

Penerimaan Pesan Sejarah dan Budaya oleh Generasi Z melalui Konten YouTube Leonardo Edwin: Studi Resepsi

Zahwa Syafira Rachmadany¹, Siti Qonaah²

¹²³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 2026

Revised Oktober 2026

Accepted Oktober 2026

Available Oktober 2026

zahwasyavira07@gmail.com

siti.sqa@bsi.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

ABSTRAK

Perkembangan media digital menjadikan YouTube sebagai salah satu ruang penyampaian informasi sejarah dan budaya yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi Generasi Z terhadap pesan sejarah dan budaya dalam channel YouTube Leonardo Edwin, khususnya pada konten “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2”. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi Stuart Hall melalui model encoding decoding. Data diperoleh melalui wawancara terhadap lima informan Generasi Z, yaitu Agriyela, Moreno, Indah, Mozza, dan Vina, serta didukung observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima informan berada pada negotiated position. Para informan menerima pesan utama mengenai keberlangsungan identitas dan pelestarian budaya Jawa di Suriname, tetapi tetap melakukan penyesuaian dan membutuhkan sumber tambahan untuk memperdalam informasi sejarah. Perbedaan pemaknaan dipengaruhi oleh pengetahuan dan

pengalaman sebelumnya, rasa ingin tahu, cara penyajian konten, serta sikap kritis terhadap informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens Generasi Z tidak bertindak sebagai penerima pasif, melainkan melakukan proses decoding berdasarkan kerangka pengetahuan dan pengalaman masing-masing. Konten perjalanan yang dipadukan dengan visual, storytelling, dan interaksi langsung mampu membuat informasi sejarah dan budaya lebih mudah dipahami, tetapi kedalaman konteks sejarah tetap diperlukan agar pemaknaan audiens menjadi lebih komprehensif.

Kata Kunci: Analisis Resepsi; Generasi Z; YouTube; Sejarah; Budaya; Stuart Hall

ABSTRACT

Digital media has made YouTube an accessible space for communicating historical and cultural information to Generation Z. This study aims to examine Generation Z's reception of historical and cultural messages on Leonardo Edwin's YouTube channel, particularly the video “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2”. The study employs a descriptive qualitative approach using Stuart Hall's reception analysis and the encoding decoding model. Data were collected through interviews with five Generation Z informants—Agriyela, Moreno, Indah, Mozza, and Vina—and supported by observation and documentation. The findings show that all five informants occupy the negotiated position. They accept the main message concerning the continuity and preservation of Javanese cultural identity in Suriname, while adjusting parts of the message and seeking additional sources to deepen their historical understanding. The reception is influenced by prior knowledge and experience, curiosity, the way the content is presented, and a critical attitude toward information. The

findings indicate that Generation Z audiences are active decoders who interpret media messages through their own knowledge and experience. The combination of travel storytelling, visual presentation, and direct interaction makes historical and cultural information easier to understand, while more detailed historical context remains necessary to support comprehensive audience understanding

Keywords: Reception Analysis; Generation Z; YouTube; History; Culture; Stuart Hal

1. PENDAHULUAN

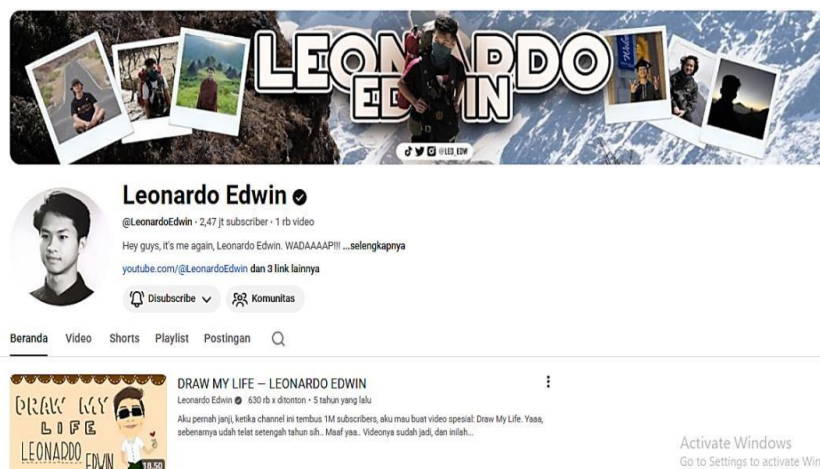
Perkembangan media digital telah mengubah cara khalayak memperoleh dan memaknai informasi. Informasi yang sebelumnya banyak disampaikan melalui buku, televisi, atau ruang pembelajaran formal kini dapat ditemukan melalui berbagai platform digital. Perubahan tersebut penting dalam konteks penyampaian pesan sejarah dan budaya karena kelompok usia muda, termasuk Generasi Z, semakin akrab dengan media berbasis internet. Sejarah dan budaya tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai masa lalu, tetapi juga dengan pembentukan identitas, cara memahami kehidupan sosial, serta cara suatu kelompok mempertahankan nilai dan tradisinya. Hanayaka (2023) menjelaskan bahwa pemahaman sejarah memiliki hubungan dengan pembentukan identitas budaya dan dinamika masyarakat modern.

Persoalannya, penyampaian materi sejarah dan budaya sering kali dipersepsikan sebagai sesuatu yang formal dan kurang dekat dengan keseharian generasi muda. Dalam kondisi tersebut, media sosial memberikan ruang bagi kreator untuk mengemas pesan dengan pendekatan yang lebih visual, naratif, dan kontekstual. YouTube menjadi salah satu platform yang memungkinkan pesan disampaikan melalui perpaduan gambar, suara, narasi, dan interaksi langsung. Pemanfaatan YouTube sebagai media informasi dan edukasi juga telah dibahas dalam sejumlah penelitian yang menunjukkan bahwa karakter audiovisual dapat membantu penyampaian informasi kepada audiens muda (Daraini & Masnawati, 2024; Suharsono & Nurahman, 2024; Tinambunan & Siahaan, 2022).

Dalam penelitian ini, perhatian diarahkan pada channel YouTube Leonardo Edwin. Channel tersebut menggabungkan perjalanan, eksplorasi, kehidupan masyarakat, sejarah, dan budaya dalam satu alur cerita. Gaya penyampaiannya cenderung santai, tetapi tetap memberikan ruang bagi informasi edukatif. Karakter semacam ini menjadi menarik ketika dikaitkan dengan Generasi Z yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital dan memiliki kebiasaan mengakses informasi melalui berbagai sumber (Fitriyadi et al., 2023). Dengan demikian, pesan yang disampaikan kreator tidak berhenti pada proses produksi konten, tetapi berlanjut pada proses pemaknaan oleh penonton.

Konten yang dipilih adalah video “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2”. Konten tersebut memperlihatkan perjalanan Leonardo Edwin di Suriname sekaligus membahas keberadaan masyarakat keturunan Jawa, sejarah perpindahan mereka, serta keberlangsungan bahasa dan budaya Jawa di tengah kehidupan masyarakat Suriname. Dalam skripsi sumber, video tersebut tercatat memiliki sekitar 5,5 juta penonton, 76 ribu tanda suka, dan 5,4 ribu komentar per 18 April 2026. Tingginya interaksi tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan berpotensi menghasilkan pemaknaan yang beragam.

Keberadaan masyarakat Jawa di Suriname juga memberikan konteks yang berbeda dari pembahasan budaya Jawa yang hanya ditempatkan di Indonesia. Audiens tidak sekadar menerima informasi mengenai tradisi, tetapi juga melihat bagaimana identitas budaya dipertahankan dalam ruang sosial yang jauh dari tanah asal. Hal ini membuat konten tersebut relevan untuk melihat bagaimana generasi muda memahami hubungan antara sejarah, identitas, dan pelestarian budaya.



Gambar 1. Tampilan channel YouTube Leonardo Edwin

Sumber: Dokumentasi penelitian.

Kolom komentar pada video juga memperlihatkan adanya variasi respons. Sebagian penonton memberikan tanggapan positif karena menilai video menambah wawasan dan disajikan dengan cara yang ringan. Pada sisi lain, terdapat tanggapan yang mempertanyakan penggunaan bahasa daerah dan perbedaan aksen. Variasi tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak selalu menerima pesan secara seragam. Mereka dapat menilai, membandingkan, dan menyesuaikan informasi dengan pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki.

Kondisi tersebut sejalan dengan teori analisis resepsi Stuart Hall. Hall memandang bahwa pesan media yang telah melalui proses encoding tidak secara otomatis diterima dengan makna yang sama oleh setiap audiens. Proses decoding dipengaruhi oleh kerangka pengetahuan, pengalaman sosial, dan konteks budaya audiens. Dalam model encoding decoding, posisi khalayak dapat ditempatkan pada dominant hegemonic position, negotiated position, atau oppositional position. Jatisidi dan Sebastian (2022) memperlihatkan penerapan tiga posisi tersebut dalam penelitian resepsi terhadap pesan media digital.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa posisi resepsi dapat berbeda meskipun audiens menerima media yang sama. Atmaditia (2025), misalnya, menemukan empat informan pada posisi dominant hegemonic dan satu informan pada posisi negotiated ketika meneliti konten YouTube Satu Persen. Pradana (2022) menemukan posisi dominant hegemonic dan negotiated dalam penelitian mengenai penggunaan bahasa Jawa pada channel Londokampung. Putri et al. (2026) juga menunjukkan bahwa pemaknaan audiens terhadap tayangan YouTube dipengaruhi oleh pengalaman, motivasi, preferensi belajar, dan unsur hiburan.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek pesan dan karakter audiens yang dikaji. Penelitian tidak berfokus pada kesehatan mental, bahasa Jawa sebagai bahasa lokal, atau tayangan pendidikan, tetapi pada pesan sejarah, budaya, dan identitas masyarakat Jawa di Suriname yang disampaikan melalui konten perjalanan. Fokus tersebut memungkinkan penelitian melihat bagaimana Generasi Z memaknai budaya yang berada di luar wilayah geografis Indonesia, tetapi masih memiliki hubungan dengan identitas budaya Indonesia.

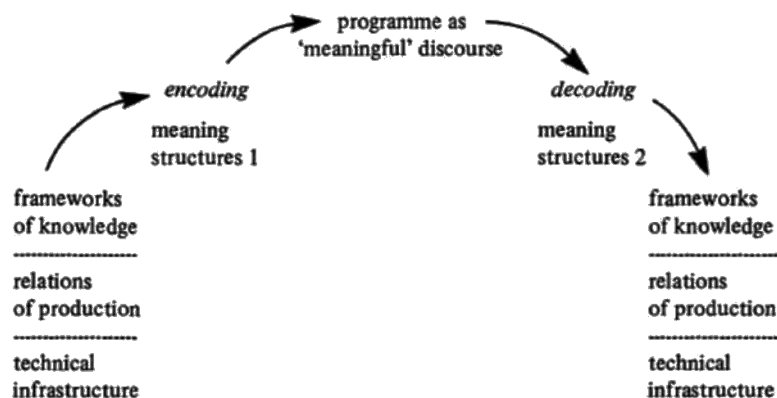
Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan resepsi Generasi Z terhadap pesan sejarah dan budaya dalam channel YouTube Leonardo Edwin, khususnya pada konten “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2”. Penelitian ini juga mengidentifikasi posisi resepsi para informan serta faktor yang memengaruhi pemaknaan mereka.



Gambar 2. Konten Leonardo Edwin tentang masyarakat Jawa di Suriname
Sumber: Dokumentasi penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

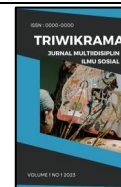
Analisis resepsi Stuart Hall



Gambar 3. Model encoding decoding Stuart Hall
Sumber: Dokumen penelitian.

Analisis resepsi menempatkan audiens sebagai pihak yang aktif dalam membangun makna. Dalam proses komunikasi media, pesan tidak berhenti ketika produsen menyelesaikan sebuah tayangan. Pesan akan berhadapan dengan audiens yang mempunyai pengalaman, pengetahuan, nilai, dan konteks sosial yang berbeda. Karena itu, makna yang muncul pada tahap decoding dapat sama, sebagian sama, atau bahkan berbeda dari makna yang dirancang pada tahap encoding.

Model encoding decoding Stuart Hall menjelaskan bahwa produksi pesan dipengaruhi oleh kondisi produksi, kerangka pengetahuan, dan infrastruktur teknis. Pesan kemudian hadir sebagai wacana yang dapat diterima audiens. Pada tahap decoding, audiens melakukan interpretasi berdasarkan kerangka yang dimilikinya. Tiga posisi utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah dominant hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position. Posisi dominant hegemonic menunjukkan penerimaan yang sejalan dengan makna dominan yang ditawarkan media. Posisi



negotiated menunjukkan penerimaan terhadap sebagian besar pesan, tetapi disertai penyesuaian dengan pengalaman atau pengetahuan pribadi. Posisi oppositional menunjukkan penolakan terhadap makna dominan dan pembentukan pemaknaan yang berlawanan.

Konsep tersebut penting untuk membaca respons Generasi Z terhadap konten Leonardo Edwin. Informasi sejarah yang disampaikan melalui video dapat diterima sebagai pengetahuan baru, tetapi pada saat yang sama audiens dapat merasa perlu memeriksa kembali informasi tersebut. Dengan demikian, penerimaan positif terhadap sebuah video belum tentu berarti bahwa audiens berada pada posisi dominan.

YouTube sebagai media digital

YouTube merupakan media berbasis audiovisual yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih fleksibel. Konten dapat memadukan narasi, visual lokasi, dialog, musik, teks, dan komentar penonton. Karakter ini membuat YouTube tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga digunakan sebagai media komunikasi dan edukasi. Daraini dan Masnawati (2024) membahas peran YouTube sebagai media edukasi bagi Generasi Z, sedangkan Suharsono dan Nurahman (2024) menunjukkan pemanfaatan YouTube sebagai sarana penyampaian informasi.

Dalam konteks komunikasi massa, pesan yang disampaikan melalui media digital dapat menjangkau audiens yang luas dan menghasilkan respons yang berbeda. Kustiawan et al. (2022) menekankan bahwa komunikasi massa tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga dengan reaksi penerima terhadap pesan tersebut. Karena YouTube memungkinkan adanya komentar dan interaksi, hubungan antara pembuat konten dan penonton menjadi lebih terbuka dibandingkan model media yang sepenuhnya satu arah.

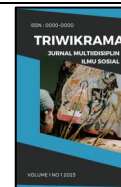
Generasi Z sebagai audiens

Generasi Z dalam penelitian ini dipahami sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan teknologi digital. Kedekatan dengan internet membuat kelompok ini terbiasa mengakses informasi dari berbagai sumber. Fitriyadi et al. (2023) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi memiliki kaitan dengan perilaku generasi Z. Dalam konteks media, karakter tersebut membuat Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga memiliki kesempatan untuk membandingkan informasi yang diperoleh melalui satu platform dengan sumber lain.

Penelitian terdahulu

Penelitian Atmaditia (2025) mengenai resepsi informasi kesehatan mental pada akun YouTube Satu Persen menunjukkan bahwa lima informan dapat berada pada posisi berbeda. Empat informan berada pada dominant hegemonic, sedangkan satu informan berada pada negotiated. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tema edukasi di YouTube dapat diterima dengan cara yang tidak sepenuhnya seragam.

Pradana (2022) meneliti resepsi audiens terhadap penggunaan bahasa Jawa pada channel Londokampung. Penelitian tersebut menemukan dominant hegemonic dan negotiated position. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori Stuart Hall dan YouTube sebagai ruang penyampaian pesan budaya. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian: Pradana



menitikberatkan pada penggunaan bahasa Jawa, sedangkan penelitian ini melihat pesan sejarah, budaya, dan identitas masyarakat Jawa di Suriname.

Malikha dan Wirawanda (2022) menunjukkan bahwa audiens perempuan dapat menempatkan diri pada dominant maupun oppositional position ketika memaknai romantisme dalam vlog YouTube. Sementara itu, Putri et al. (2026) menemukan bahwa pengalaman pribadi, motivasi, preferensi belajar, dan hiburan dapat memengaruhi pemaknaan audiens terhadap tayangan edutainment. Hasil-hasil tersebut memperkuat asumsi bahwa posisi resepsi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kondisi audiens.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada konteks budaya diaspora Jawa di Suriname dan pada fokus Generasi Z sebagai audiens. Audiens tidak hanya menilai bagaimana budaya Jawa ditampilkan, tetapi juga bagaimana mereka memahami keberlangsungan identitas budaya dalam komunitas yang berada jauh dari Indonesia. Kebaruan lain terletak pada temuan mengenai keseragaman posisi negotiated pada lima informan dengan latar pendidikan dan pengalaman yang berbeda.

2. METODE

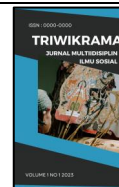
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian berfokus pada proses pemaknaan audiens, bukan pada pengukuran hubungan antarvariabel. Data utama berupa hasil wawancara dengan lima informan Generasi Z dan pengamatan terhadap konten YouTube Leonardo Edwin yang menjadi objek penelitian. Penggunaan wawancara memungkinkan peneliti memperoleh penjelasan langsung mengenai cara informan memahami dan menafsirkan pesan.

Objek penelitian adalah konten YouTube berjudul “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2”. Unit analisisnya adalah pemaknaan informan terhadap pesan sejarah dan budaya yang muncul dalam konten tersebut. Pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling. Kriteria yang digunakan ialah informan berada dalam kategori Generasi Z, telah menonton konten yang diteliti, dan memiliki latar belakang yang memungkinkan mereka memberikan tanggapan terhadap isi video.

Lima informan penelitian terdiri atas Agriyela, Moreno, Indah, Mozza, dan Vina. Rentang usia informan adalah 16-22 tahun. Informan dipilih dengan latar pendidikan yang berbeda, yaitu SMA, SMK, dan mahasiswa. Variasi tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran pemaknaan dari audiens yang tidak sepenuhnya homogen.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi terhadap konten, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pemahaman informan mengenai isi video, pesan sejarah dan budaya, penerimaan terhadap pesan, kebutuhan terhadap informasi tambahan, serta alasan di balik penilaian mereka. Observasi dilakukan dengan mencermati cara Leonardo Edwin menyusun narasi, menampilkan visual, berinteraksi dengan masyarakat, dan menghubungkan perjalanan dengan informasi sejarah dan budaya. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung, termasuk tangkapan layar konten dan proses wawancara.

Data dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada tahap reduksi, hasil wawancara diseleksi dan dikelompokkan sesuai fokus penelitian. Data yang berkaitan dengan pemahaman isi konten, pesan budaya, pesan



sejarah, serta alasan penerimaan atau penyesuaian dipertahankan sebagai data utama. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif dan tabel untuk memperlihatkan pola jawaban informan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dengan menghubungkan temuan empiris pada tiga posisi pemaknaan Stuart Hall. Proses analisis tersebut sejalan dengan penjelasan Qomaruddin (2024) mengenai analisis data kualitatif dan tahapan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian sumber (Salma, 2023).

Keabsahan temuan dijaga dengan membandingkan hasil wawancara antar informan dan mencocokkannya dengan pengamatan terhadap konten. Dengan cara tersebut, peneliti tidak hanya mengandalkan satu pernyataan, tetapi melihat kecenderungan yang muncul secara berulang. Teknik ini juga membantu membedakan antara pendapat personal informan dan pola resepsi yang muncul pada keseluruhan data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran objek penelitian

Channel YouTube Leonardo Edwin merupakan channel yang menyajikan konten perjalanan, eksplorasi, edukasi, sejarah, dan budaya. Berdasarkan data pada skripsi sumber, channel tersebut memiliki sekitar 2,47 juta subscriber dan kurang lebih 1.000 video pada 18 April 2026. Gaya penyajiannya memadukan pengalaman perjalanan dengan interaksi langsung bersama masyarakat lokal. Pendekatan ini membuat informasi tidak hanya disampaikan melalui penjelasan, tetapi juga melalui gambaran kondisi nyata di lokasi.

Konten yang menjadi objek penelitian merupakan bagian dari perjalanan Leonardo Edwin di Suriname. Judul video “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2” menunjukkan dua fokus yang saling berkaitan, yaitu interaksi dengan masyarakat dan pembahasan keberadaan masyarakat keturunan Jawa. Video tersebut dipilih karena memuat pesan sejarah dan budaya yang sesuai dengan fokus penelitian.

Dalam konten tersebut, sejarah tidak ditempatkan sebagai materi yang berdiri sendiri. Informasi sejarah muncul bersama perjalanan, percakapan, lingkungan, dan kehidupan masyarakat. Pola penyampaian seperti ini membuat pesan lebih kontekstual. Audiens dapat melihat langsung lingkungan masyarakat yang menjadi objek pembicaraan sehingga informasi mengenai budaya terasa lebih dekat.

Komentar penonton memperlihatkan bahwa respons terhadap konten tidak sepenuhnya seragam. Sebagian komentar menilai penyajian konten menarik dan menambah wawasan, sedangkan sebagian lain memberikan catatan mengenai penggunaan bahasa daerah dan aksen. Variasi ini menjadi konteks awal yang memperkuat pentingnya melihat resepsi melalui wawancara.

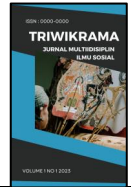


Gambar 4. Tangkapan layar komentar pada konten Suriname #2
Sumber: Dokumentasi penelitian.

Profil informan

No.	Informan	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan/Pekerjaan
1	Agriyela	17	Perempuan	SMA
2	Moreno	16	Laki-laki	SMK
3	Indah	22	Perempuan	Mahasiswa
4	Mozza	18	Perempuan	SMK
5	Vina	20	Perempuan	Mahasiswa

Tabel 1. Data informan penelitian
Sumber: Dokumen penelitian.



Kelima informan berada dalam rentang usia Generasi Z dan telah menonton konten yang menjadi objek penelitian. Perbedaan pendidikan menjadi salah satu konteks yang diperhatikan ketika membaca hasil wawancara. Meskipun mereka menerima tayangan yang sama, pengetahuan awal dan pengalaman terhadap sejarah maupun budaya tidak sepenuhnya sama.

Pemahaman informan terhadap isi konten

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kelima informan mempunyai pemahaman yang relatif sama mengenai karakter utama konten Leonardo Edwin. Mereka melihat bahwa konten tersebut menggabungkan perjalanan dengan sejarah, budaya, dan kehidupan masyarakat lokal. Video tidak dipahami hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi yang memberikan informasi mengenai masyarakat keturunan Jawa di Suriname.

Vina menilai kekuatan konten Leonardo Edwin terletak pada penggabungan perjalanan, edukasi, dan eksplorasi budaya. Agriyela juga menyoroti interaksi dengan masyarakat lokal sebagai bagian yang membuat informasi lebih mudah dipahami. Sementara itu, Mozza memandang konten tersebut sebagai eksplorasi budaya, sejarah, dan kehidupan masyarakat yang memiliki nilai historis. Perbedaan penekanan tersebut memperlihatkan bahwa kesamaan pemahaman terhadap tema tidak menghilangkan perbedaan sudut pandang.

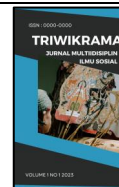
Secara umum, informan menilai pendekatan visual dan interaksi langsung membantu mereka membangun gambaran mengenai kehidupan masyarakat Jawa di Suriname. Informasi yang sebelumnya tidak mereka kenal menjadi lebih mudah diikuti karena disertai lokasi, percakapan, dan situasi yang konkret. Temuan ini mendukung pandangan bahwa YouTube dapat berfungsi sebagai media edukasi ketika pesan disusun dengan pendekatan yang dekat dengan pengalaman audiens (Daraini & Masnawati, 2024).

Resepsi terhadap pesan sejarah dan budaya

Pesan utama yang diterima informan berkaitan dengan kemampuan masyarakat Jawa di Suriname mempertahankan identitas budaya meskipun berada jauh dari Indonesia. Informan memahami bahwa bahasa, kebiasaan, dan tradisi menjadi bagian dari identitas yang masih dijaga oleh keturunan masyarakat Jawa di Suriname. Dengan kata lain, pesan budaya lebih mudah diterima karena ditampilkan melalui contoh kehidupan sehari-hari.

Indah memahami bahwa masyarakat Jawa dibawa ke Suriname pada masa kolonial dan keturunannya masih tinggal di sana. Bagi Indah, hal yang paling menonjol dari konten adalah kemampuan suatu kelompok mempertahankan budaya dan identitas meskipun berada jauh dari negara asal. Vina juga menangkap pesan mengenai penghargaan terhadap leluhur dan keberlanjutan unsur budaya Jawa.

Mozza memberikan penerimaan yang serupa terhadap pesan pelestarian budaya, tetapi menunjukkan perhatian lebih besar terhadap kelengkapan informasi sejarah. Ia merasa beberapa bagian sejarah masih membuat penasaran dan mendorongnya mencari sumber lain. Kondisi tersebut menjadi contoh jelas bahwa penerimaan terhadap pesan utama tidak identik dengan penerimaan tanpa pertanyaan.



Moreno dan Agriyela juga menunjukkan penerimaan positif. Ketertarikan mereka pada video muncul antara lain karena rasa ingin tahu terhadap keberadaan masyarakat Jawa di Suriname. Sebelum menonton, mereka belum mempunyai pengetahuan yang mendalam mengenai sejarah dan kehidupan masyarakat keturunan Jawa di negara tersebut. Setelah menonton, mereka memperoleh wawasan baru sekaligus menyadari bahwa aspek sejarah masih dapat dipelajari lebih lanjut.

Temuan tersebut memperlihatkan adanya dua lapis pemaknaan. Lapisan pertama adalah penerimaan terhadap pesan budaya, terutama mengenai pelestarian identitas. Lapisan kedua adalah evaluasi terhadap informasi sejarah. Pada lapisan kedua, informan tidak langsung menolak isi video, tetapi merasa perlu mencari referensi tambahan. Pola tersebut menjadi dasar klasifikasi *negotiated position*.

Perbedaan kecil pada cara informan menjelaskan isi video juga menunjukkan bahwa pemaknaan tidak hanya ditentukan oleh materi yang terlihat secara langsung. Agriyela lebih menekankan hubungan antara sejarah, budaya, dan interaksi dengan masyarakat setempat. Moreno lebih tertarik pada keberlangsungan budaya Jawa di Suriname dan perkembangan masyarakatnya. Indah memberi perhatian pada keberadaan identitas budaya, sedangkan Mozza lebih aktif mempertanyakan dan mencari informasi tambahan. Vina melihat hubungan antara perjalanan, edukasi, dan penghargaan terhadap budaya. Pola tersebut memperlihatkan variasi pada tingkat perhatian meskipun kesimpulan umum mereka relatif sama.

Dalam konteks penelitian kualitatif, variasi tersebut penting karena jawaban informan tidak diperlakukan sebagai angka yang berdiri sendiri. Setiap jawaban dibaca sebagai bagian dari proses pemaknaan. Rahmawati et al. (2024) menempatkan wawancara sebagai teknik yang memungkinkan peneliti menggali pengalaman dan pandangan partisipan secara lebih mendalam. Karena itu, perbedaan penekanan antarinforman justru menjadi bagian dari data penelitian, bukan sesuatu yang harus diseragamkan.

Pengamatan terhadap konten juga memperlihatkan bahwa penyajian informasi dilakukan melalui kombinasi narasi, gambar, lokasi, dan percakapan. Hal ini membuat audiens tidak hanya menerima informasi sebagai teks, tetapi juga melihat konteks tempat dan masyarakat yang dibicarakan. Varenia dan Phalguna (2022) menjelaskan bahwa media baru memberikan karakter komunikasi yang berbeda karena informasi dapat disampaikan melalui teknologi digital dan bentuk pesan yang beragam.

Dari sisi fungsi media, konten Leonardo Edwin memperlihatkan pertemuan antara hiburan dan edukasi. Audiens menikmati perjalanan sebagai bagian hiburan, tetapi secara bersamaan memperoleh pengetahuan tentang masyarakat Jawa di Suriname. Kondisi tersebut memperkuat pemahaman bahwa media digital tidak selalu harus ditempatkan pada satu fungsi. Sebuah konten dapat menjadi hiburan sekaligus menjadi sumber informasi selama audiens memanfaatkannya untuk memperoleh pengetahuan.

Analisis Posisi Resepsi berdasarkan Teori Stuart Hall

Berdasarkan hasil wawancara, kelima informan—Indah, Vina, Mozza, Moreno, dan Agriyela berada pada *negotiated position*. Tidak ditemukan informan yang sepenuhnya berada pada *oppositional position*. Posisi *dominant hegemonic* juga tidak digunakan sebagai klasifikasi akhir karena

meskipun informan menerima pesan utama, mereka tetap menunjukkan kebutuhan untuk menyesuaikan atau memeriksa kembali bagian tertentu dari informasi sejarah.

Tabel 2. Pemetaan posisi resepsi informan

Informan	Pesan budaya	Pesan sejarah	Sumber tambahan	Posisi
Agriyela	Menerima	Menerima dengan pertimbangan	Ada	Negotiated
Moreno	Menerima	Menerima dengan pertimbangan	Ada	Negotiated
Indah	Menerima	Menerima sebagian	Ada	Negotiated
Mozza	Menerima	Kritis dan membandingkan	Ada	Negotiated
Vina	Menerima	Menerima dengan penyesuaian	Ada	Negotiated

Tabel 2. Pemetaan posisi resepsi informan

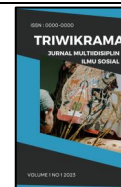
Sumber: Hasil pengolahan data penelitian.

Klasifikasi tersebut sesuai dengan konsep Hall bahwa negotiated position bukan berarti audiens menolak pesan. Audiens justru dapat menerima kerangka umum yang ditawarkan media, tetapi melakukan penyesuaian ketika pesan bersentuhan dengan pengetahuan, pengalaman, atau kebutuhan informasi yang dimiliki. Dalam penelitian ini, kelima informan menerima pesan bahwa budaya Jawa dapat bertahan di luar Indonesia. Namun, mereka tidak menganggap video sebagai satu-satunya sumber untuk menjelaskan sejarah diaspora Jawa di Suriname.

Temuan tersebut juga memperlihatkan bahwa posisi negotiated dapat muncul secara seragam pada kelompok audiens yang tetap mempunyai pengalaman berbeda. Kesamaan posisi tidak berarti kelima informan mempunyai pengetahuan dan alasan yang identik. Kesamaannya terletak pada pola: menerima pesan utama, tetapi tetap memberi ruang bagi pemeriksaan dan pencarian informasi tambahan.

Pada sisi lain, tidak ditemukannya oppositional position juga memiliki arti penting. Informan tidak memperlihatkan penolakan terhadap pesan mengenai keberadaan dan pelestarian budaya Jawa di Suriname. Kritik yang muncul bukan diarahkan untuk membantah pesan utama, melainkan pada kebutuhan agar penjelasan sejarah lebih lengkap. Dengan demikian, sikap kritis dalam penelitian ini berjalan bersama dengan penerimaan, bukan sebagai bentuk penolakan.

Temuan ini berbeda dengan penelitian Malikha dan Wirawanda (2022) yang menemukan adanya posisi oppositional pada salah satu informan. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh karakter pesan dan pengalaman audiens. Pesan mengenai pelestarian budaya Jawa dalam penelitian ini relatif dekat dengan nilai penghargaan terhadap identitas budaya, sedangkan objek penelitian



Malikha dan Wirawanda berkaitan dengan romantisme dalam vlog. Perbedaan tema membuat dasar evaluasi audiens juga berbeda.

Hasil penelitian juga memiliki persamaan dengan Pradana (2022) yang menemukan posisi dominant hegemonic dan negotiated dalam pemaknaan bahasa Jawa. Persamaannya terletak pada perhatian audiens terhadap pesan budaya dan penggunaan teori Hall. Namun, penelitian ini memperlihatkan kecenderungan negotiated yang lebih konsisten karena seluruh informan melakukan penyesuaian terhadap informasi sejarah.

Faktor yang memengaruhi resepsi

Pertama, pengetahuan dan pengalaman sebelumnya. Mozza menunjukkan minat terhadap sejarah dan kebiasaan membaca sumber sejarah. Pengetahuan awal tersebut membuatnya tidak hanya menerima informasi, tetapi juga membandingkan informasi yang diperoleh dengan sumber lain. Vina juga memiliki ketertarikan terhadap kehidupan masyarakat dan budaya di berbagai negara. Kondisi ini membentuk cara mereka memproses pesan.

Kedua, rasa ingin tahu. Vina, Moreno, dan Agriyela menunjukkan ketertarikan karena sebelumnya belum mengetahui secara mendalam mengenai keberadaan masyarakat Jawa di Suriname. Rasa ingin tahu menjadi dorongan awal untuk memperhatikan isi video. Setelah mendapatkan informasi, rasa ingin tahu tersebut justru berkembang menjadi keinginan mencari penjelasan yang lebih lengkap.

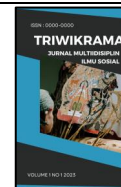
Ketiga, cara penyajian konten. Kelima informan menilai bahasa yang digunakan Leonardo Edwin relatif santai dan mudah dipahami. Visual, perjalanan, dan interaksi dengan masyarakat lokal juga membuat pembahasan sejarah tidak terasa terlalu formal. Temuan ini menunjukkan bahwa bentuk penyampaian dapat memengaruhi keterbukaan audiens terhadap pesan. Penggunaan YouTube sebagai media audiovisual memberikan ruang bagi informasi untuk disampaikan secara naratif dan kontekstual.

Keempat, sikap kritis terhadap informasi. Seluruh informan menerima pesan utama, tetapi tetap menganggap informasi sejarah tertentu perlu diperiksa lebih lanjut. Mereka tidak langsung menolak tayangan, melainkan mencari sumber lain untuk melengkapi pengetahuan. Sikap tersebut menjadi faktor yang paling jelas menjelaskan mengapa posisi negotiated muncul pada seluruh informan.

Jika keempat faktor tersebut dilihat secara bersama, proses resepsi berlangsung secara bertahap. Audiens terlebih dahulu tertarik karena cara penyajian dan rasa ingin tahu, kemudian memahami pesan melalui visual dan narasi, setelah itu melakukan evaluasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman. Proses tersebut menunjukkan bahwa audiens Generasi Z dalam penelitian ini berperan aktif dalam decoding.

Pembahasan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa YouTube dapat menjadi ruang pertemuan antara pesan budaya yang diproduksi kreator dan pengalaman audiens. Leonardo Edwin melakukan encoding dengan memilih sejarah diaspora Jawa dan kehidupan masyarakat keturunan Jawa sebagai bagian dari narasi perjalanan. Pesan tersebut kemudian disampaikan melalui infrastruktur media digital



yang memungkinkan penggunaan visual, suara, dialog, dan interaksi. Ketika diterima oleh informan, pesan mengalami proses decoding yang tidak sepenuhnya seragam.

Dari sudut pandang teori Hall, hasil penelitian memperlihatkan bahwa negotiated position menjadi bentuk pemaknaan yang dominan pada lima informan. Hal tersebut terjadi bukan karena pesan budaya dianggap bermasalah, tetapi karena audiens membedakan antara pesan nilai dan detail historis. Pesan nilai tentang pelestarian budaya relatif mudah diterima. Sementara itu, informasi mengenai latar belakang sejarah membutuhkan tingkat keyakinan yang lebih tinggi sehingga audiens terdorong mencari sumber tambahan.

Pembedaan antara pesan budaya dan pesan sejarah merupakan temuan yang penting. Dalam konten audiovisual, visualisasi kehidupan masyarakat dapat membuat pesan budaya terasa konkret. Penonton melihat praktik, lingkungan, dan interaksi yang berlangsung secara langsung. Sebaliknya, informasi sejarah mengenai proses migrasi, latar kolonial, dan perkembangan diaspora membutuhkan konteks yang lebih panjang. Ketika konteks tersebut dirasakan belum cukup, audiens menggunakan sumber lain sebagai pelengkap.

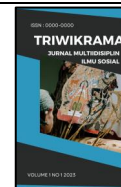
Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan audiens dalam memverifikasi informasi tidak selalu berujung pada penolakan terhadap kreator. Sebaliknya, verifikasi dapat berjalan berdampingan dengan penerimaan. Dalam penelitian ini, sikap kritis justru memperkuat klasifikasi negotiated position. Hal tersebut memperlihatkan bahwa audiens dapat menghargai konten sebagai pintu masuk pengetahuan tanpa menjadikannya satu-satunya rujukan.

Hasil ini dapat dibandingkan dengan penelitian Atmaditia (2025). Pada penelitian tersebut, sebagian besar informan berada pada dominan hegemonic ketika menerima informasi kesehatan mental, sedangkan satu informan berada pada negotiated. Perbedaan pola dapat dipahami dari sifat informasi yang dikonsumsi. Dalam penelitian Leonardo Edwin, informasi sejarah memiliki ruang yang lebih besar untuk dibandingkan dengan pengetahuan sebelumnya dan sumber lain. Karena itu, sikap evaluatif lebih terlihat.

Penelitian Pradana (2022) memiliki kedekatan yang lebih kuat karena sama-sama membahas budaya Jawa melalui YouTube. Namun, penelitian Pradana menemukan kombinasi dominan hegemonic dan negotiated. Penelitian ini justru menemukan lima informan berada pada negotiated. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa konteks budaya yang sama tidak otomatis menghasilkan posisi resepsi yang sama. Jenis pesan, cara penyajian, dan latar audiens tetap berpengaruh.

Penelitian Putri et al. (2026) juga membantu menjelaskan bahwa pengalaman, motivasi, dan preferensi audiens dapat membentuk pemaknaan. Pada penelitian ini, motivasi berupa rasa ingin tahu menjadi salah satu faktor awal, sedangkan pengalaman dan pengetahuan menjadi dasar evaluasi. Dengan demikian, proses decoding berlangsung sebagai rangkaian yang tidak terpisah antara karakter media dan karakter audiens.

Dari sisi komunikasi, hasil penelitian menegaskan bahwa pesan edukasi di media sosial sebaiknya tidak hanya mengejar daya tarik visual. Daya tarik memang membantu audiens memperhatikan pesan, tetapi kedalaman dan ketepatan informasi tetap penting. Informan penelitian menyukai gaya penyampaian yang ringan, tetapi pada saat yang sama menginginkan penjelasan sejarah yang



lebih lengkap. Artinya, kekuatan storytelling dapat dipertahankan tanpa mengurangi kebutuhan akan rujukan dan konteks.

Bagi kreator konten sejarah dan budaya, hasil penelitian memberikan implikasi praktis bahwa video dapat digunakan sebagai pintu masuk pembelajaran. Namun, untuk isu yang memiliki konteks sejarah panjang, penambahan sumber, penjelasan kronologis, atau keterlibatan narasumber yang memiliki kompetensi di bidang sejarah dapat membantu audiens membangun pemahaman yang lebih kuat. Rekomendasi ini sejalan dengan hasil wawancara yang menunjukkan kebutuhan informan terhadap sumber tambahan.

Bagi audiens Generasi Z, temuan penelitian memperlihatkan pentingnya mempertahankan kebiasaan memeriksa informasi. Sikap kritis tidak harus berarti menolak konten digital. Audiens dapat menerima nilai dan pengetahuan yang bermanfaat sekaligus membandingkan detail yang dianggap penting dengan sumber lain. Pola seperti ini memungkinkan penggunaan media sosial secara lebih bertanggung jawab.

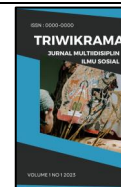
Secara teoretis, penelitian ini memperkuat posisi audiens sebagai pihak aktif dalam proses komunikasi. Kesamaan penerimaan terhadap pesan budaya tidak menghilangkan perbedaan dalam proses penilaian. Kelima informan menunjukkan bahwa makna media dibentuk melalui hubungan antara isi pesan dan kerangka pengetahuan audiens. Dengan demikian, teori encoding decoding Hall tetap relevan untuk membaca pemaknaan konten digital yang bersifat audiovisual dan interaktif.

Keterbatasan penelitian terletak pada jumlah informan yang terbatas dan fokus pada satu konten. Karena itu, hasil penelitian tidak dimaksudkan untuk menggambarkan seluruh Generasi Z sebagai kelompok yang homogen. Temuan lebih tepat dipahami sebagai gambaran pola resepsi dari lima informan yang memiliki pengalaman berbeda tetapi menunjukkan kecenderungan posisi yang sama. Penelitian lanjutan dapat memperluas jumlah informan, membandingkan beberapa konten Leonardo Edwin, atau melihat resepsi audiens dari latar budaya yang berbeda.

Hal lain yang menarik adalah hubungan antara bentuk media dan proses pemaknaan. Konten perjalanan memiliki kelebihan karena mampu menghadirkan pengalaman seolah-olah audiens ikut berada di lokasi. Namun, kedekatan visual tersebut juga tidak otomatis membuat seluruh informasi dianggap final. Informan tetap membedakan antara apa yang mereka lihat dan apa yang membutuhkan penjelasan historis. Dengan demikian, kekuatan audiovisual berada pada tahap menarik perhatian dan membangun gambaran, sedangkan sumber tambahan berfungsi memperkuat konteks.

Dalam perspektif komunikasi massa, respons audiens merupakan bagian penting dari keberhasilan penyampaian pesan. Kustiawan et al. (2022) menjelaskan bahwa kondisi penerima dapat memengaruhi respons terhadap pesan. Hal ini tampak dalam penelitian ketika informan dengan pengalaman berbeda memberikan alasan yang tidak persis sama, meskipun mereka menonton video yang sama. Pesan yang sama masuk ke kerangka pengetahuan yang berbeda sehingga menghasilkan penekanan yang berbeda pula.

Hasil penelitian juga dapat dibaca melalui konsep media baru. Media digital memberikan kesempatan kepada audiens untuk berpindah dari satu sumber ke sumber lain dengan cepat. Ketika informan merasa informasi sejarah dalam video belum cukup, mereka dapat mencari referensi lain melalui internet. Akses semacam ini membuat proses decoding tidak selalu berakhir



ketika video selesai ditonton. Pemaknaan dapat berlanjut setelah konsumsi konten melalui pencarian, perbandingan, dan diskusi.

Kebiasaan membandingkan sumber juga dapat dipandang sebagai bentuk literasi informasi. Penelitian ini tidak mengukur tingkat literasi digital informan secara khusus, tetapi hasil wawancara memperlihatkan adanya perilaku evaluatif. Informan tidak serta merta menolak atau menerima seluruh isi video. Mereka memilah bagian yang dianggap sudah jelas dan bagian yang masih perlu diperdalam. Pola tersebut penting dalam konteks konsumsi informasi sejarah melalui media sosial yang sifatnya cepat dan populer.

Dari sisi pesan budaya, penelitian memperlihatkan bahwa pengalaman diaspora dapat memperluas cara audiens memahami identitas. Budaya tidak dipandang semata mata sebagai sesuatu yang terikat wilayah Indonesia. Keberadaan masyarakat Jawa di Suriname memperlihatkan bahwa identitas dapat dibawa, dipelihara, dan diwariskan dalam lingkungan yang berbeda. Hanayaka (2023) menempatkan sejarah sebagai salah satu unsur yang penting dalam memahami identitas budaya. Dalam penelitian ini, pemahaman tersebut muncul melalui pengalaman audiens melihat praktik budaya pada masyarakat diaspora.

Sementara itu, penelitian tentang media sosial menunjukkan bahwa platform digital dapat digunakan untuk membangun hubungan antara informasi dan audiens dalam konteks yang lebih luas (Ainaya Nazilatul Fathinia Muqoffa & Serikandi, 2022; Herdiyani et al., 2022). Walaupun penelitian ini tidak membahas fungsi bisnis atau pemerintahan, karakter media yang sama tetap relevan: media sosial memungkinkan informasi disebarkan dan ditanggapi secara terbuka. YouTube menyediakan ruang bagi konten sejarah dan budaya untuk menemukan audiens di luar ruang pendidikan formal.

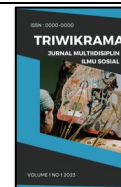
Temuan penelitian juga memberi catatan bahwa penyederhanaan sejarah harus dilakukan dengan hati-hati. Penyampaian yang ringan memang membantu Generasi Z mengikuti materi, tetapi penyederhanaan yang terlalu jauh dapat membuat konteks sejarah menjadi kurang lengkap. Karena seluruh informan meminta sumber tambahan, kebutuhan tersebut dapat menjadi masukan bagi kreator agar informasi sejarah diberikan dengan konteks yang lebih kuat tanpa menghilangkan gaya komunikasi yang santai.

Dengan demikian, kekuatan utama konten Leonardo Edwin berada pada kemampuannya menghubungkan informasi dengan pengalaman nyata. Keterbatasannya, berdasarkan pengalaman informcc

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memaknai konten “Ngomong Jawa sama Pemilik Warung di Tamanredjo, Ada Monumen Orang Jawa di Marienburg Suriname #2” sebagai konten perjalanan yang sekaligus memiliki fungsi edukatif. Kelima informan memahami bahwa video tidak hanya menampilkan perjalanan, tetapi juga menyampaikan informasi mengenai sejarah, budaya, dan kehidupan masyarakat keturunan Jawa di Suriname.



Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, kelima informan, yaitu Agriyela, Moreno, Indah, Mozza, dan Vina, berada pada negotiated position. Mereka menerima pesan utama mengenai pelestarian budaya dan keberlangsungan identitas Jawa di Suriname, tetapi tidak menerima seluruh informasi secara pasif. Pada bagian sejarah, informan menunjukkan kebutuhan untuk mencari sumber tambahan dan membandingkan informasi. Tidak ditemukan posisi oppositional karena tidak ada informan yang menolak pesan utama konten.

Empat faktor yang memengaruhi resepsi adalah pengetahuan dan pengalaman sebelumnya, rasa ingin tahu, cara penyajian konten, dan sikap kritis terhadap informasi. Gaya penyampaian yang santai, visual yang menarik, dan interaksi langsung membantu informan memahami pesan, sedangkan sikap kritis membuat mereka menempatkan diri pada posisi negosiasi.

Saran

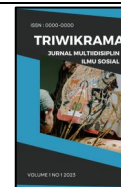
Bagi kreator konten, khususnya konten sejarah dan budaya, pendekatan storytelling, visual, dan interaksi langsung dapat dipertahankan karena terbukti membantu audiens memahami materi. Namun, informasi sejarah sebaiknya dilengkapi dengan sumber yang lebih jelas, konteks yang lebih rinci, atau narasumber yang kompeten agar audiens memperoleh pemahaman yang lebih utuh.

Bagi Generasi Z sebagai audiens, konten digital dapat dimanfaatkan sebagai sumber pengetahuan awal, tetapi informasi yang berkaitan dengan sejarah sebaiknya dibandingkan dengan sumber lain. Kebiasaan melakukan verifikasi akan membantu audiens memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Bagi penelitian selanjutnya, kajian dapat diperluas dengan jumlah informan yang lebih banyak, latar budaya yang lebih beragam, atau perbandingan beberapa video sejarah dan budaya pada platform digital yang berbeda. Penelitian juga dapat menggunakan perspektif lain dalam studi media untuk melihat hubungan antara strategi penyajian pesan dan tingkat keterlibatan audiens.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ainaya Nazilatul Fathinia Muqoffa, M., & Serikandi, N. (2022). Manfaat sosial media dalam e-government di Indonesia. *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, 1(3), 42-49. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v1i3.241>
- Atmaditia, S. S. Z. (2025). Analisis resepsi informasi kesehatan mental pada akun YouTube Satu Persen. *Jurnal Audiens*, 6(1), 85-117. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.554>
- CNBC Indonesia. (2022). 4 fakta Suriname, negara di Benua Amerika rasa Jawa. CNBC Indonesia.
- Daraini, N. S., & Masnawati, E. (2024). Peran media sosial YouTube sebagai media edukasi dalam pendidikan Generasi Z. *MIND*, 4(2), 81-87.
- Fitriyadi, M. Y., Rahman, M. R., Asshidiqi, M. R. A., Ilham, M. A., Nurleli, Aibina, O. I., Hesda, N., & Fayyedh, F. Al. (2023). Pengaruh dunia IT terhadap perilaku remaja Generasi Z. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 1, 21-24.



- Hanayaka, M. A. N. (2023). Pentingnya sejarah dalam membaca identitas budaya: Implikasi terhadap dinamika sosial dan pembentukan masyarakat modern. *JECTH: Journal Economy, Technology, Social and Humanities*, 1(1), 1-8.
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103-121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Jatisidi, A., & Sebastian, K. (2022). Pemaknaan khalayak mengenai brand message Choco Drink (studi resepsi konten akun Instagram @Chocodrink.id). *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 99-111. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1796>
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>
- Malikha, A. F., & Wirawanda, Y. (2022). Analisis resepsi terhadap romantisme pada vlog YouTube (studi analisis resepsi vlog YouTube "Isti Ve Musab" pada penonton perempuan).
- Pradana, E. (2022). Analisis resepsi audiens terhadap penggunaan bahasa Jawa pada konten Dave Jephcott di YouTube channel Londokampung [Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. UMS ETD-db. <https://eprints.ums.ac.id/105471/>
- Putri, A. M., Rohmah, A. N., Nurliah, & Muhammad, H. I. (2026). Analisis resepsi audiens terhadap serial edutainment Academy of Champions yang ditayangkan pada channel YouTube Ruangguru. *JURAGAN: Jurnal Ragam Pengabdian dan Penelitian*, 4395-4405.
- Qomaruddin, H. S. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77-84.
- Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, & Setiawan, A. A. (2024). Optimalisasi teknik wawancara dalam penelitian field research melalui pelatihan berbasis participatory action research pada mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135-142. <https://doi.org/10.37640/japd.v4i2.2100>
- Sitorus, H. V. S. N., & Sembiring, Y. K. (2022). Peranan Prambors Radio sebagai media komunikasi massa dalam menyampaikan informasi. *Jurnal Darma Agung*, 30(1), 246-253.
- Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan YouTube sebagai media peningkatan pelayanan dan informasi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 298-304. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157>
- Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi massa di kalangan pelajar. *MUTAKALUMIN: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi media baru sebagai media komunikasi dan teknologi informasi. *SADHARANANIKARANA: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4, 623-632.