. Berikut adalah beberapa teknik analisis data yang digunakan:¹⁰

1. Reduksi data

Reduksi data dimulai dengan tahap penyederhanaan, pengelompokan, dan pembagian data yang penting, yang kemudian diikuti dengan penghapusan data yang tidak relevan. Tujuan utamanya adalah untuk memudahkan proses pengumpulan informasi dan mempermudah penarikan kesimpulan.

Reduksi data yang diambil dalam penelitian ini adalah memulai penyederhanaan pengikut akun tiktok @merryriana. Selain itu, data

¹⁰ Sanasintani, 2020, *Penelitian Kualitatif*, Penerbit Selaras, Malang, hal 38. Dikutip pada 30/5/2024

diambil yaitu preferensi dari beberapa pengikut tiktok @merryriana yang sudah lama maupun baru saja mengikuti.

2. Display data

Penyajian data, yang juga dikenal sebagai display data, melibatkan penyusunan data kualitatif dari proses wawancara dan observasi ke dalam pola agar mudah dipahami untuk penarikan kesimpulan. Melakukan proses wawancara dengan para narasumber, dan observasi pada akun tiktok @merryriana

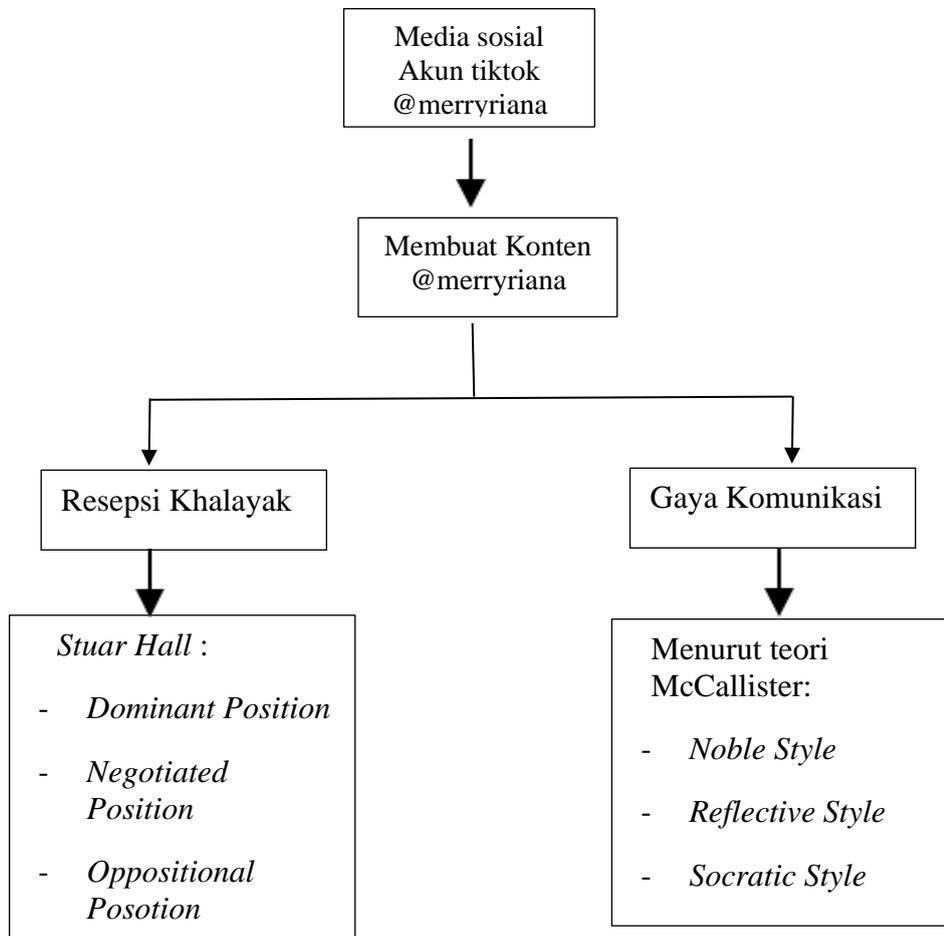
3. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses analisis data yang dilakukan setelah display data. Fokus utamanya adalah untuk mengumpulkan dan menyusun data yang telah direduksi, dengan tujuan menemukan hubungan, kemiripan, serta perbedaan yang signifikan dalam konteks penelitian.

Dapat dikatakan dengan gaya komunikasi konten yang informatif dan menarik, apakah akun tiktok @merryriana dapat berhasil menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



Tabel 1.9. 1
Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

Dalam definisi konsep merupakan penjelasan yang dimaksud dari istilah yang menjelaskan secara operasional untuk mengenai penelitian yang akan di laksanakan. Definisi konsep ini berisi penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian.

1. Resepsi khalayak

Dalam pendekatan ini, persepsi, pemikiran, dan interpretasi khalayak menjadi fokus utama. Melalui pendekatan tersebut, hasil penelitian dapat dikategorikan sesuai dengan posisi yang diambil oleh khalayak, sebagaimana dijelaskan dalam teori Stuart Hall mengenai pembacaan teks atau program acara. Menurut Stuart Hall, khalayak dapat berada dalam salah satu dari tiga posisi hipotesis ketika mereka menginterpretasikan teks media.¹¹

- 1) **Pertama**, *dominant position* adalah ketika khalayak menerima dan setuju sepenuhnya dengan pesan yang disampaikan oleh teks atau program tersebut. Dalam posisi ini, khalayak cenderung mengadopsi makna yang dimaksudkan oleh pembuat teks tanpa banyak pertentangan.
- 2) **Kedua**, *negotiated position* adalah posisi di mana khalayak mengakui dan memahami pesan dari teks atau program, namun mereka memodifikasi makna tersebut berdasarkan pengalaman pribadi atau konteks sosial mereka. Dalam posisi ini, khalayak mungkin menerima sebagian dari pesan yang disampaikan,

¹¹ Stuart Hall, 2005, *Culture, Media, Language*, Taylor & Francis e-Library, New York, hal 125. Dikutip pada 16/6/2024

namun menyesuaikannya dengan perspektif mereka sendiri, sehingga terdapat elemen tawar-menawar atau negosiasi dalam proses penerimaan makna.

- 3) **Ketiga**, *oppositional position* adalah ketika khalayak sepenuhnya menolak pesan dari teks atau program tersebut. Dalam posisi ini, khalayak memahami makna yang dimaksudkan oleh pembuat teks, namun mereka menolak dan mungkin mengkritiknya dengan kuat. Penolakan ini biasanya didasarkan pada keyakinan atau nilai-nilai yang bertentangan dengan pesan yang disampaikan oleh teks.

2. Gaya komunikasi

Dalam menyampaikan pesan, setiap individu memiliki gaya komunikasi yang unik. Gaya komunikasi ini menjadi jendela untuk memahami kepribadian seseorang dalam konteks kehidupan sosialnya. Hal ini karena meskipun seseorang memahami konteks dengan baik, pesan mereka mungkin tidak diterima atau dipahami oleh orang lain jika mereka tidak mampu menyampaikannya dengan efektif. Oleh karena itu, gaya komunikasi menjadi aspek krusial yang harus diterapkan dan diperhatikan sebagai bagian dari gaya komunikasi dalam personal branding.

Menurut Norton (1983) serta Kirtley dan Weaver (1999),¹² gaya komunikasi adalah proses kognitif yang mengumpulkan "perilaku mikro" dalam penyampaian konten literal, yang

¹² Liliwari, hal 309.

kemudian menghasilkan "penilaian makro." Ketika seseorang berkomunikasi, hal itu dianggap sebagai upaya untuk menyampaikan makna. Setiap gaya komunikasi mencerminkan bagaimana seseorang memandang dirinya saat berinteraksi dengan orang lain (*a cognitive process which accumulates 'micro behavior' form-giving of literal content, and adds up to 'macro judgment. When a person communicates, it is considered and attempt of getting literal meanings across*).

Pengelompokkan gaya komunikasi menurut McCallister (1992) mencakup tiga kategori utama, yaitu:¹³

1. *Noble Style*, Gaya ini merupakan gaya yang terhormat dan standar, sesuai dengan patokan atau norma yang seharusnya dilakukan dalam komunikasi. Gaya Noble berfokus pada penggunaan bahasa yang formal dan sopan, serta berusaha menjaga integritas dan kejujuran dalam menyampaikan pesan. Ini adalah gaya yang digunakan dalam situasi resmi atau profesional, di mana ekspektasi untuk berbicara dengan cara yang tepat sangat tinggi.
2. *Reflective Style*, Gaya ini dipahami sebagai cara berkomunikasi yang secara tidak langsung mencerminkan kepribadian individu. Reflective style sering kali mencerminkan pemikiran mendalam dan perenungan dari pembicara. Komunikasi dalam gaya ini cenderung lebih introspektif dan analitis, di mana

¹³ Liliwari, hal 310.

pembicara mempertimbangkan dengan hati-hati sebelum mengungkapkan ide atau pandangan. Gaya ini sering digunakan dalam situasi di mana pemahaman dan refleksi pribadi sangat dihargai.

3. *Socratic Style*, Gaya ini selalu menampilkan perincian langsung dan analisis yang digunakan dalam perdebatan. Socratic style menekankan pada metode bertanya dan menjawab untuk mendorong diskusi kritis dan pemikiran mendalam. Gaya ini digunakan untuk menguji argumen dan menemukan kebenaran melalui dialog yang intensif dan analitis. Ini adalah gaya yang sering ditemukan dalam diskusi akademis atau dalam situasi di mana analisis kritis dan debat diperlukan untuk mencapai pemahaman yang lebih baik.

Ketiga gaya ini mencerminkan pendekatan yang berbeda dalam komunikasi, masing-masing dengan tujuan dan konteks penggunaannya sendiri. Gaya Noble menekankan pada kesesuaian dan formalitas, *Reflective style* pada introspeksi dan refleksi pribadi, sementara *Socratic style* berfokus pada analisis kritis dan debat. Masing-masing gaya komunikasi ini memiliki keunikan tersendiri dan dapat mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain. Memahami gaya komunikasi seseorang dapat membantu dalam menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan harmonis.

3. Media sosial Tiktok

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara online. Beberapa contoh platform ini termasuk Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok, dan berbagai aplikasi internet lainnya yang fokus pada interaksi sosial antar pengguna. Media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan memperoleh informasi. Dari berbagi momen sehari-hari hingga mempengaruhi opini publik dan membentuk gerakan sosial, media sosial memainkan peran penting dalam budaya kontemporer. Beragam program telah dikembangkan untuk mendukung sosialisasi diri di dunia digital. Namun, ini juga menimbulkan tantangan terkait validitas dan akurasi informasi yang disebarkan.¹⁴

Selain itu, adanya algoritma dalam media sosial merupakan cara seorang kreator mengetahui kontennya relevan atau tidak. Contohnya adalah algoritma TikTok menampilkan konten yang relevan bagi setiap pengguna dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Interaksi pengguna, seperti video yang disukai, dikomentari, dibagikan, atau ditonton ulang, sangat mempengaruhi konten yang ditampilkan. Informasi video, termasuk caption, sound, hashtag, dan efek, juga dianalisis. Pengaturan akun pengguna, seperti lokasi, bahasa, dan jenis perangkat, turut dipertimbangkan. Algoritma

¹⁴ Teti & Ari Raharjo Elida, 2019, *Pemasaran Digita*, PT. Penerbit IPB Press, Bogor, Hal 10.

memperkenalkan konten baru dan kreator yang mungkin menarik bagi pengguna. Durasi menonton video oleh pengguna menjadi indikator penting. Akun yang diikuti pengguna juga memengaruhi konten yang muncul. Feedback negatif, seperti "Not Interested", membantu menyaring konten yang tidak disukai. Algoritma ini terus belajar untuk meningkatkan pengalaman menonton.

Akibat perkembangan teknologi yang semakin cepat dan banyak konten yang masuk kedalam pikiran seseorang membuat banyak yang menggunakan media sosial menjadi saling ketergantungan dan sampai bisa menjadi kecemasan yang berkepanjangan, dengan adanya konten motivasi dan inspirasi pada platform TikTok sedikit banyaknya dapat mengurangi hal tersebut.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Operasionalisasi
RESEPSI KHALAYAK	
Resepsi khalayak, posisi dominan <i>(dominant position)</i>	Posisi dominan mengacu pada situasi yang di mana khalayak menerima dan menyetujui konten yang disampaikan oleh Merry Riana tanpa pertentangan dan mereka cenderung mengadopsi makna yang dimaksudkan oleh Merry Riana sepenuhnya. Seperti reaksi positif dan penerimaan makna dalam kontennya.
Resepsi khalayak, posisi negosiasi	Posisi ini mengacu pada situasi khalayak mengakui dan memahami pesan dari Merry

<i>(negotiated position),</i>	Riana, namun mereka memodifikasi dan menyesuaikan makna tersebut berdasarkan pengalaman atau konteks sosial khalayak. Disini ada proses negosiasi dalam penerimaan makna dari setiap konten untuk disesuaikan dengan konteks kehidupan yang sedang dialami.
Resepsi khalayak, posisi oposisional <i>(oppositional position)</i>	Posisi oposisi lebih pada situasi di mana khalayak memahami pesan yang disampaikan oleh Merry Riana, tapi menolaknya dan mungkin mengkritiknya dengan kuat. Penolakan ini bisa didasarkan pada keyakinan dan nilai-nilai yang bertentangan dengan pesan yang disampaikan. Hal tersebut dapat berupa reaksi negative dan penolakan pesan yang disampaikan pada konten tiktok @merryriana
GAYA KOMUNIKASI	
Gaya komunikasi: <i>Noble Style</i>	<i>Noble Style</i> dapat diidentifikasi melalui penggunaan bahasa yang formal dan sopan dalam video-video yang diposting, di mana Merry Riana menjaga tata krama dengan baik dan menyampaikan pesan-pesan moral yang tinggi, sering kali diproduksi dengan kualitas visual dan audio yang profesional serta konsisten dengan nilai-nilai yang dianut.

<p>Gaya komunikasi: <i>Reflective Style</i></p>	<p><i>Reflective Style</i>, tampak jelas melalui konten yang mengandung pemikiran mendalam dan perenungan pribadi, di mana Merry Riana berbagi kisah atau pengalaman pribadi yang mencerminkan refleksi dirinya, mengajak audiens untuk berpikir dan merenungkan ide-ide yang disampaikan, dan menampilkan kepribadian yang autentik dan jujur, serta menyentuh aspek emosional dan spiritual dari para pengikutnya.</p>
<p>Gaya komunikasi: <i>Socratic Style</i></p>	<p><i>Socratic Style</i> bisa diamati dari video-video yang menggunakan format dialog dan tanya jawab untuk mendorong diskusi, mengajak audiens untuk menganalisis dan mengkritisi ide-ide yang disampaikan, menyampaikan informasi dengan jelas dan terperinci, serta menampilkan debat atau diskusi mendalam mengenai topik tertentu, menggunakan metode pengajaran yang menantang audiens untuk berpikir secara kritis dan reflektif.</p>