

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mendaki gunung di seluruh dunia merupakan kegiatan olahraga sekaligus rekreasi yang semakin populer di dunia. Meskipun banyak manfaat kesehatan yang didapat dari aktivitas fisik apalagi jika dilakukan rutin, beberapa olahraga gunung juga lekat kaitannya dengan risiko cedera baik secara objektif maupun subjektif. Faktor-faktor risiko tersebut menjadi dasar penting untuk mengembangkan langkah-langkah pencegahan yang sesuai guna mengurangi kecelakaan dan situasi yang tidak diinginkan, dan tentu saja sembari mendapatkan manfaat kesehatan dari olahraga gunung itu sendiri. ([Burtscher,M.; et al. 2021:1-7](#)).

Ketinggian dataran yang diatas rata-rata, menjadikan hipotermia adalah hal terdekat yang bisa ditemui pada pendakian gunung. Terdapat data dari rangkaian gunung tertinggi di dunia yang menunjukkan bahwa hipotermia adalah salah satu penyebab kematian paling umum yang dialami para pendaki gunung, penyebab kedua adalah trauma dan penyakit ketinggian.. ([Scand J Med Sci Sports. 2018:2464–2472](#)).

Peristiwa-peristiwa kecelakaan pada pendakian gunung di Indonesia kerap ditemui pada media online. Menurut Suma'mur dalam [Jurnal Widiya Praja. \(2021:1\)](#), Kecelakaan adalah kejadian yang tidak terduga dan tidak diharapkan. Tidak terduga karena di balik peristiwa tersebut tidak disengaja dan tidak direncanakan. Kecelakaan yang terjadi pada konteks pendakian gunung misalnya

seperti yang terjadi kepada seorang pendaki Gunung Slamet di Jawa Tengah. Korban merupakan seorang pendaki rombongan asal Mapala Unsoed.

Gambar 1 : Berita Pendaki Meninggal



Pendaki diketahui merupakan anggota mahasiswa pecinta alam (Mapala) yang secara umum anggota mapala adalah anggota yang cukup terlatih untuk berkegiatan di alam bebas. Namun nahas, diberitakan pendaki tersebut mengalami hipotermia saat mendaki Gunung Slamet yang diduga diperparah oleh kondisi cuaca yang badai dan berkabut tebal sehingga berakhir meninggal dunia.

Kemudian pada bulan Juni 2023 lalu terdapat juga pemberitaan kasus kematian salah satu pendaki yang merupakan mahasiswi Undip dan meninggal ketika sedang mendaki Gunung Lawu.

Gambar 2 Berita Kecelakaan Pendaki



<https://www.kompas.com/tren/read/2023/06/26/143000765/kronologi-mahasiswi-undip-meninggal-di-gunung-lawu-hipotermia-di-pos-gupak?page=all>

Dideskripsikan pada berita, bahwa pendaki tersebut mengalami kondisi fisik yang kurang baik dan tidak kunjung mengalami perkembangan. Bahkan setelah melakukan istirahat yang cukup, korban menjadi muntah-muntah dan merasa sesak nafas. Karena fisiknya yang semakin memburuk, pada akhirnya korban berakhir meninggal dunia. Disebutkan bahwa penyebab utama korban tersebut meninggal ialah hipotermia dan diduga juga dipengaruhi oleh kondisi korban yang memiliki riwayat penyakit asam lambung.

Setelah 2 bulan berlalu, kejadian di gunung serupa juga terjadi ketika menjelang momen HUT RI, ketika seorang pendaki terserang hipotermia akibat terjadinya penurunan suhu yang ekstrem di gunung tersebut.

Gambar 3 Berita Kecelakaan Pendaki

Berita Karanganyar

Pendaki Gunung Lawu Karanganyar Dievakuasi akibat Hipotermia, Berniat Ikut Upacara HUT RI di Puncak

Kamis, 17 Agustus 2023 12:39 WIB

Penulis: Agus Iswadi | Editor: rika irawati



Tim SAR gabungan mengevakuasi seorang pendaki yang mengalami hipotermia di jalur pendakian Gunung Lawu via Cemoro Kandang, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Kamis (17/8/2023) dini hari.



<https://banyumas.tribunnews.com/2023/08/17/pendaki-gunung-lawu->

[karanganyar-dievakuasi-akibat-hipotermia-berniat-ikut-upacara-hut-ri-di-puncak](https://banyumas.tribunnews.com/2023/08/17/pendaki-gunung-lawu-karanganyar-dievakuasi-akibat-hipotermia-berniat-ikut-upacara-hut-ri-di-puncak)

Pendaki yang berasal dari Jawa Timur mengalami pusing dan lemas ketika dalam perjalanan mendaki akibat minimnya membawa perbekalan, dan kondisinya diperparah oleh serangan hipotermia yang disebabkan oleh terjadinya penurunan suhu ekstrem mencapai 3 derajat Celsius. Beruntung korban berhasil dievakuasi oleh tim relawan terkait dan terselamatkan.

Kemudian beberapa waktu lalu, sebuah Gunung di Sumatra yang bernama Gunung Marapi terjadi erupsi. Erupsinya Gunung Marapi ini tidak memiliki tanda-tanda apapun seperti gunung api pada umumnya yang mulanya terjadi tanda-tanda

seperti bergemuruh, gempa vulkanik, dan hal-hal yang kiranya dapat diantisipasi dan meminimalisir terjadinya dampak bencana.

Diberitakan dari berbagai sumber, akibat dari terjadinya erupsi Gunung Marapi, puluhan pendaki yang saat itu sedang melakukan pendakian dan masih berada di Gunung Marapi, telah menyebabkan 75 korban jiwa dan 23 diantaranya meninggal dunia.



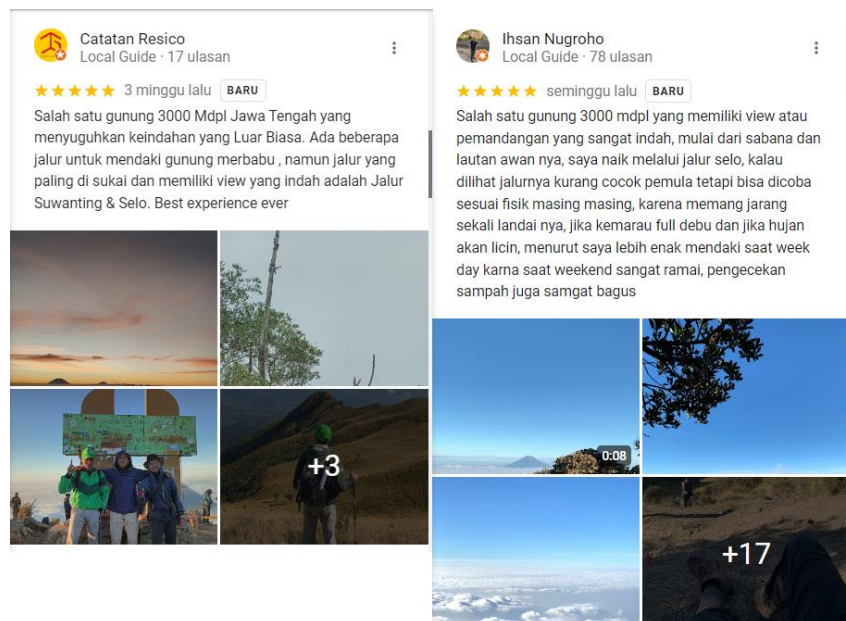
Sejauh yang peneliti observasi, tragedi letusan gunung marapi ini terhadap pendaki gunung merupakan suatu sejarah peristiwa pendakian paling mematikan yang terjadi di Indonesia semenjak tragedi Gunung Lawu 1987 yang menewaskan 16 korban jiwa sekaligus.

Meskipun mendaki gunung memiliki beberapa risiko dan akibat yang fatal, orang-orang juga memiliki alasan mengapa mereka terus melakukan pendakian.

Menurut [Yuniawati, dkk \(2019\)](#) Faktor yang membuat motivasi seseorang terbentuk untuk mendaki gunung sebenarnya adalah untuk mempelajari dan bersosialisasi, mandiri dan pribadi, pencapaian dan ketenangan. Dalam kata lain, orang-orang menghabiskan waktu mereka antara satu hingga tiga hari ketika melakukan pendakian dengan tujuan utama untuk lebih memahami alam dan sekitarnya, sambil menghabiskan waktu dengan sebaik-baiknya bersama teman-teman dan keluarga mereka. ([Yuniawati, dkk. 2019:782–788](#)).

Pengalaman pendaki ini ada dibagikan dan diceritakan juga melalui ulasan Google gunung terkait, salah satunya Gunung Merbabu.

Gambar 4 Ulasan Gunung Merbabu di Google Review



Sumber : Google Review Gunung Merbabu

Tak sedikit yang menuliskan ulasan suatu gunung di Google. Banyak sekali pendaki atau masyarakat yang pernah menjajaki gunung tersebut ikut membagikan

media visual berbentuk foto dan video, serta pesan komunikasi tentang bagaimana pengalaman dan testimoni mereka saat menikmati pemandangan mendaki gunung. Mereka membawa pesan komunikasi yang menarik dan mengulasnya pada platform digital tersebut.

Pada platform digital seperti media online, khalayak menyimpan unggahan sosial yang informatif dan terkadang menghibur serta membuat audiens senang untuk melihat konten pada linimasanya ([Soft Computing, 2022:10789-10803](#)) serta unggahan informatif tersebut ialah pesan komunikasi yang merupakan bentuk transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. ([Berelson, Stainer. 19 64:527](#)).

Sebagai perbandingan, beberapa kreator konten terkenal di jagat maya sebagian besar dalam isi kontennya menunjukkan pendakian yang menarik dan mengindikasikan pengalaman yang menyenangkan ketika mendaki sebuah gunung.

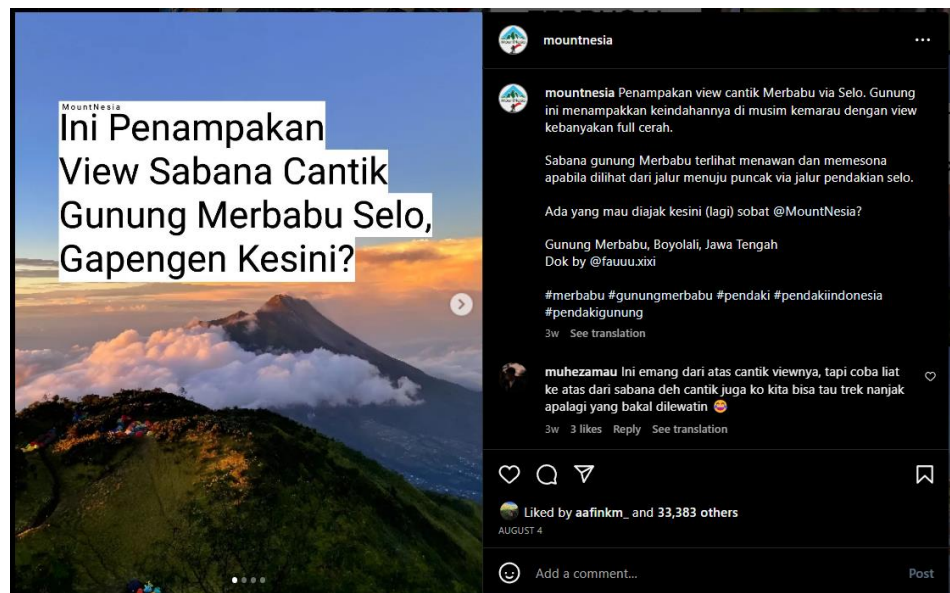
Gambar 5 Video Pendakian oleh YouTuber “Slacker Hiker”



Sumber : Youtube @TheSlackerHikerTV

Tak hanya kreator, berbagai media informasi di akun Instagram juga ikut serta menyebarkan informasi yang menarik terkait mendaki gunung. Misalnya seperti yang dipublikasikan di akun Instagram oleh @mountnesia. Terlihat dalam unggahan tersebut diberikan tajuk pada gambar serta deskripsi yang menarik dengan kalimat pertanyaan yang merujuk kepada ajakan, disertai visualisasi pemandangan sabana dan lanskap dari atas gunung.

Gambar 6 Kalimat Ajakan Mendaki Gunung



Sumber : Instagram @mountnesia

Selain sebagai bentuk rekreasi dan petualangan, pendakian gunung juga menawarkan kesempatan bagi para pendaki untuk menantang diri mereka sendiri, meningkatkan keterampilan bertahan hidup, dan membangun kerja sama dalam kelompok. Hal-hal semacam inilah yang mengundang orang untuk menjadi pendaki dan mendaki gunung.

Mendaki gunung juga bermanfaat untuk kesehatan karena mendaki gunung akan selalu menghirup udara segar, dan merupakan bentuk olahraga intens yang melatih jantung, otot rangka, pernafasan, serta koordinasi badan. Mendaki gunung sangat melatih otot tubuh karena ketika mendaki, pasti membawa beban tas dan sudah menjadi keharusan untuk membawa perbekalan dan peralatan.

Itulah mengapa kegiatan ini biasanya dilakukan secara berkelompok, untuk mendukung keselamatan dan pengalaman yang lebih memuaskan. Sehingga pendakian gunung memerlukan kerjasama dan koordinasi yang baik di antara anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama, yaitu mencapai puncak gunung dan kembali dengan selamat.

Namun, di balik keindahan dan tantangan yang dihadirkan oleh gunung-gunung Indonesia, perlu diingat bahwa pendakian gunung juga membawa tanggung jawab yang besar. Para pendaki perlu memahami medan, cuaca, situasi dan kondisi dan menghargai lingkungan sekitar serta mematuhi aturan dan regulasi untuk keselamatan bersama, melindungi keanekaragaman hayati dan keindahan alam yang ada. Serta para pendaki tentu dituntut untuk mempersiapkan diri sebaik baiknya baik secara mental, fisik, dan perlengkapan. Karena mendaki gunung merupakan hobi yang tergolong ekstrem.

[Booker dalam Front. Psychol \(2018:2\)](#) menyatakan bahwa “olahraga ekstrem” adalah dilakukan di luar batas wajar; melampaui apa yang dianggap wajar. (radikal), dan olahraga yang berada paling luar. [Breivik, dkk. dalam Front. Psychol \(2018:2\)](#) Mendefinisikan olahraga ekstrem sebagai olahraga dengan risiko tinggi, dimana kemungkinan cedera parah atau bahkan kematian itu pasti ada.

Dari definisi di atas, ekstrem dalam konteks pendakian gunung memiliki arti bahwa kegiatan ini tidak seperti hobi lainnya yang bisa dilakukan dengan santai dan dimanapun, Tetapi perlu adanya kesiapan khusus di lingkungan yang keras dan tidak bisa sembarang orang bisa langsung melakukan pendakian tanpa persiapan, pengetahuan, dan pengalaman yang baik karena melakukan pendakian akan mendorong kemampuan fisik seseorang, kemampuan bertahan hidup, dan ilmu-ilmu dasar untuk mendaki gunung.

Dari uraian-uraian tersebut bahwasanya melakukan pendakian harus dipastikan secara matang, karena kondisi lingkungan ketika melakukan pendakian gunung adalah suhu dingin yang dapat menyebabkan hipotermia serta faktor lain seperti, terbatasnya sinyal seluler, tidak adanya penerangan sekitar selain penerangan diri sendiri ketika malam dan tidak adanya tempat tinggal yang layak untuk menginap langsung, sumber makanan yang terbatas atau bahkan tidak ada, paparan langsung dengan alam sekitar yang tidak terbatas kepada hewan, serangga dan tanaman liar, dan berbagai faktor lainnya yang harus benar benar siap untuk dihadapi. Karena kesalahan dan perhitungan kurang tepat, bisa berakibat fatal bahkan terdapat juga yang meninggal dunia akibat mendaki gunung.

Meskipun mendaki gunung kenyataannya banyak terkandung hal positif dan menarik seperti yang dijelaskan oleh [Yuniawati, dkk \(2019\)](#), namun terdapat banyak pemberitaan dan informasi yang memiliki pesan komunikasi bahwa mendaki gunung itu berbahaya pada keselamatan dan memiliki efek fatal hingga dapat menyebabkan pendaki meninggal dunia. Beberapa informasi pemberitaan di atas dapat menimbulkan pemaknaan yang beragam bagi para calon pendaki walau

telah melalui perencanaan yang matang. Sebab, para pendaki gunung yang menerima berita dari beragam sumber media juga termasuk dalam kategori penerima pesan (khalayak), yakni individu yang menjadi tujuan komunikator atau dalam konteks ini, media. (Cangara, 2008:25). Serta para pendaki ini tentu membutuhkan informasi terkini dari media, dan penerimaan khalayak inilah yang akan membuat pendaki memaknai teks berita. (McQuail, 2011:152-153)

Untuk memahami bagaimana khalayak memaknai teks berita di atas, peneliti menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Menurut McQuail dalam [Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, \(2008:2\)](#), *Reception analysis* menekankan pentingnya media sebagai cerminan dari konteks sosial dan budaya, serta sebagai proses di mana audiens memberikan makna melalui persepsi mereka terhadap pengalaman dan produksi media. Hasil dari penelitian ini mencerminkan representasi suara khalayak yang mencakup identitas sosial mereka dan posisi sebagai subyek.

Stuart Hall dengan tegas menyatakan bahwa khalayak berada dalam kerangka pemaknaan di mana kode-kode, seperti yang digunakan dalam siaran TV, dikodekan lalu kemudian diterjemahkan menjadi elemen audiovisual melalui perangkat televisi. Dalam proses ini, khalayak berperan sebagai subjek aktif yang mengartikan konten yang mereka konsumsi melalui media, dan pemahaman ini terus-menerus berkembang tergantung pada situasi sosial dan politik yang memengaruhi mereka di lingkungan sekitarnya. (Nasrullah. 2016:92)

Sehingga nantinya peneliti mampu memahami dan mengetahui sudut pandang para pendaki gunung terkait berita-berita kecelakaan pendaki.

1.2 Rumusan Masalah

Mendaki gunung telah menjadi hobi yang sangat populer di kalangan masyarakat muda Indonesia. Pasalnya, saat ini mendaki gunung juga dikaji oleh beragam konten kreator yang membuat konten mendaki dan membagikan pengalaman mendaki mereka di jagat maya. Konten dan informasi yang ditampilkan sebagian besar berisi konten yang menarik ketika mendaki gunung, pemandangan yang indah, pengalaman yang tak terlupakan dan elemen-elemen positif lainnya.

Seharusnya, hobi mendaki gunung merupakan olahraga yang memiliki motivasi untuk mempelajari dan bersosialisasi, mandiri dan pribadi, pencapaian dan ketenangan. Dalam kata lain, orang-orang menghabiskan waktu mereka antara satu hingga tiga hari ketika melakukan pendakian dengan tujuan utama untuk lebih memahami alam dan sekitarnya, sambil menghabiskan waktu dengan sebaik-baiknya bersama teman-teman dan keluarga mereka. ([Yuniawati, dkk. 2019:783-784](#))

Tetapi ternyata terdapat banyak berita tentang kecelakaan di gunung bahkan tak sedikit yang meninggal dunia. Hal ini tentu dapat menimbulkan pemaknaan yang beragam pada benak para calon pendaki pemula hingga yang berpengalaman.

Sehingga rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pemaknaan khalayak pendaki gunung pada berita kecelakaan pendakian di media online?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan dan mengetahui sudut pandang pendaki gunung pada beberapa berita kecelakaan pendakian di media online.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga untuk penelitian yang akan datang dalam bidang ilmu komunikasi terutama dalam kajian mengenai khalayak dan media informasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis resepsi terhadap pemberitaan media, serta studi yang terkait dengan lingkungan alam bebas, mengingat Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi terkait hal-hal pendakian dan segala macam eksplorasi luar ruangan dan dapat membantu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk berkegiatan selama mendaki gunung. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan panduan bagi para akademisi yang berminat untuk melakukan penelitian terkait pemberitaan pendakian dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya persiapan dan keselamatan saat berada di alam bebas, terutama dalam konteks pendakian gunung. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih baik kepada masyarakat tentang bagaimana khalayak memaknai pemberitaan terkait pendakian gunung di Indonesia. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif khalayak, diharapkan dapat membantu dalam mengurangi kejadian kecelakaan saat pendakian.

1.5 Kerangka Teoritis

1.5.1 Paradigma

Sebuah paradigma adalah kumpulan keyakinan ilmiah dan metafisik yang membentuk kerangka teoritis di mana teori-teori ilmiah dapat diuji, dievaluasi, dan jika perlu direvisi. Namun, sebuah paradigma juga mencerminkan perubahan dalam ilmu sosial. Sejumlah peneliti telah menggunakan istilah paradigma dalam ilmu sosial karena mereka berpendapat bahwa penggunaan metode tertentu dalam penelitian ilmu sosial membawa dengan mereka pandangan tersirat tentang sifat realitas sosial dan apa yang menjadi pengetahuan manusia tentang realitas tersebut. [The IELE Journal 2, \(2010:1-4\)](#).

Paradigma pada penelitian ini menggunakan jenis paradigma interpretif. Menurut Deacon dalam Daymon dan Holloway, (2008:5), Paradigma interpretif berfokus mengenai cara individu memaknai aspek-aspek kehidupan sosial, dan juga bagaimana seseorang individu ini mengungkapkan apa yang mereka pahami melalui bahasa, suara, simbol, karakteristik pribadi, dan ritual sosial. Tujuan dari paradigma ini sendiri yakni untuk dapat memahami motivasi serta pengalaman – individu secara subjektif, yaitu cara individu melaksanakan tindakan dengan landasan makna yang terkait dengan tindakan mereka dan juga tindakan individu lainnya.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif yang dimanfaatkan untuk membantu memaknai deskripsi khalayak, yakni para pendaki gunung terhadap berita-berita yang beredar di media massa.

Paradigma interpretif sesuai untuk digunakan pada penelitian ini karena konteks yang diteliti dalam penelitian ini menjabarkan bagaimana khalayak yang menerima berita-berita terkait kecelakaan dan hal-hal yang kurang berkenan di gunung dari media online terkait tajuk yang relevan dengan kegiatan para pendaki ini dapat dimaknai menjadi berbagai makna.

1.5.2 State Of The Art

1.5.2.1 *Analisis Resepsi Khalayak Kepada Vlog Pendakian Gunung Rinjani Project Atap Negeri Channel Fiersa Besari Di Media Sosial Youtube*

Penelitian ini mendasarkan analisisnya pada teori encoding-decoding yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Awalnya, konsep Hall didasarkan pada pemahaman arus komunikasi satu arah, yang kemudian berkembang menjadi model yang lebih dinamis dengan mempertimbangkan peran semua pihak yang terlibat dalam proses produksi dan penyebaran pesan. Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme dan menerapkan metode Analisis Resepsi Stuart Hall, yang merupakan pendekatan kualitatif.

Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif YouTube yang mengetahui dan menonton konten vlog pendakian Gunung Rinjani dari proyek Atap Negeri di saluran Fiersa Besari di platform media sosial YouTube. Mereka memiliki latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan variasi makna yang berbeda diberikan oleh masing-masing khalayak terhadap konten vlog pendakian Gunung Rinjani dalam proyek Atap Negeri di saluran Fiersa Besari di YouTube. Interpretasi khalayak terhadap konten ini cenderung mengungkapkan pendapat dan

pandangan mereka sendiri, dengan beberapa di antaranya memiliki pandangan dominan, sementara yang lain lebih cenderung melakukan negosiasi dan oposisional.

1.5.2.2 *Resepsi Pendaki Pada Penyampaian Materi Briefing Tentang Pentingnya Menjaga Kelestarian Alam Gunung Semeru*

Fenomena tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai sambutan para pendaki dalam penyampaian materi pengarahan yang disampaikan oleh Saver Semeru sebelum melakukan pendakian yang bertujuan untuk mengetahui sambutan para pendaki dalam penyampaian materi pengarahan terhadap kelestarian alam Gunung Semeru. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara yang dilakukan melalui media sosial Whatsapp dengan narasumber dari anggota komunitas low budget Traveler yang dipilih secara purposive berdasarkan purposive sampling. Subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang disusun oleh peneliti dengan mengacu pada tujuan penelitian ini. Hasil penelitian menjelaskan penerimaan para pendaki terhadap materi pembekalan yang disampaikan oleh Saver Semeru. Poin-poin SOP pendakian, jalur, dan kawasan Gunung Semeru sangat jelas dan detail sehingga mudah dipahami oleh para pendaki. Serta materi mengenai sampah dan vandalisme disampaikan secara gamblang beserta

sanksi yang akan ditanggung oleh para pendaki yang melanggar aturan. Usai mendapat pembekalan, para pendaki lebih memperhatikan kelestarian alam dan kawasan pendakian Gunung Semeru. Saver Semeru telah melakukan proses komunikasi yang tepat sesuai dengan teori komunikasi Harold D. Laswell.

1.5.2.3 Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Berita Hoax di Kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang

Persepsi pengguna media sosial terhadap berita hoax sedang marak terjadi. Sebagian masyarakat ada yang mudah percaya dengan berita yang diberikan tanpa mencari kebenarannya. Tapi ada juga masyarakat yang mencari kebenaran berita tersebut sebelum ia konsumsi. Sebagai pengguna media sosial patut untuk bijaksana dalam memilih informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana bentuk berita hoax serta persepsi pengguna media sosial terhadap berita hoax yang terdapat di kelurahan Bittoeng Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis dan sumber data primer dan data sekunder. Teknik

pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara (Interview) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Adapun teori yang digunakan adalah teori persepsi dan teori Stimulus Respon. Hasil penelitian ini yang dilakukan peneliti menggunakan teori persepsi dapat dikemukakan bahwa persepsi masyarakat Bittoeng pengguna media sosial terhadap berita hoax adalah berita atau informasi yang belum jelas kebenarannya tidak jelas sumber beritanya. persepsi masing-masing informan terhadap berita hoax sangat variatif, terkelompokan berdasarkan jenis berita yang diterimanya. Persepsi masyarakat mewakili berita hoax yang berjenis propaganda yaitu aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gosip, atau kebohongan yang bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik. Misinformasi yaitu informasi yang salah tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu, dan konfirmasi bias yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada. Teori kedua yang digunakan peneliti untuk memperkuat argument hasil adalah teori S.O.R . Dalam mempelajari sikap yang baru, ada tiga variable penting

yang menunjang proses tersebut, yaitu perhatian , pengertian dan penerimaan.

1.5.3 Uses and Gratification Theory

Inti dari teori uses and gratification adalah pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya, artinya teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya, (Nurrudin, 2008:181).

Pada uses and gratification di era media baru, pendekatan uses and gratification lebih banyak digunakan untuk meneliti penggunaan media oleh khalayak. Menurut Ruggiero (2000:1), pendekatan uses and gratification digunakan dalam penggunaan media massa baru, seperti surat kabar, radio televisi dan kini internet. Dalam lingkungan internet, pengguna dipandang lebih aktif dalam berpartisipasi dalam menggunakan media dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini sejalan dengan pendekatan uses and gratification yang memandang bahwa pemilihan media dapat memberikan kepuasan kepada khalayak dalam memenuhi kebutuhan dan khalayak dapat memahami berbagai alasan dalam menggunakan media.

Teori Uses and Gratifications memiliki dampak besar dalam memahami motivasi individu dalam menggunakan media dan memberikan wawasan tentang bagaimana media memainkan peran dalam memenuhi

kebutuhan pribadi dan sosial. Teori ini telah diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk penelitian tentang media massa, media sosial, dan interaksi media pengguna.

1.5.4 Teori (Encoding-Decoding) Stuart Hall

Menurut Hall dalam [Durham & Kellner, \(2006:169–170\)](#) menjelaskan bahwa relasi antara teks dengan audiens dapat berlangsung secara sistematis atau simetris. Secara sederhana, teori ini menjelaskan bahwa pesan yang sama dapat dikirim dan diterjemahkan dalam berbagai cara yang berbeda. Ini berarti bahwa satu pesan dapat memiliki makna yang beragam tergantung pada bagaimana audiens menginterpretasikannya. Faktor-faktor seperti gender, usia, etnisitas, pekerjaan, pengalaman, keyakinan, dan kemampuan dalam menerima pesan juga dapat memengaruhi variasi makna yang timbul dalam proses dekoding pesan tersebut. Stuart Hall dengan tegas menyatakan bahwa khalayak berada dalam kerangka pemaknaan di mana kode-kode, seperti yang digunakan dalam siaran stasiun televisi, dikodekan dan kemudian diterjemahkan menjadi elemen visual dan audio melalui perangkat televisi. Dalam proses pemaknaan ini, khalayak berperan sebagai subjek aktif yang mengartikan konten yang mereka konsumsi melalui media, dan pemahaman ini terus-menerus berkembang tergantung pada situasi sosial dan politik yang memengaruhi mereka di lingkungan sekitarnya. (Nasrullah, 2016:92).

Peran khalayak aktif menjadi sangat penting karena kemampuan mereka dalam menerima pesan dan memaknai pesan. Proses di mana khalayak menerima pesan dari pihak lain diinterpretasikan sebagai proses decoding. Dalam proses ini, khalayak akan menguraikan pesan berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman mereka sebelumnya. (Morissan, 2013:546).

Proses decoding pesan menjadi penting bagi studi kultural. Pesan dan informasi oleh masyarakat dalam jumlah besar dapat mengakibatkan khalyak, baik secara tidak sadar dalam menerima, menyetujui, atau mendukung apa yang dikemukakan dominan. Ahli teori studi kultural memiliki pandangan bahwa masyarakat perlu dilihat dalam konteks dan spektrum yang lebih luas, terlebih mereka yang terepresi oleh pandangan dominan (Morissan, 2013:549).

Hall menyatakan bahwa penggunaan media bergantung pada pemahaman yang dibangun oleh generasi. Tanpa pemahaman ini, penggunaan media menjadi tidak mungkin. Pemahaman juga tidak dapat tercipta dengan cara yang pasif. [Helen dalam Purbayanti \(2013:7\)](#) mengatakan bahwa decoding dan encoding digunakan Stuart Hall dalam mengungkap makna dari teks. Dalam hal ini antara pembuat teks (encoder) dan pembaca (decoder). Terlepas bagaimana pembuat teks melakukan encode, pembaca sebagai decoder akan memiliki cara pandang yang berbeda. [McQuail dalam Purbayanti \(2013:7\)](#) berpendapat bahwa preferred readings yang dikesankan sebagai ideologi dominan dalam teks media belum tentu

diadopsi secara mentah oleh pembaca. Pesan tidak dapat selalu memiliki kesamaan makna sebelum dikodekan dengan yang diuraikan kodenya.

Hall (1997:43) mengidentifikasi tiga posisi dari proses encoding-decoding terkait dengan makna dan khalayak sebagai:

a. Posisi Makna Dominan (*Dominant-hegemoni*)

Khalayak menerima makna dari pesan yang disampaikan dan selaras terhadap makna yang dimaksudkan encoder. Khalayak telah sependapat dengan nilai dominan yang diekspresikan dengan *preferred reading* sebuah teks.

b. Posisi Negosiasi

Khalayak memiliki pemaknaan yang hampir sama dengan apa yang didefinisikan dan dikodekan. Khalayak bisa saja menolak bagian yang dikemukakan, namun menerima bagian lain.

c. Posisi Oposisional (*Oppositional position*)

Khalayak yang menerima pesan, membentuk kembali dengan kode alternatif. Dalam artian, mereka memiliki cara pandang unik dan khalayak tidak setuju dengan nilai dominan yang diberikan oleh *preferred reading* dari teks media.

1.5.5 Konsep Pemaknaan Khalayak

Dalam konteks kajian media, istilah "khalayak" sering digunakan untuk merujuk kepada masyarakat, baik sebagai kelompok maupun individu. Penggunaan istilah ini juga mengarah kepada individu-individu yang

mengonsumsi konten melalui media. Secara esensial, masing-masing individu tidak ada hubungan satu sama lain, kecuali dari perspektif tujuan. Khalayak menjadi bagian integral dalam aktivitas media, di mana mereka terlibat dalam penerimaan informasi yang disampaikan melalui media. Aktivitas media di sini meliputi proses pengumpulan, produksi, dan distribusi informasi atau berita.

Dalam ilmu komunikasi, konsep "khalayak" juga merujuk kepada individu yang secara sadar memilih pesan, termasuk media yang digunakan, dan menjadi target dalam produksi pesan yang dikonsumsi oleh media, hingga kepada pemirsa atau penerima pesan. Dengan demikian, khalayak memiliki peran yang signifikan dalam konteks komunikasi media. (Nasrullah, 2016:86).

Hall (2001:53) mengungkapkan "*the codes of encoding and decoding may not be perfectly symmetrical*" yang memiliki arti bahwa interpretasi terhadap pesan tidak selalu identik atau sama di antara produsen dan konsumen pesan. Hal ini tergantung pada kerangka pengetahuan yang dimiliki oleh pembuat pesan dan oleh penerima pesan. Konsep ini membentuk dasar bagi munculnya gagasan tentang pemahaman audiens sehubungan dengan konsep encoding dan decoding.

Menurut Baran (2010:303) Proses encoding merujuk pada penciptaan makna oleh media, yang kemudian disebarkan melalui program yang mereka sajikan, dan pada akhirnya diinterpretasikan ulang oleh khalayak. Di sisi lain, ketika makna terkandung tersebut diterima dan diterjemahkan kembali oleh

audiens maka hal tersebut disebut proses decoding. Proses ini mencakup bagaimana audiens menginterpretasikan dan memahami pesan yang disampaikan oleh media.

1.5.6 Konsep Media Online

Dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi" yang ditulis oleh Cangara, dijelaskan bahwasanya media yakni merupakan sebuah perangkat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Di sisi lain, definisi media massa mengacu pada sarana yang digunakan dalam proses pengiriman pesan dari sumber kepada khalayak, dan hal ini dilakukan melalui berbagai macam alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Dengan kata lain, media massa melibatkan penggunaan beragam saluran komunikasi untuk mencapai khalayak yang lebih luas (Cangara, 2008: 123–126). Kata "khalayak" memang memiliki keterkaitan dengan media karena khalayak merupakan golongan yang membaca, mendengarkan, atau menonton konten dalam media massa. (Nasrullah, 2016:102).

Asep Syamsul M. Romli (2012:1) pada kitab *Jurnalistik Online: Pedoman simpel Mengelola Media Online*, media online memiliki artian bentuk komunikasi massa yang berada dalam dunia siber, seperti *cybermedia* dan *news site*.

Menurut Ashadi Siregar dalam Kurniawan (2005: 20), Media online adalah istilah yang merujuk pada jenis media yang berbasis pada teknologi telekomunikasi dan multimedia. Media online hadir sebagai respons

terhadap tuntutan pasar yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat.

Media online memiliki beberapa karakteristik khas. Pertama, kecepatan informasi menjadi ciri utama, di mana peristiwa terbaru dengan cepat dapat dijadikan berita yang tersiar dengan segera. Selain itu, terdapat elemen interaktivitas, yang berarti pembaca tidak hanya mengonsumsi berita, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memberikan komentar atau tanggapan langsung terhadap berita melalui fitur-fitur yang disediakan. Terakhir, media online menonjolkan pembaruan berita secara terus-menerus, sehingga informasi yang disajikan selalu diperbarui secara cepat dan dapat diakses oleh pembaca dengan mudah.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Pemaknaan Khalayak

Fokus pada penelitian adalah meneliti bagaimana khalayak (pendaki gunung) memaknai kecelakaan pendakian, yang saat ini informasinya diketahui melalui media online. Peneliti berfokus pada informasi tentang beberapa berita kecelakaan pendakian di media online yang dipublikasikan dalam bentuk artikel berita oleh berbagai kanal/ platform media massa yang kredibel. Peneliti akan menentukan *preferred reading* atau makna dominan dari beberapa teks berita kecelakaan pendakian sesuai dengan definisi teori oleh Stuart Hall. Pada dasarnya, *preferred reading* atau juga disebut makna dominan ini mengacu pada cara seseorang menafsirkan pesan dari siaran

berita televisi atau program berita lainnya secara langsung, tanpa meragukan atau menggali lebih dalam pesan tersebut. Mereka hanya menerima pesan seperti apa adanya, sebagaimana disampaikan oleh media, dan memahaminya sesuai dengan cara umum yang diterima dalam masyarakat. Dalam hal ini, mereka mengikuti aturan dan pandangan yang umumnya dianggap benar atau dominan dalam masyarakat. (Hall dalam Durham & Kellner, 2006:172).

Sehingga preferred *reading* dari beberapa teks berita yang peneliti observasi :

- a. Mendaki gunung berbahaya bila kurang bekal dan persiapan
- b. Kurangnya informasi dapat meningkatkan risiko kecelakaan
- c. Hipotermia adalah penyebab kecelakaan dan kematian pendaki
- d. Cuaca dan faktor alam menjadi faktor yang berpengaruh terkait keselamatan pendakian
- e. Fisik menjadi penentu ketahanan pendaki
- f. Pendaki terlatih dan pemula dapat mengalami kecelakaan pada pendakian

Penelitian akan dilanjutkan dengan menganalisis bagaimana khalayak memaknai berita dengan mengetahui peristiwa pendaki di media online dengan menggunakan teori *encoding/decoding* Stuart Hall. Khalayak tentu akan memaknai informasi secara berbeda-beda, dikarenakan setiap individu itu unik yang memiliki latar belakang, pengalaman hidup, dan kehidupan yang berbeda-beda serta kemampuan memaknai secara afektif dan kognitif.

Setelah dilakukan transkrip teks wawancara kemudian akan dianalisis dan subjek penelitian akan dibandingkan dengan *preferred reading* yang telah ditentukan sebelumnya. Kemudian khalayak akan dikelompokkan dalam 3 posisi, yakni *dominant*, *oppositional*, atau *negotiation*.

1.6.2 Khalayak Aktif

Elihu Katz, dkk dalam Nasrullah (2016:89-92) menuliskan beberapa poin-poin penting ketika memandang khalayak.

1. Pertama, khalayak berperan aktif dan menggunakan media berdasarkan apa tujuan yang mereka butuhkan.
2. Selanjutnya, khalayak berhak memilih secara bebas apapun konten media yang mereka pilih. Itulah mengapa media tidak memiliki kuasa apapun untuk mengarahkan atau menggiring khalayak, karena sejatinya setiap khalayak memiliki kontrol tersendiri berdasarkan tujuan hidup, latar belakang dan maksud yang berbeda-beda.
3. Ketiga, penting untuk diingat bahwa baik media maupun khalayak beroperasi dalam konteks sosial yang lebih luas. Kedua entitas ini saling memengaruhi dalam lingkungan masyarakat yang lebih besar, sehingga hubungan antara mereka juga dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi dalam lingkungan tersebut.
4. Selanjutnya, masing-masing anggota khalayak memilih media secara sadar. Kesadaran ini menjadi dasar bagi pemilihan media, dan khalayak

tidak memilih secara sembrono tanpa dasar, seperti minat atau motif pribadi.

5. Terakhir, Ketika masing-masing khalayak berhadapan dengan media, setiap khalayak memiliki dampak dan nilai berbeda juga. Pada dasarnya masing-masing khalayak tentu memiliki kemampuan untuk menciptakan makna yang unik pada konsumsi terhadap isi media. Dengan demikian, proses interpretasi oleh khalayak yang aktif berarti bahwa konten yang diperoleh dari media terus berubah sesuai dengan konteks sosial dan politik yang ada di sekitar mereka. (Nasrullah, 2016: 89-92).

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan *reception analysis*. Analisis resepsi dapat dipergunakan dalam memandang dan memahami respon, penerimaan, sikap dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh pembaca. Hall menekankan analisis resepsi merupakan sebuah proses ketika audiens memunculkan suatu gagasan makna tertentu pada saat menerima pesan-pesan dari sebuah konten yang dikonsumsi. (Ida, 2014:161-162).

1.7.2 Subjek Penelitian

Peneliti memiliki keterbatasan dalam menilai secara tepat berapa banyak khalayak yang telah mengakses berita-berita tentang kecelakaan

pendakian di media online. Walaupun demikian, peneliti berupaya untuk menentukan sejumlah informan yang akan menjadi subjek penelitian, dan ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mencakup cara khalayak mengartikan berita-berita tersebut.

Atas pertimbangan tersebut peneliti menentukan 4 orang informan yang akan melakukan analisis resepsi pemberitaan berita kecelakaan pendakian dari media online. Peneliti kemudian akan meminta membaca kembali informasi-informasi tersebut. Peneliti memilih 2 orang pendaki berpengalaman dan 2 orang pendaki pemula, agar mendapatkan gambaran dari 2 latar belakang yang berbeda.

1.7.3 Situs Penelitian

Wilayah yang digunakan dalam penelitian ini adalah daerah sekitar Jawa Tengah. Karena informasi berita yang peneliti lampirkan adalah kasus berita kecelakaan pendakian yang terjadi di gunung-gunung Jawa Tengah. Serta gunung dengan rata-rata jumlah pendaki meninggal paling tinggi di Indonesia mulai dari tahun 2011 sampai pada tahun 2023 berada di Provinsi Jawa Tengah. (Oleh [Redaksi JelajahLagi](#), 2023. Diakses 15 Oktober 2023).

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Wawancara mendalam berperan langsung sebagai sumber data primer dalam penelitian ini.

2. Data sekunder

Data yang didapat secara tidak langsung atau bersifat pendukung dalam penelitian merujuk pada informasi yang diambil dari sumber-sumber luar. Data ini dapat berasal dari literatur, laporan, foto, artikel dalam media cetak atau media online, serta jurnal yang relevan dan memiliki keterkaitan terhadap topik yang dibahas.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah metode dengan melibatkan interaksi antara pewawancara dan informan, namun yang membedakannya adalah pendalaman pada topik yang dibahas. Proses wawancara mendalam memerlukan lebih banyak waktu dan keterlibatan yang lebih intens bersama informan, biasanya dilakukan beberapa kali, dan seringkali dilakukan di lokasi penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. (Bungin, 2010: 108).

Wawancara mendalam adalah tipe wawancara yang tidak terstruktur di mana peneliti dapat menelaah hal-hal yang tak terlihat dalam pikiran seseorang, termasuk yang berkaitan dengan masa lalu, kini, dan depan. Wawancara semacam ini mampu mengungkap informasi yang tidak standar atau unik, dan hasil wawancara ini menekankan pada hal-hal yang bersifat pengecualian, penyimpangan, penafsiran yang tidak biasa, pemikiran ulang, pendekatan inovatif, pandangan yang mendalam, atau perspektif tunggal (Moleong, 2007: 190).

1.7.6 Teknik Analisis Data

1.7.6.1 Analisis Resepsi Stuart Hall

Langkah-langkah dari analisis resepsi:

1. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah menganalisis *preferred reading*. Analisis *preferred reading* digunakan terhadap teks yang mengungkapkan bahwasanya media massa menyajikan makna dalam pemberitaan kecelakaan pendakian gunung di media online. Sehingga, peneliti dapat mengidentifikasi makna-makna yang dominan terkait teks berita pemberitaan kecelakaan pendakian di media online.
2. Setelah menganalisis teks media online yang membahas kecelakaan pendakian di media online, peneliti akan melakukan *in-depth-interview* dengan individu yang cocok dengan kriteria subyek penelitian, yaitu para pendaki gunung. Data yang diperoleh melalui *interview* tersebut akan ditranskripsikan lalu dikelompokkan berdasarkan tema yang timbul dari setelah membaca dan memaknai teks.
3. Transkrip wawancara dibuat, dan diberi kode berdasarkan beberapa tema yang timbul tadi terkait pemberitaan kecelakaan dari subyek penelitian..
4. Kemudian, nantinya beberapa tema yang timbul dikomparasikan bersama interpretasi yang paling umum (makna dominan) dalam teks, dan kemudian diorganisir menjadi tiga kategori pemahaman: pemahaman dominan, pemahaman yang disepakati, dan pemahaman yang berlawanan.

1.7.7 Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2014 : 270 – 277) Dalam penelitian kualitatif, validitas temuan data dapat dinyatakan dengan baik jika data yang terkumpul selaras dengan realitas yang ada pada subjek penelitian di lapangan, atau dengan kata lain, tidak terdapat perbedaan antara data yang diperoleh dan situasi yang diamati. Pemeriksaan data juga mencakup:

1. *Credibility*

Pemeriksaan data dilakukan dengan meningkatkan tingkat akurasi dan keseriusan dalam penelitian. Tingkat akurasi tercermin melalui pengamatan yang lebih teliti dan terstruktur.

2. *Transferability*

Verifikasi data dapat menunjukkan sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan secara akurat pada seluruh populasi berdasarkan sampel yang telah diambil.

3. *Dependability*

Pengujian reabilitas atau dependabilitas mencakup audit terhadap seluruh proses penelitian, dari tahap penetapan fokus penelitian hingga pembuatan kesimpulan dari penelitian.

4. *Confirmability*

Hasil penelitian akan dinyatakan valid secara konfirmabilitas atau objektivitas apabila berbagai pihak telah memberikan persetujuan terhadapnya. Uji objektivitas merujuk pada evaluasi hasil penelitian melalui proses yang telah ditempuh oleh peneliti. (Sugiyono, 2014: 270 – 277).