

**ANALISIS RESEPSI *TOXIC RELATIONSHIP* PADA *CHANNEL*  
YOUTUBE SATU PERSEN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**SHELSA NIKITA SURBAKTI  
188530068**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/1/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/1/24

# **ANALISIS RESEPSI *TOXIC RELATIONSHIP* PADA *CHANNEL* YOUTUBE SATU PERSEN**

## **SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



Oleh:

**SHELSA NIKITA SURBAKTI**

**188530068**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

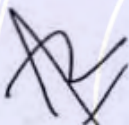
**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

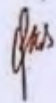
**NAMA** : SHELSA NIKITA SURBAKTI  
**NPM** : 188530068  
**JUDUL** : ANALISIS RESEPSI *TOXIC RELATIONSHIP* PADA  
*CHANNEL YOUTUBE SATU PERSEN*

Disetujui Oleh:


Komisi Pembimbing

  
Dr. Ressi Dwiana, MA

Pembimbing I

  
Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm

Pembimbing II

  
Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan

  
Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 03 Agustus 2023

### HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelsa Nikita Surbakti  
NPM : 188530068  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul : Analisis Resepsi *Toxic Relationship* Pada *Channel* YouTube Satu Persen.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Mei 2023



## ABSTRAK

### **Analisis Resepsi *Toxic Relationship* Pada Channel YouTube Satu Persen**

Penelitian ini berjudul *Analisis Resepsi Toxic Relationship* pada *Channel* YouTube Satu Persen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi penonton dalam *channel* YouTube Satu Persen. Kemudian dibagi menjadi 3(tiga) posisi pemaknaan yaitu Dominan, Negosiasi dan Oposisi dengan menggunakan pendekatan teori Resepsi menurut Stuart Hall. Informan pada penelitian ini adalah *subscriber* dan *non subscriber* pada *channel* YouTube Satu Persen untuk mendapatkan pemaknaan *audiens* setelah menonton tayangan video *toxic relationship*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, melakukan pengumpulan data dengan melalui wawancara mendalam terhadap enam informan yang merupakan khalayak aktif yang mengetahui dan pernah menonton konten dari *channel* YouTube Satu Persen dan memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial YouTube memberikan pemaknaan yang berbeda-beda terhadap pesan yang disampaikan oleh media sesuai sudut pandang informan. Terdapat jawaban Dominan, Negosiasi dan Oposisi. Setelah menganalisis hasil dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa resepsi para informan terhadap tayangan *toxic relationship* dalam *channel* YouTube Satu Persen berada di posisi Dominan. Dimana informan memberikan pandangan positif yang bersifat umum setuju terhadap pesan yang disampaikan oleh media.

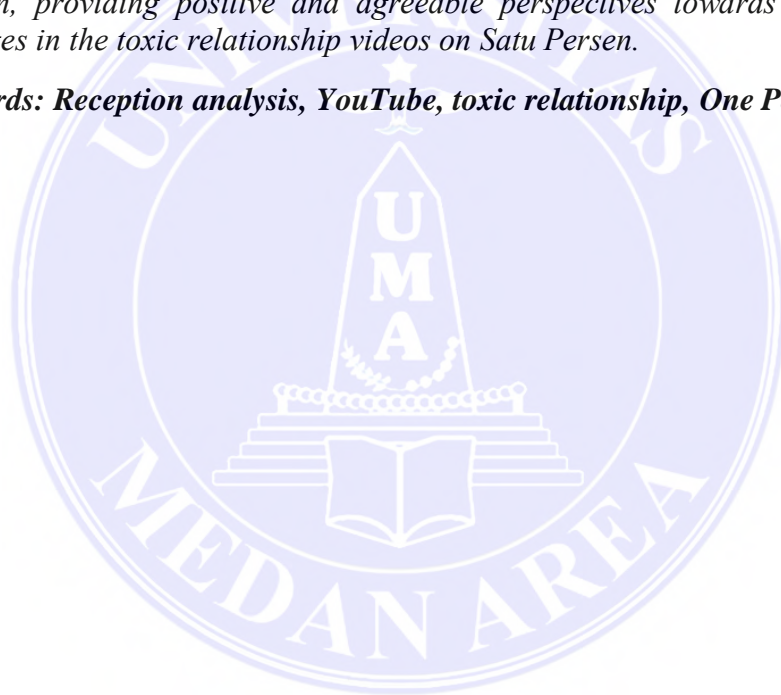
**Kata kunci:** Analisis resepsi, YouTube, *toxic relationship*, Satu Persen.

## **ABSTRACT**

### ***Analysis of Reception of Toxic Relationships on the YouTube Channel Satu Persen***

*The research titled "Analysis of Reception of Toxic Relationships on the YouTube Channel Satu Persen" explores how viewers perceive the content on Satu Persen. Using Stuart Hall's Reception Theory, the study categorizes interpretations into Dominant, Negotiation, and Opposition positions. Subscribers and non-subscribers of Satu Persen contribute their audience interpretations through qualitative in-depth interviews. The findings reveal diverse interpretations influenced by individual perspectives, resulting in Dominant, Negotiation, and Opposition responses. Overall, the informants generally adopt a Dominant position, providing positive and agreeable perspectives towards the conveyed messages in the toxic relationship videos on Satu Persen.*

**Keywords:** *Reception analysis, YouTube, toxic relationship, One Percent.*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Shelsa Nikita Surbakti, anak dari Bapak Drs. Guntur Surbakti dan Ibu Rotua Sinaga, BA. Lahir di Tebing Tinggi, Sumatera Utara pada tanggal 03 Juni 2000. Penulis merupakan anak ke 4 (empat) dari 4 (empat) bersaudara. Penulis pernah bersekolah di SD Perguruan Swasta Budi Dharma, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Swasta Budi Dharma, selanjutnya melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tebing Tinggi.

Pada tahun 2018 sampai sekarang, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Pernah tergabung dalam Organisasi Internal Kampus yaitu IMAJINASI FISIP UMA menjabat sebagai Bendahara Umum pada tahun 2021-2022. Pernah tergabung juga dalam Organisasi Eksternal yaitu Ikatan Mahasiswa Komunikasi Indonesia menjabat sebagai Anggota Infokom pada tahun 2021-2022 dan Aliansi Mahasiswa Tebing Tinggi menjabat sebagai Wakil Sekretaris Jendral pada tahun 2020-2021.

Penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) pada tahun 2021 di salah satu Rumah Produksi (*Production House*) di Yogyakarta yang bernama Maju Lantjar. Kemudian pada bulan Agustus 2022, penulis melaksanakan penelitian skripsi pada media sosial YouTube dengan judul Analisis Resepsi *Toxic Relationship* Pada *Channel* YouTube Satu Persen.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih-Nya, penulis masih diberikan kesehatan serta semangat untuk terus bertahan dalam menghadapi perjalanan hidup yang ada. Skripsi dengan judul “Analisis Resepsi *Toxic Relationship* Pada *Channel* YouTube Satu Persen” dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kendala yang dialami seperti kurangnya kemampuan untuk mendisiplinkan diri sendiri. Namun dorongan dari berbagai pihak membuat penulis untuk tetap semangat dalam proses penulisan skripsi ini. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang ikut andil dalam mendukung, memotivasi, membimbing dan memberitahu berbagai hal yang penulis tidak ketahui. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang tidak pernah meninggalkan, tak berhenti memberikan berkat kesehatan dan selalu memberi kasih-Nya kepada penulis.
2. Ayah dan Ibu yang selalu saya sayangi dan menjadi alasan yang membuat saya tetap berjuang dalam menjalani hidup sampai saat ini.
3. Kepada diri saya sendiri yang tetap kuat dalam melewati berbagai masalah yang ada, semoga bisa tetap bertahan dan menjadi lebih baik setiap harinya.

4. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M.Sc, sebagai Rektor Universitas Medan Area.
  5. Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, sebagai Dekan FISIP UMA
  6. Agnita Yolanda, B.Comm, M.sc, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA.
  7. Kepada dosen pembimbing pertama saya yang membantu mengarahkan dalam penulisan skripsi ini, Ibu Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA.
  8. Kepada dosen pembimbing kedua yang membantu membimbing dalam penulisan skripsi ini, Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm.
  9. Kepada seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terkhususnya Stambuk 18 yang sudah memberikan kenangan manis dan pahit selama saya kuliah.
  10. Kepada teman-teman yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri.

Medan, Mei 2023

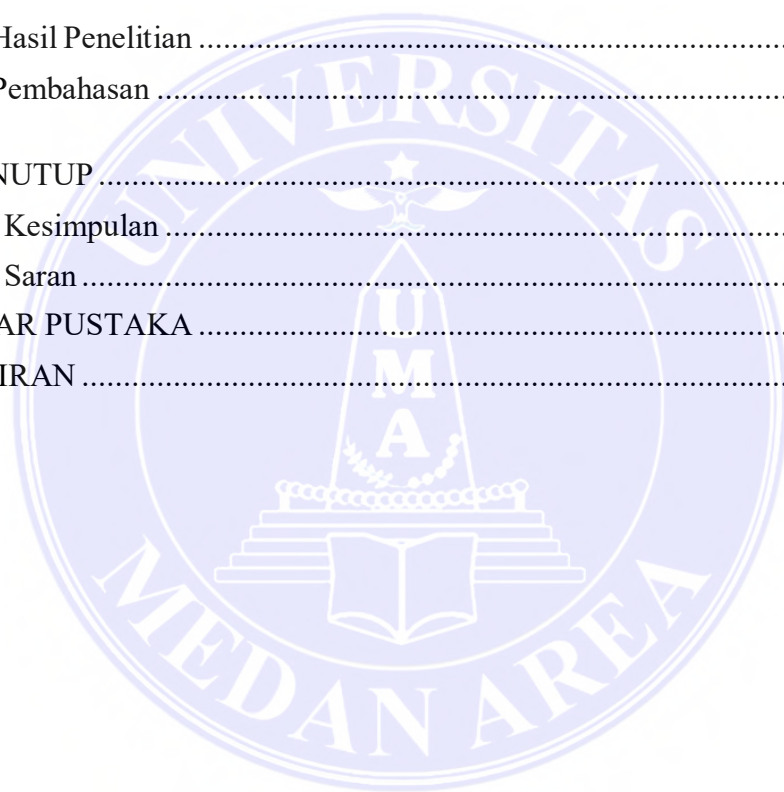
Penulis,

Shelsa Nikita Surbakti

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Komunikasi Massa .....	12
2.2 New Media.....	17
2.3 YouTube .....	21
2.4 Satu Persen.....	26
2.5 <i>Toxic Relationship</i> .....	27
2.5.1 Pengertian <i>Toxic Relationship</i> .....	27
2.5.2 Bentuk-Bentuk <i>Toxic Relationship</i> .....	30
2.5.3 Faktor yang Menyebabkan <i>Toxic Relationship</i> .....	33
2.5.4 Dampak <i>Toxic Relationship</i> .....	35
2.6 Teori Analisis Resepsi .....	38
2.7 Penelitian Terdahulu.....	42
2.8 Kerangka Berfikir.....	46
III. METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Metode Penelitian.....	47
3.2 Waktu Penelitian .....	48
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.4	Kriteria Informan.....	50
3.5	Instrumen Penelitian.....	51
3.6	Teknik Analisis Data.....	51
3.7	Uji Keabsahan Data.....	52
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	54
4.1.1	Tayangan konten video <i>toxic relationship</i> pada <i>channel</i> YouTube Satu Persen.....	54
4.1.2	Profil <i>Channel</i> YouTube Satu Persen.....	57
4.2	Profil Informan.....	64
4.3	Hasil Penelitian.....	65
4.4	Pembahasan.....	78
V.	PENUTUP.....	86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran.....	87
	DAFTAR PUSTAKA.....	88
	LAMPIRAN.....	91



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Channel</i> YouTube Satu Persen.....	26
Gambar 2 <i>Channel</i> YouTube Satu Persen.....	57
Gambar 3 Konten-konten <i>Channel</i> YouTube Satu Persen.....	61



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 2 Tayangan Konten Video .....	54
Tabel 3 Tayangan Konten Video .....	56
Tabel 4 Proses Pemaknaan Informan.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara 1.....	91
2. Transkrip Wawancara 2.....	93
3. Transkrip Wawancara 3.....	95
4. Transkrip Wawancara 4.....	97
5. Transkrip Wawancara 5.....	99
6. Transkrip Wawancara 6.....	101
7. Dokumentasi.....	103



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial dan ini terjadi karena secara individu, manusia membutuhkan manusia lain untuk keberlangsungan hidupnya. Untuk menjalani kehidupan sosialnya, tentu saja manusia memerlukan interaksi dan kehadiran orang lain baik secara langsung atau pun tidak langsung. Manusia sebagai makhluk sosial berasal dari kata latin “*socius*” berarti ber-masyarakat yang mendahulukan kepentingan bersama. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat melakukan kegiatan dengan sendirian tanpa adanya keterlibatan dari orang lain. Manusia akan selalu membutuhkan wadah untuk melakukan suatu kegiatan. Wadah ini kemudian dikenal sebagai tempat berinteraksi bagi suatu individu baik secara individu maupun berkelompok (Purwantiasning, 2017). Perkembangan media saat ini sangat memudahkan manusia untuk berinteraksi secara tidak langsung.

Media merupakan salah satu wadah dalam penyampaian informasi dan pesan. Media adalah perantara yang digunakan untuk menyebar atau menyampaikan ide, gagasan dan pendapat sampai kepada penerima pesan yang dituju (Arsyad, 2002). Pada zaman dahulu, manusia hanya bisa berinteraksi melalui tatap muka (*face to face*), sedangkan pada masa sekarang, manusia bisa berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi secara online dengan jangkauan yang sangat luas. Tentu saja ini memberikan kemudahan bagi setiap individu dalam berkomunikasi. Setiap orang yang memiliki akses internet dapat dengan mudah menggunakannya tanpa batas dari seluruh belahan dunia yang menggunakan internet dalam wujud jejaring



sosial. Jejaring sosial merupakan salah satu bentuk dari media sosial yang juga merupakan media massa.

Media sosial dalam Bahasa Inggris yaitu “*Social Media*”, kata “*social*” artinya sebuah interaksi dan kata “*media*” berarti wadah dari sebuah interaksi itu sendiri. Adapun jenis-jenis dari media sosial ini diantaranya *Twitter, Instagram, Tik-Tok, YouTube, Facebook* dan lain sebagainya. Media sosial bisa juga digunakan sebagai alat komunikasi untuk menghubungi keluarga yang jauh atau teman yang sudah lama tidak berkabar. Media sosial saat ini juga digunakan untuk berbagai macam jenis bisnis untuk mempromosikan barang dan jasa yang dijual. YouTube adalah media sosial kedua yang paling banyak dicari dan digunakan di Indonesia.

YouTube merupakan salah satu jenis dari media sosial yang memberikan berbagai informasi dalam berupa visual atau gambar bergerak yang bisa diakses dengan mudah. Pada tahun 2006, YouTube resmi dibeli oleh Google. Berdasarkan data yang ada dari *We Are Social* tahun 2019, penggunaan internet menghabiskan waktu online selama 8 jam 36 menit perharinya. Kemudian berdasarkan data *ComScore* tahun 2021 menyebutkan bahwa, lebih dari 100 juta orang Indonesia telah menggunakan YouTube yang tergolong dalam pengguna dewasa. Pada tahun 2013, YouTube memberikan bayaran kepada para pengunggah video yang memiliki jumlah 1.000 *subscribers*. Hal ini yang membuat banyak orang berlomba-lomba untuk membuat berbagai jenis video yang berbeda ke *platform* YouTube mereka untuk sekedar hobi atau juga mencari pemasukan. Penggunaan dari YouTube sendiri memberikan efek yang positif juga negatif bagi masyarakat dan memberikan informasi yang berguna serta video motivasi bagi penggunanya.

Di masa pandemi, YouTube juga digunakan sebagai media pembelajaran antara guru dan siswa agar proses belajar mengajar tetap bisa dilakukan dengan mudah secara online. Siswa dapat mempelajari tutorial-tutorial pembelajaran melalui video yang di *upload* oleh guru mereka. Saat ini YouTube banyak diminati oleh masyarakat dibandingkan televisi, karena pengguna YouTube bisa memilih sendiri tayangan yang ingin ditonton seperti film pendek, *trailer film*, video edukasi, musik video, video motivasi dan masih banyak lagi. Teori *uses and gratification* mengatakan bahwa yang menjadi masalah bukan bagaimana media dapat mengubah sikap dan perilaku manusia, melainkan bagaimana media dapat memenuhi kebutuhan pribadi maupun sosial dari khalayak (Severin & Tankard, 2008). Salah satu konten YouTube yang banyak dicari saat ini adalah pembahasan tentang edukasi untuk lebih mengenal diri sendiri, bagaimana cara kita dalam menyelesaikan masalah dan pembahasan tentang hubungan berpacaran. Pembahasan tentang hubungan berpacaran adalah salah satu topik yang paling banyak dicari atau dibahas dalam beberapa *channel* YouTube yang sudah terkenal di Indonesia.

Hubungan percintaan tidak hanya sebatas cinta pada keluarga dan sahabat, melainkan hubungan antara dua manusia yang diwujudkan dalam status berpacaran. Dalam hubungan pacaran juga terjalannya interaksi yang terjadi dalam suatu hubungan yang sangat mempengaruhi satu sama lain, baik secara positif atau pun negatif. Kemungkinan yang terjadi adanya obrolan satu arah yang membuat perasaan tidak nyaman dari suatu interaksi atau obrolan itu bahkan lebih parahnya sampai merasa terkekang dalam menjalin sebuah hubungan yang bisa dikatakan masuk dalam kategori *toxic relationship*.

Pacaran merupakan sebuah proses bertemunya dua orang dan melakukan interaksi yang 'saling' antara satu sama lain, biasanya sering melakukan pertemuan secara langsung dan beraktivitas bersama-sama dengan tujuan untuk dijadikan pasangan hidup (Benokraitis, 1996). Dalam berpacaran, membangun hubungan yang selaras dengan orang lain tentu saja membutuhkan simpatik yang besar antara dua pihak. Hubungan yang sehat di dalamnya terjalin kasih sayang, rasa hormat, perhatian yang timbal balik dan memiliki minat yang kuat untuk membahagiakan satu sama lain. Wajar jika suatu hubungan mengalami konflik atau berbeda pendapat.

Pertengkaran bisa terjadi karena beberapa konflik misalnya karena perbedaan karakter satu sama lain, perbedaan pendapat akan suatu hal dan keinginan pasangan yang tidak dapat diwujudkan. Tetapi jika hubungan sering mengalami konflik yang terus-menerus terjadi tanpa adanya solusi, maka dapat menyebabkan salah satunya merasa tertekan, terancam dan kemudian terpaksa. Hubungan yang tidak sehat seperti ini bisa menjadi pemicu awal yang membuat hubungan menjadi bermasalah/beracun bagi pasangan, inilah yang disebut dengan *toxic relationship* (Carruthers, 2011). Sikap posesif yang dilakukan secara berlebihan bisa menjadi tanda bahwa hubungannya tidak sehat. Seseorang melakukan sikap posesif karena ingin mengetahui secara detail apa saja yang dilakukan oleh pasangannya dengan cara membatasi kegiatan sehingga pasangannya tidak memiliki ruang gerak tersendiri.

*Toxic relationship* bisa saja dialami oleh keluarga, pasangan, teman dan kolega. Hubungan ini rentan membuat para penderitanya menjadi tidak produktif, terjadi gangguan mental, memicu terjadinya emosional yang berujung pada tindak

kekerasan. (Julianto dkk, 2020). Hubungan yang tidak sehat cenderung memiliki komunikasi satu arah yang dimana ia hanya ingin didengarkan tapi tidak mau mendengarkan. Hubungan yang *toxic* biasanya merasakan tidak adanya kenyamanan, tidak aman, cemburu yang tidak wajar, mengkritik secara berlebihan, keegoisan, kurang dihargai, merendahkan pasangan, bahkan bisa terjadinya kekerasan baik itu fisik dan psikis. *Toxic relationship* juga bisa membuat salah satu pihak atau keduanya mempunyai trauma yang mendalam. Murray (2007) mengatakan bahwa bentuk kekerasan-kekerasan dalam pacaran berupa kekerasan fisik (*physical abuse*) yang dimana korbannya mendapat perlakuan tidak menyenangkan karna mendapatkan kekerasan fisik sehingga mengalami luka pada tubuhnya baik luka ringan atau luka berat, kekerasan psikis (*emotional abuse*) merupakan bentuk kekerasan yang bersifat mempermalukan, mengancam, memaki dan secara tidak langsung membuat korbannya terpuruk bahkan menjadi trauma, dan selanjutnya kekerasan seksual (*sexual abuse*) yang dimana korban dipaksa untuk melakukan hubungan seksual yang bersifat merendahkan korban bahkan bisa menyakiti korban seperti mencium, meraba, memaksa untuk melakukan hubungan seksual, mengancam dan menganiyaya korban bila ia tidak mau mengikuti perintahnya.

Kekerasan dalam pacaran ialah usaha untuk mempertahankan kekuasaan dan kontrol terhadap pasangannya. Salah satu ciri-ciri dari *toxic relationship* yaitu kemarahan, frustrasi, tidak bahagia dan gangguan yang dilakukan dari pasangan. Kekerasan dalam hubungan berpacaran tidak memandang korbannya, tidak memandang ia perempuan atau laki-laki. Semua bisa menjadi korban jika sudah terlanjur masuk ke dalam hubungan yang tidak sehat.

Tahun 2020 tercatat pada Komnas Perempuan (CATAHU, 2021) bahwa sebanyak 1.309 kasus perempuan Indonesia mengalami kekerasan yang dilakukan oleh pacarnya. Terdapat 37% perempuan di Asia-Afrika mengalami kekerasan paling banyak dibandingkan negara lainnya. Informasi ini didapat dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA, 2018).

Pria juga dapat menjadi korban kekerasan ini. Tahun 2003, 2008, 2013 terjadinya kekerasan dalam berpacaran yang korbannya adalah laki-laki. Pada tahun 2017, 14% laki-laki yang selamat dari kekerasan ragu untuk melaporkannya dan mencari bantuan.

Kekerasan yang dilakukan oleh perempuan sering kali dianggap sebagai sesuatu hal yang biasa dan diakui oleh masyarakat, sedangkan laki-laki sering sekali akan menerima kekerasan yang dilakukan oleh perempuan dalam berpacaran. Berbeda halnya jika korban adalah perempuan, kekerasan yang dialami oleh perempuan pada umumnya akan lebih dianggap dibandingkan kekerasan yang dialami oleh laki-laki.

Sayangnya, pada masyarakat Indonesia sendiri kekerasan dalam berpacaran tidak terlalu dipedulikan. Hal ini terjadi karena sebagian besar masyarakat menganggap ini hanya sebatas masalah moral yang mengatas namakan cinta, sehingga korban biasanya tidak menyadari, bahwa ia menjadi korban kekerasan dalam berpacaran. Hal ini juga yang menjadi alasan kekerasan dalam berpacaran jarang sekali dilaporkan, sehingga jarang terungkap apa lagi diproses secara hukum (Akalili, 2020). Mendapatkan perlakuan yang kasar akan memberikan dampak yang sangat membekas bagi para korbannya.

Menurut Heise & Moreno (2002) perlakuan kasar dari pasangan memberikan dampak psikologis, fisik, seksual dan sosial. Secara psikologis, mental korban akan berubah secara perlahan dan memengaruhi berbagai hal dalam hidupnya yang berawal dari cara berpikinya terhadap sesuatu, kestabilan emosi yang sangat rapuh yang bisa menyebabkan depresi. Dampak psikologis ini dapat dikatakan trauma pasca kejadian, trauma ini sangat memengaruhi korban karena adanya kilas balik peristiwa kekerasan yang dialami secara tak terduga dan menyebabkan kecemasan dan ketakutan yang berlebihan (Anindya, *et all.*, 2020). Banyak masyarakat tidak mengetahui secara pasti bagaimana sebenarnya hubungan yang sehat itu sendiri, maka dari itu saat ini banyak media yang menginformasikan tentang *toxic relationship* dengan membuat konten-konten maupun webinar baik di *Instagram* dan *Youtube*. Beberapa diantaranya adalah sebuah lembaga peduli kesehatan mental di Indonesia dengan akun *Instagram*: @menjadimanusia.id, @kawanbicara.id, @rumahberbagiid. *YouTube* merupakan salah satu media di Indonesia yang membahas tentang hubungan beracun ini sendiri, banyak masyarakat Indonesia yang membuat *channel* *YouTube* dan mengambil pembahasan tentang *toxic relationship* menjadi salah topik dalam unggahannya.

*Channel* *YouTube* merupakan alat pada akun *YouTube* yang bisa digunakan untuk mengunggah video pada *YouTube*, mempublikasikannya setelah selesai diunggah dan dapat melakukan aktivitas lainnya seperti berkomentar pada video orang lain. Bahkan bisa menghapus video yang diunggah pada akunnya sendiri. Membuat *channel* *YouTube* adalah sebuah kewajiban jika ingin menjadi *Youtuber*. *Youtuber* adalah ungkapan untuk seorang pembuat konten pada *YouTube*. *Channel* *YouTube* Satu Persen adalah sebuah *startup* pendidikan yang

memberitahu tentang berbagai hal penting didalam hidup yang belum pernah diajarkan di sekolah konvensional. Merujuk dari sumber *channel* YouTube, Satu Persen didirikan pada Januari 2019 dan begitu cepat mendapat perhatian publik. Belum genap setahun didirikan, Satu Persen dinobatkan sebagai *Channel* YouTube dengan perkembangan tercepat di dunia pada bulan November 2019 versi *Nox Influencer*.

Satu Persen memiliki tujuan agar penontonnya bisa lebih kenal dengan diri mereka sendiri, kemudian bisa mengatasi masalah, dan punya keinginan untuk belajar serta berkembang lebih baik lagi. Konten yang dibawakan adalah topik-topik yang berkualitas, ringan dan mudah dimengerti, sehingga membuat Satu Persen banyak dilihat oleh berbagai macam kalangan. Satu Persen memiliki *Subscriber* sebanyak 2,92 juta, memiliki video sebanyak 907 video pertanggal 05 Juni 2023, telah ditonton sebanyak 171.891.522 kali dan terus mengalami peningkatan hingga saat ini. Beberapa hal yang dibahas dalam *channel* ini yaitu kemampuan dasar kehidupan, pemahaman diri, hubungan sosial, produktifitas dan karir dan makna hidup.

Semua topik ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat, bahkan menimbulkan interaksi antara sesama penonton dalam kolom komentar. Pembahasan tentang *toxic relationship* juga diangkat dalam *channel* YouTube ini. Kurang lebih ada 12 video yang di *upload* oleh Satu Persen yang membahas tentang *toxic relationship*. Saat ini kasus *toxic relationship* sedang marak-maraknya terjadi di Indonesia, dan kebanyakan dari mereka tidak menyadari bahwa hubungan yang mereka jalani tidak sehat. Satu Persen memberitahu ciri-

ciri hubungan yang beracun, cara mengatasinya dan bagaimana cara keluar dari hubungan yang tidak sehat itu.

Penulis ingin membahas tentang *toxic relationship* karena saat ini, di Indonesia sendiri banyak hubungan berpacaran yang dikategorikan hubungan tidak sehat. Kurangnya kepedulian korban terhadap dirinya sendiri yang menyebabkan korban susah keluar dari hubungan yang tidak sehat tersebut. Dengan adanya video yang membahas tentang *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen tentu saja banyak memberikan bantuan pada korban yang susah untuk keluar bahkan tidak menyadari hubungannya yang *toxic*. Walaupun *toxic relationship* bisa juga dialami oleh keluarga dan teman, tapi penulis ingin memfokuskan dalam hubungan berpacaran saja. Penulis juga merasakan di lingkungannya juga banyak yang dari mereka tidak menyadari adanya kekerasan dalam hubungan mereka, dan mempercayai bahwa yang dilakukan pasangannya adalah wujud dari rasa cinta itu sendiri.

Biasanya bagi korban yang sudah mengalami hubungan berpacaran sangat lama yang menyebabkan korban tidak mau meninggalkan pasangannya. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Analisis resepsi merupakan sebuah pendekatan untuk dapat melihat bagaimana khalayak dapat memaknai pesan yang diterima oleh sebuah media. Stuart Hall berpendapat bahwa resepsi atau pemaknaan khalayak merupakan adaptasi dari model *encoding-decoding*. Ada tiga bentuk pemaknaan yaitu pemaknaan dominan, pemaknaan yang dinegosiasikan dan pemaknaan oposisi.

Pemaknaan dominan adalah posisi yang dimana kode serta pesan yang disampaikan oleh media diterima oleh khalayak. Tidak adanya perbedaan



penafsiran makna yang terjadi. Selanjutnya, pemaknaan yang dinegosiasikan adalah khalayak memiliki kode atau pesan yang sama dengan yang disampaikan oleh media. Tetapi ada beberapa bagian yang dimodifikasi sesuai dengan kepercayaan yang dialami oleh khalayak. Sedangkan posisi pemaknaan oposisi adalah khayalak memahami isi pesan yang disampaikan secara berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh sebuah media.

Khalayak akan melakukan penolakan terhadap makna yang dibuat dan menggantinya dengan cara berpikirnya sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi khalayak menurut tiga posisi pembacaan menurut Stuart Hall terhadap salah satu video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah “Bagaimana analisis resepsi *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan analisis resepsi *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin penulis capai yaitu:

1. Manfaat Akademis

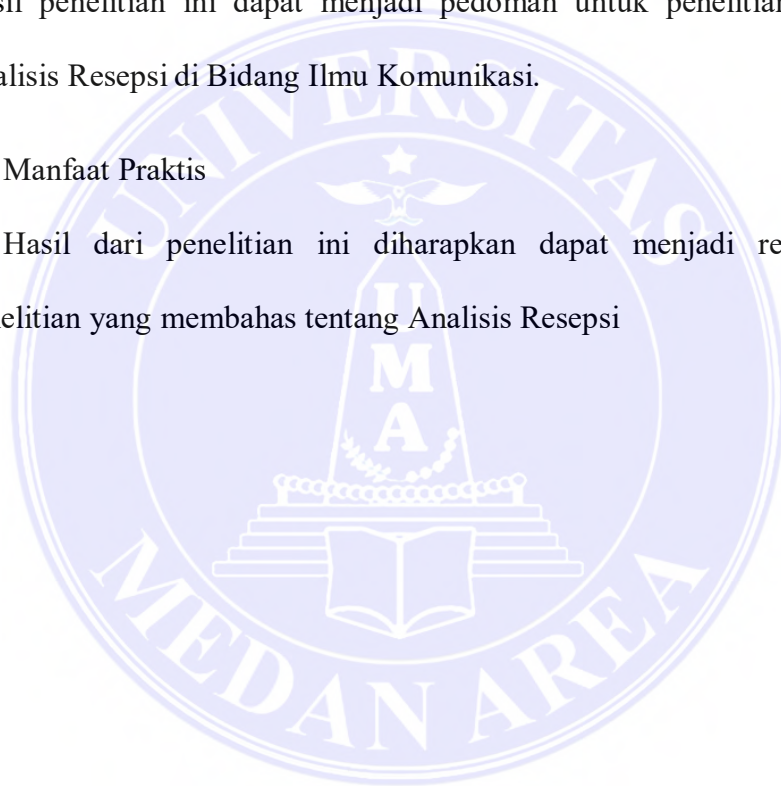
Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi memberikan kontribusi dan menjadi sarana untuk menambah pengetahuan dalam bidang Ilmu Sosial. Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian – penelitian Analisis Resepsi di Bidang Ilmu Komunikasi.

## 3. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang membahas tentang Analisis Resepsi



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan sebuah komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat luas, berbeda dengan komunikasi Interpersonal yang hanya disampaikan pada satu orang atau hanya beberapa orang saja. Menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (Nurudin, 2011), menyatakan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses produksi pesan secara massal/tidak sedikit. Yang disebarkan kepada penerima pesan yang heterogen, luas, dan anonim. Pada umumnya komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa sebagai perantaranya, baik media cetak atau elektronik. Sekalipun komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak menggunakan media massa, maka itu tidak bisa disebut sebagai komunikasi massa.

Proses komunikasi yang terjadi adalah antara manusia dengan media massa yang bertujuan agar para pembaca dan pendengar dapat memahami isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Adapun karakteristik komunikasi massa menurut (Ardianto, 2007) adalah sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan

Ciri dari komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Ada beberapa orang yang ikut ambil bagian dalam proses komunikasi massa, peralatan yang digunakan dan biaya yang diperlukan dalam pembuatannya

bersifat relatif. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

## 2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka, yang artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu saja. Pesan dari komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Tetapi tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dibentuk harus memenuhi kriteria penting/menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan. Maka dari itu pesan komunikasi massa bersifat umum.

## 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain anonim, komunikan dari komunikasi massa adalah heterogen, karena berasal dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda jenis kelamin, usia, latar belakang budaya, pendidikan, agama dan ekonomi.

## 4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan dari komunikasi massa dengan komunikasi yang lainnya adalah jumlah komunikan yang dicapai relatif banyak dan tidak terbatas. Effendy (1993) mengartikan keserempakan media massa sebagai keserempakan dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu dengan yang lainnya berada dalam keadaan

terpisah. Komunikasi yang banyak dapat secara serempak pada waktu yang sama memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dimensi isi menunjukkan isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya yang juga memberitahu bagaimana hubungan peserta komunikasi itu. Salah satu hal yang mendasar dari komunikasi adalah komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikasi tidak dapat melakukan kontak secara langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikasi pun aktif menerima pesan, namun keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana biasanya terjadi pada komunikasi antarpersonal. Hal ini juga yang menjadikan ciri dari komunikasi massa menjadi suatu kelemahan tersendiri.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massanya. Pada radio, publik hanya mendengar, sedangkan pada televisi dan film, publik menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Ciri komunikasi mass ini juga yang dianggap menjadi salah satu kelemahan karena stimulasi alat indra yang terbatas.

8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) dan Tidak Langsung (*Indirect*)

*Feedback* merupakan faktor terpenting dalam proses komunikasi.

Efektivitas komunikasi bisa dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh

komunikasikan. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak dapat mengetahui secara langsung bagaimana reaksi publik terhadap pesan yang disampaikannya.

Ardianto (2007) menurut Gerbner Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari pesan yang berkelanjutan serta paling luas yang dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dilihat dari definisi yang dikemukakan oleh Gerbner bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu produk yang berupa pesan-pesan dari komunikasi. Produk tersebut disebarkan pada publik secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan atau bulanan. Proses membuat pesan tidak dapat dilakukan oleh satu orang saja, melainkan di buat oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu sehingga komunikasi massa akan dilakukan oleh masyarakat industri (Ardianto, 2007)

Peran media massa membuat kemajuan media komunikasi sangat pesat dan memberikan pengaruh terhadap masyarakat baik pemikiran maupun pola hidup. Dilihat dari berbagai macam bentuk media informasi yang ada, hal itu terjadi karena perkembangan teknologi saat ini yang telah menjadikan komunikasi massa memiliki eksistensi yang tinggi dalam pola komunikasi masyarakat modern.

Effendy (1993), berpendapat bahwa fungsi komunikasi secara umum yaitu:

#### 1. Fungsi Informasi

Media massa adalah penyebar informasi untuk pembaca dan pendengar. Publik sebagai makhluk sosial akan selalu mencari informasi tentang peristiwa yang terjadi. Informasi yang dibutuhkan publik bersangkutan dengan kepentingannya.

## 2. Fungsi Pendidikan

Media massa dapat menyajikan hal-hal yang bersifat mendidik, Media massa juga salah satu sarana pendidikan bagi publik. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kemudian divisualisasikan melalui sebuah tayangan atau pun tulisan.

## 3. Fungsi Mempengaruhi

Publik dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan pada televisi atau surat kabar. Misalnya dalam media cetak surat kabar, fungsi mempengaruhi dapat dilihat dalam kolom khusus, iklan atau artikel yang dibuat sedemikian rupa hingga tidak terlihat sebagai artikel yang mempromosikan suatu produk. Publik dapat terpengaruh oleh pesan-pesan dalam tulisan tersebut hingga tanpa sadar melakukan tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh media.

## 4. Fungsi Meyakinkan

Fungsi komunikasi massa pada umumnya memberikan hiburan pada publik, namun ada yang tidak kalah penting yaitu fungsi meyakinkan atau persuasi. Persuasi bisa datang dalam bentuk:

- a. Usaha persuasi di tuju pada upaya mengubah dan memperkuat kepercayaan publik agar bertindak dengan cara tertentu.
- b. Media bisa mengubah orang yang tidak memihak pada suatu masalah tertentu di akibatkan oleh terpengaruh pesan-pesan media.
- c. Fungsi terpenting dari media massa adalah menggerakkan konsumen untuk melakukan sesuatu (*activating*). Media berusaha

mengajak pemirsa agar membeli atau menggunakan produk/merek tertentu.

- d. Fungsi persuasif dari media massa lainnya adalah menetikakan (*ethicizing*). Memperkenalkan etika atau menawarkan dengan memberitahu secara terbuka tentang adanya penyimpangan tertentu dari norma yang berlaku, media membuat publik untuk merubah situasi. Mereka menyajikan etika kolektif pada pembaca dan pemirsa.

Seperti yang disampaikan Vivian (2008), komunikasi massa adalah sebuah proses komunikasi yang menggunakan media massa untuk memberi pesan kepada khalayak luas atau audiens dengan tujuan memberikan informasi, mempersuasi, dan menghibur. Seperti halnya dengan *channel* YouTube Satu Persen, yang memberikan informasi kepada audiens tentang *toxic relationship*. Di dalamnya dirangkum sedemikian rupa dalam bentuk beberapa video, agar audiens dapat mengerti dengan jelas pesan yang disampaikan oleh komunikatornya tentang pengenalan apa itu *toxic relationship*, ciri-ciri, hal yang seharusnya dihindari dan mengapa orang lain terjebak dengan dalam hubungan berpacaran yang *toxic*.

## 2.2 New Media

Istilah dari 'media baru' (*new media*) sudah digunakan sejak tahun 1960-an yang didalamnya menjelaskan bahwa teknologi komunikasi semakin berkembang dan beragam. Kemunculan dari *new media* sendiri adalah salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi digital yang baru. Menurut McQuail (2011) menyatakan bahwa *new media* merupakan istilah yang dipakai untuk berbagai



macam teknologi komunikasi dengan digitalisasi yang memiliki cakupan luas dan memungkinkan adanya penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. *New media* adalah media online berbasis teknologi yang bersifat fleksibel serta aktif dan berfungsi secara publik atau pun privat dengan menggunakan internet (Mondry, 2008).

Munculnya media baru berasal dari berbagai inovasi media lama, yang saat ini kurang relevan digunakan pada perkembangan teknologi dimasa sekarang. Media lama seperti televisi, majalah dan buku, bukan berarti ditinggalkan begitu saja melainkan berkembang dan beradaptasi dalam wujud media baru. Teori media baru dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengatakan bahwa media baru merupakan sebuah teori yang membahas perkembangan media. Teori ini berasumsi bahwa bentuk dari kecanggihan pada media baru, cenderung membuat *audience* untuk pasrah menerima begitu saja pesan yang disampaikan oleh media. Pierre Levy berpendapat bahwa *WWW (World Wide Web)* adalah wadah dari sebuah informasi yang terbuka, fleksibel serta dinamis yang dimana memungkinkan manusia untuk dapat mengembangkan pengetahuan yang baru dan dapat terlibat dalam dunia demokratis tentang pemberi kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa, media baru merupakan proses dari penyebaran informasi yang membuat informasi tersebut menjadi lebih cepat tersebar serta efisien dalam penyampaiannya dan memanfaatkan teknologi di dalamnya.

Menurut dari Lister, dkk. (2009: 13-14) mengemukakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

### 1. Digital

Media baru mengacu pada digital, yang dimana semua data dapat diubah menjadi angka pada proses media digital. Data yang sudah diolah menjadi angka, kemudian diproses dan disimpan dalam bentuk cakram digital. Data dapat dengan mudah diakses dengan kecepatan tinggi dan dibuat menjadi ukuran yang lebih kecil.

### 2. Interaktivitas

Merupakan ciri utama dari media baru. Karakteristik ini mengizinkan pengguna berinteraksi satu sama lain, bisa dimiliki semua orang dengan mudah dan hanya memerlukan jaringan internet.

### 3. *Hypertextual*,

Teks yang mampu menghubungkan kembali informasi yang terdapat pada media lama ke dalam media baru kemudian disesuaikan dengan tampilan baru.

### 4. Jaringan

Di dalam media baru terdapat beberapa jaringan yang tujuannya untuk memberi kemudahan pada konsumen memperluas partisipasinya.

### 5. Virtual

Karakteristik ini mewujudkan dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan pada lingkungan grafis komputer dan video digital.

### 6. Simulasi

Tidak berbeda jauh dari virtual, karakteristik ini menirukan beberapa dari bagian media lama yang masih bisa digunakan dalam media baru. Hal ini

juga terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan dengan model tertentu.

Ciri-ciri media baru menurut Mc Quail (2011) yaitu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan pun tidak tergantung pada lokasinya, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer. Setiap penggunanya adalah seorang komunikator dan kontrol yang tidak ketat. Masyarakat saat ini sudah sangat mudah mengakses internet, tidak hanya dapat diakses melalui komputer saja tetapi kini dapat diakses melalui telepon seluler atau lebih dikenal dengan sebutan *handphone*. Mc Quail (2011) juga menyatakan media baru kedalam beberapa kategori yang dibedakan berdasarkan penggunaan, jenis, konteks dan kategorinya yaitu:

1. Media komunikasi antar pribadi adalah telepon seluler(*handphone*) dan surat elektronik (*e-mail*).
2. Media permainan interaktif yaitu yang berbasis komputer/aplikasi game.
3. Media pencarian informasi adalah sumber data yang memudahkan seseorang dalam mencari informasi diinternet dengan menggunakan awalan WWW (*world wide web*).
4. Media partisipasi kolektif adalah situs jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook*, *Instagram* dan lainnya.
5. Substitusi media penyiaran merupakan media yang dapat memudahkan penggunanya mengunduh suatu konten misalnya konten film, lagu dan lainnya.

*New media* saat ini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Kemunculan dari situs jejaring sosial seperti *Instagram*,

*Twitter, Line, Snapchat* membuat publik beramai-ramai menggunakan media sosial ini. Umumnya di dominasi pengguna usia muda yang menggunakannya karena rasa ingin tahu yang tinggi dan sudah menjadi gaya hidup. Usia muda ini mencakup remaja dan mahasiswa. Perlunya pengawasan dari orang tua karena media sosial memiliki pengaruh yang kuat bagi perubahan sikap remaja khususnya.

### 2.3 YouTube

YouTube merupakan sebuah situs *web video sharing* yang sangat populer dan di tonton oleh ribuan orang setiap harinya. Situs video ini menyediakan berbagai macam informasi berwujud ‘gambar bergerak’. Situs ini disediakan untuk mereka yang ingin melakukan pencarian informasi berupa video dan menontonnya secara langsung. YouTube adalah sebuah komunitas berbagi video yang dimana penggunanya bisa meng-*upload* dan melihat berbagai macam video *online* menggunakan *browser web* (Miller, 2009). YouTube lahir pada tahun 2005 yang didukung oleh tiga mantan karyawan perusahaan *finance online PayPal* di Amerika Serikat yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Nama YouTube terinspirasi dari nama sebuah kedai pizza dan restoran Jepang di San Mateo, California.

Pada tahun 2006, YouTube telah menjadi situs yang sangat berkembang dengan cepat. Pada bulan Juni 2006 situs video YouTube masuk ke dalam bidang kerjasama dan periklanan dengan NBC. Pada bulan Oktober 2006 saham situs video YouTube di beli oleh Google dengan nilai USD 1,65 Juta. Diperkirakan dengan durasi 20 jam video di *upload* ke YouTube setiap menitnya dengan 6

miliar *views* per hari. Fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi yang ada sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh pengguna. YouTube saat ini sangat mudah diakses hanya menggunakan internet, publik dapat membuka aplikasi YouTube dimana saja dan kapan pun dengan menggunakan *handphone*. Terdapat beberapa karakteristik dari YouTube yang membuat pengguna betah menggunakannya (Faiqah, dkk. 2016):

1. Durasi dalam mengunggah video tidak ada batasan. Hal ini yang membedakan YouTube dengan aplikasi lain yang membuat batasan durasi minimal waktu.
2. Sistem pengamanan yang akurat. YouTube tidak mengizinkan video yang mengandung ilegal, sara dan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum video di unggah.
3. Berbayar. Saat ini YouTube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton maka akan diberikan honorarium (Theoldman, 2014)
4. Sistem *offline*. Fitur bagi pengguna agar dapat menonton videonya dengan sistem *offline*, tetapi sebelumnya video tersebut harus di *download* terlebih dahulu.
5. Tersedianya editor sederhana. Di awal mengunggah video, pengguna ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. *Menu* yang ditawarkan adalah memotong video, mem-*filter* warna atau menambahkan efek pada video.

Di Indonesia pengguna media sosial sangat besar, mulai dari media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan lainnya sampai pada media berbasis

video seperti YouTube. YouTube merupakan media sosial yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Pengguna YouTube berasal dari segala kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua. Video yang sering dilihat mulai dari melihat video tutorial, video *review*, memutar musik dan lain sebagainya. Pengguna internet pasti sudah pernah menggunakan YouTube, baik untuk hiburan ataupun mencari berbagai informasi dan video tutorial. Kesuksesan yang diraih YouTube didunia internet memacu banyak perusahaan untuk membuat *channel* di YouTube.

Sebuah video dapat memberikan inspirasi dan memotivasi siswa dalam pembelajaran yang disediakan. Salah satu kegunaan dari menyediakan video untuk pembelajaran sangat membantu guru dalam pembelajaran secara daring. Hal ini menjelaskan bahwa pemanfaatan dari media YouTube sendiri di kalangan siswa dan guru dalam hal pembelajaran memberikan dampak yang positif. Pembelajaran dari media YouTube adalah alat pengantar pesan dari guru terhadap siswa untuk memberikan dorongan pada proses pembelajaran agar lebih baik dan terkendali melalui video yang disediakan pada YouTube, sehingga siswa dapat dengan mudahnya memahami dan mendalami materi pelajaran yang ada. Banyaknya jenis video yang bisa didapatkan pada YouTube dengan jutaan video diunggah setiap harinya dan jutaan penonton yang datang silih berganti mengunjungi media sosial YouTube. Berikut adalah beberapa jenis konten video yang ada pada YouTube:

#### 1. Video musik

Jenis video ini menduduki peringkat pertama jumlah penonton di YouTube. Banyak artis dan penyanyi yang beramai-ramai mendaftarkan

*royalty* dan membuat hak cipta agar video mereka dapat diunggah dalam YouTube.

2. Video *movie*/film

Penonton dapat menikmati film yang ada pada YouTube

3. Video lucu

Video yang dibuat untuk menghibur penonton yang melihatnya. Jenis video ini memiliki jumlah *rating* yang cukup tinggi.

4. Video olahraga

Jumlah *rating* pada video ini juga lumayan tinggi, banyak orang yang tidak sempat menonton siaran langsung dan dapat melihatnya di YouTube.

5. Video tentang *game*

Video jenis ini biasanya membahas tentang strategi cara bermain *game* dengan baik dan benar. *Game* sangat disukai semua kalangan, maka dari ini jenis video ini populer diantara para *gamers*

6. Video berita

Video yang disajikan adalah berita yang lagi hangatnya dibahas. Tidak banyak juga orang yang mempunyai waktu untuk melihat berita pada televisi, tetapi dapat melihat perkembangan berita pada video di YouTube.

7. Video tutorial

Video ini banyak digemari orang-orang yang ingin belajar secara langsung dengan melihat medianya dan mempraktekkannya. Video ini sangat membantu bagi yang awam sekalipun. Contohnya video yang membahas cara bermain gitar, cara mengedit video dan sebagainya.

8. Video pengajaran dan ilmu pengetahuan

Video jenis ini memberikan materi pelajaran secara berbeda, mulai dari video yang menjelaskan materi tetapi berupa animasi, kartun dan lainnya yang menarik perhatian penonton agar tidak bosan mendengarkan materi pelajaran yang diberikan.

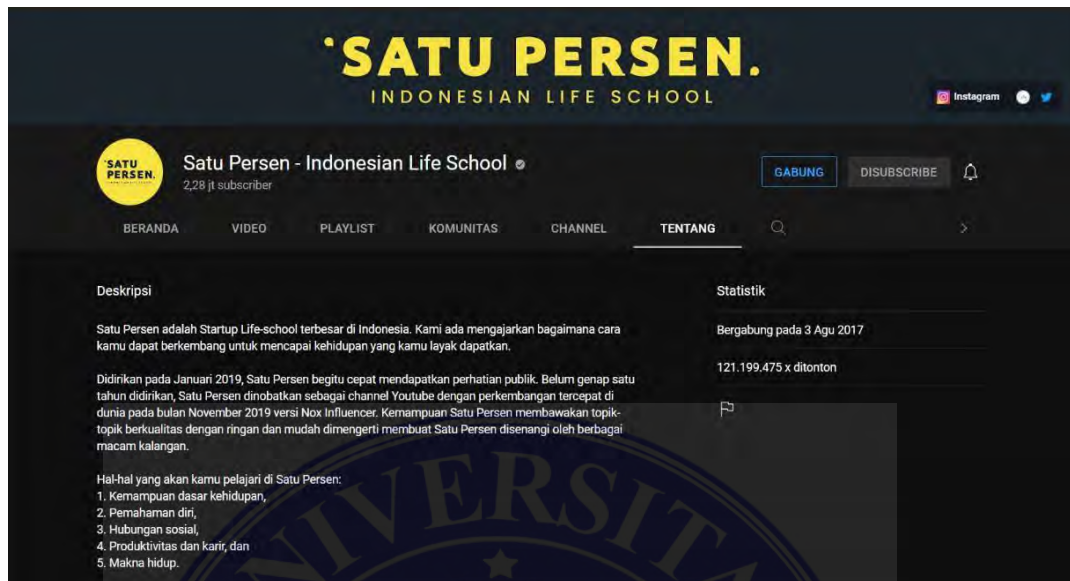
#### 9. Video tentang alam dan wisata

Video yang membahas tentang alam bagi yang suka berpetualang, cukup banyak juga penonton mencari-cari tentang tempat wisata yang sedang populer.

Nur Rohim (2019) YouTube menurut Dr. Rulli Nasrullah adalah sebuah media sosial yang berbasis internet dengan berisi konten video di dalam media tersebut. Seseorang dapat memberikan informasi dengan cara membuat *channel* YouTube. Pemilik *channel* tersebut adalah publik yang mempunyai akun. Dari *channel* tersebut pengguna dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Jadi, bisa disimpulkan bahwa *channel* YouTube diibaratkan sebagai *channel* TV milik pribadi yang terdapat di media sosial, dimana program-program yang akan ditayangkan sesuai dengan keinginan si pemilik *channel*.



## 2.4 Satu Persen



Gambar 1 Channel YouTube Satu Persen

(sumber: YouTube)

Satu Persen-*Indonesian Life School* adalah *startup* pendidikan yang mengajarkan tentang pengetahuan serta kemampuan penting dalam hidup yang belum diajarkan di sekolah dan masyarakat luas. Didirikan pada pertengahan tahun 2019 oleh Ifandi Khainur Rahim dan Rizky Andriawan yang keduanya memiliki keresahan yang sama tentang permasalahan mental *health* dan *self-development* di Indonesia. *Channel* YouTube Satu Persen mendapatkan perhatian publik dengan begitu cepat. Hal ini dilihat dari penghargaan yang diberikan oleh *Nox Influencer* sebagai salah satu *channel* YouTube dengan perkembangan tercepat di dunia pada tahun 2019. Saat ini akun YouTube Satu Persen memiliki 2,92 juta *subscriber*, ditonton pertanggal 05 Juni 2023 sebanyak 171.891.522 kali dan terus mengalami peningkatan hingga saat ini. Tujuan besar dari Satu Persen adalah agar semua orang di Indonesia bahkan di dunia bisa menjadi berdaya dengan memiliki *identity aware*, *active problem solver* dan *growth mindset*. Untuk

mencapai tujuannya, Satu Persen mempunyai kurikulumnya sendiri yaitu *fundamental & basic skills, self knowledge, relationship, career* dan *bigger meaning & philosophy of life* yang diturunkan melalui layanan utama seperti mentoring, konseling, kelas online, webinar dan tes *online* gratis. Konten pada *channel YouTube* Satu Persen dibawakan dengan topik-topik yang berkualitas serta mudah dimengerti agar mudah di konsumsi publik dari berbagai kalangan.

Salah satu video yang saat ini menjadi perhatian publik adalah pembahasan tentang *toxic relationship*. Video yang diunggah memberi pengetahuan tentang apa itu *toxic relationship*, apa saja ciri-ciri dari *toxic relationship* dan bagaimana cara keluar dari hubungan yang *toxic*. Banyak dari masyarakat tidak menyadari jika terlibat didalam hubungan yang tidak sehat, banyak juga dari masyarakat yang ingin keluar dari hubungan yang tidak sehat itu dan menjadikan video Satu Persen motivasi untuk segera keluar dari hubungan itu. Kurang lebih terdapat 12 video yang diunggah dalam akun YouTube Satu Persen yang membahas tentang *toxic relationship*. Satu Persen percaya bahwa setiap orang yang terjebak dalam hubungan yang *toxic* dapat segera keluar dan termotivasi untuk menjadi lebih baik setidaknya 1% setiap harinya.

## **2.5 Toxic Relationship**

### **2.5.1 Pengertian Toxic Relationship**

Istilah *toxic relationship* saat ini banyak digunakan oleh orang awam untuk menggambarkan masalah hubungan beracun yang dialami oleh seseorang, dimana satu orang lebih banyak memberi dari pada menerima, salah satu pihak tidak bisa mengambil keputusan sendiri dan terlalu bergantung pada pasangan mereka.

Menurut Psikolog dari Universitas Indonesia yaitu Rose Mini mengatakan bahwa istilah *toxic* ini sebenarnya tidak masuk sebagai istilah yang ada di Psikologi. Tetapi ini menjadi populer dan kerap kali digunakan oleh kebanyakan orang. *Toxic Relationship* adalah istilah lain dari *Condependent Relationship*. Yang dimana *Condependent Relationship* adalah gambaran dari suatu hubungan yang salah satu pihak selalu mengorbankan keinginannya sendiri hanya untuk menyenangkan pihak yang lainnya. Setiap keputusan yang dibuat bukan karena kemauan sendiri, melainkan tergantung kepada persetujuan pihak lainnya. Melihat dari pengertian yang ada, bisa disimpulkan bahwa makna dari *condependent* ini sama dengan *toxic*, dan istilah *toxic relationship* ini mulai sering digunakan oleh masyarakat umum karena penyebutannya yang gampang dan semakin banyak juga orang yang sadar bahwa kesehatan jiwa itu penting.

*Toxic relationship* memiliki arti yaitu, *toxic* yang artinya racun dan *relationship* yang berarti hubungan. Dengan demikian *toxic relationship* adalah suatu hubungan yang terjalin antara satu sama lain yang bersifat merusak, baik merusak hubungan yang sedang terjalin atau pun antar individu. Menurut Lillian, (1995) dalam bukunya yang berjudul *Toxic People*, mengatakan bahwa *toxic relationship* adalah sebuah hubungan yang terjalin dengan orang-orang yang dimana mereka tidak saling mendukung satu sama lain. Selalu terjadi konflik dan berusaha untuk mengontrol salah satu pihak. Hubungan beracun ini tidak hanya terjadi dalam hubungan berpacaran saja, tetapi juga dapat terjadi dalam hubungan antar sahabat, keluarga atau rekan kerja. Biasanya, hubungan beracun kelihatan seperti hubungan yang sehat dari sudut pandang orang luar, akan tetapi hubungan

ini memiliki dampak yang tidak menyenangkan dari orang yang sedang mengalaminya.

*Toxic relationship* dapat terjadi pada setiap orang, namun lebih banyak terjadi pada remaja yang sedang menjalin hubungan berpacaran (Riani, 2021). Menurut J.A. McGruder dalam bukunya yang berjudul *Cutting Your Losses from a Bad or Toxic Relationship*, hubungan yang *toxic* adalah kondisi dimana terdapat perilaku yang secara emosional dilampiaskan oleh seseorang pada pasangannya dan jika dibiarkan, perilaku ini dapat melukai fisik atau pun mental pasangannya (McGruder, 2018). Hubungan yang tidak sehat ini hanya menguntungkan satu pihak tetapi merugikan pihak yang lainnya. Adanya paksaan dan tekanan adalah bagian dari hubungan beracun ini. Anis (2021) menurut Sunarto, kekerasan dalam sebuah hubungan cenderung lebih banyak menimpa perempuan, karena hal ini sejalan dengan sikap perempuan yang biasanya menerima saja dominasi dan perilaku dalam sebuah hubungan yang dilakukan oleh pasangannya.

Dapat disimpulkan bahwa hubungan beracun ini sangat membahayakan bagi setiap orang yang terlibat di dalamnya. Hubungan *toxic* cenderung hanya memiliki komunikasi satu arah, salah satu pihak tidak diberi kesempatan untuk mengambil keputusan atas dirinya sendiri atau pun hubungan mereka. Berbanding terbalik dengan hubungan yang sehat, dimana terdapat kasih sayang didalamnya, adanya perhatian satu sama lain dan rasa hormat. Perdebatan memang sering terjadi didalam hubungan, namun jika perdebatan itu terlalu sering terjadi dan tidak menemukan solusi dari dua individu yang sedang menjalaninya, maka itu hanya dapat menguras tenaga serta kebahagiaan orang yang dirugikan dalam hubungan itu sendiri.

## 2.5.2 Bentuk-Bentuk Toxic Relationship

Ada banyak orang yang terjebak dalam hubungan yang *toxic*. Tetapi tidak semuanya sadar bahwa mereka berada dalam hubungan yang tidak sehat. Hubungan beracun terbentuk karena adanya kekerasan, ketidakjujuran, adanya sikap manipulatif, tidak adanya dukungan, dan terlalu mementingkan emosi sendiri. Emosi negatif yang mengendalikan dan menjadi penyebab mengapa salah satu pihak merasa terikat, padahal itu membuatnya merasa tertekan, tidak bisa menjalani kehidupannya secara produktif, tidak bahagia dan bahkan membenci dirinya sendiri akibat dari perlakuan kasar serta perkataan negatif yang dilakukan secara berulang-ulang. Diperlakukan kasar tentu saja memberikan dampak yang mendalam bagi para korban.

Menurut Heise dan Moreno (2002), perlakuan yang kasar pada pasangan dapat memberikan dampak fisik, psikologis serta sosial. Mental korban akan perlahan-lahan berubah dan mempengaruhi berbagai hal dalam hidupnya, emosi yang rapuh bisa menyebabkan depresi. Harapan adalah salah satu faktor yang menyebabkan salah satu pihak tetap mempertahankan hubungannya walaupun sudah menyadari bahwa pasangannya *toxic*. Sering kali harapan menjadi alasan untuk tetap bertahan di hubungan yang beracun, dengan berfikir salah satu individu mempunyai harapan bahwa pasangannya akan berubah menjadi lebih baik dan tidak akan melakukan hal-hal yang tidak diinginkan kembali terjadi.

Ada beberapa bentuk kekerasan dalam hubungan berpacaran menurut Pattiradjawane, dkk. (2019):

### 1. Kekerasan Fisik (*Physical Abuse*)

Kekerasan fisik adalah suatu tindakan yang mengakibatkan korban mengalami luka pada bagian tubuhnya, luka ini bisa berupa luka ringan maupun luka berat. Bentuk dari kekerasan fisik ini ialah menampar, mendorong, mencekik, menyeret, ataupun menganiaya korban dengan tujuan yang disengaja untuk membuat korban tidak berdaya dan tidak berani untuk melawan. Luhulima (2000) mengatakan bahwa *physical abuse* merupakan bentuk kekerasan yang meninggalkan bekas luka yang nyata di tubuh korban.

## 2. Kekerasan Psikis (*Mental Abuse*)

Kekerasan psikis adalah bentuk kekerasan yang sifatnya mengancam, memaki, memperlakukan yang dapat mengakibatkan korban kehilangan rasa percaya diri dan tidak berani dalam menyampaikan pendapatnya. *Mental abuse* secara tidak langsung membuat korbannya menjadi trauma dalam jangka yang panjang ataupun jangka pendek. Kharisma (2011) mengatakan *emotional abuse* merupakan sebuah kekerasan yang menyerang kejiwaan dan mental seseorang dengan berusaha untuk mengontrol perasaannya dan menanamkan rasa takut pada korban agar korban menjadi patuh terhadapnya. Korban sering kali dibentak ataupun didiamkan oleh pasangannya walaupun korban tidak menyadari kesalahan apa yang telah dilakukannya. Akan tetapi jika kekerasan ini dibiarkan begitu saja akan berdampak pada mental seseorang yang mengakibatkan trauma dan rasa cemas secara berlebihan.

## 3. Kekerasan Seksual

Kekerasan seksual adalah kekerasan yang berwujud paksaan untuk melakukan hubungan seksual terhadap individu yang terlibat dalam hubungan khusus dengan tujuan memperoleh keuntungan. Kekerasan ini juga sering terjadi dalam lingkup rumah tangga. Kondisi ini dikatakan kekerasan seksual karena korban merasakan penderitaan atas apa yang di dapatkannya (Poerwandari, 2005). Bentuk kekerasan seksual seperti melecehkan korban secara seksual, mencium, meraba, berusaha menyentuh korban walaupun sudah dilarang dan melakukan hubungan seksual dengan cara mengancam agar korban mengikuti permintaannya.

#### 4. Kekerasan Ekonomi

Kekerasan ekonomi adalah bentuk kekerasan yang menjadikan seseorang mengalami kerugian dalam ekonomi ataupun finansial karena pasangannya secara sengaja memeras atau memanfaatkan korban. Kekerasan ini akan memaksa pasangannya untuk bekerja dengan keras dan mengambil hasil dari kerja keras korban tersebut, dalam hal ini kerap kali pelakunya adalah laki-laki (Poerwandari, 2005).

Dengan adanya penjelasan tentang beberapa bentuk kekerasan dalam hubungan berpacaran, maka dapat disimpulkan bahwa *toxic relationship* termasuk ke dalam kekerasan psikis, karena didalam *toxic relationship* banyak terjadinya makian dan perilaku untuk mengontrol pasangannya agar memenuhi keinginan si pelaku. Korban akan merasa kesulitan untuk hidup bahagia karena adanya tekanan

tersebut, orang-orang yang berada disekitar korban juga akan menyadari dampak yang terjadi pada korban.

### 2.5.3 Faktor yang Menyebabkan *Toxic Relationship*

*Toxic relationship* merupakan sebuah hubungan yang terdapat keegoisan yang sangat berlebihan di dalamnya, sikap merendahkan pasangannya, tidak ada kejujuran dalam suatu hubungan yang menyebabkan pasangannya merasa tidak nyaman dalam menjalin hubungan tersebut (Effendy, 2019). Sifat posesif kerap kali terjadi dalam hubungan beracun, sifat ini membuat individu mempunyai rasa ingin memiliki seutuhnya terhadap pasangan. Sifat ini juga akan memicu timbulnya rasa cemburu berlebihan ketika pasangannya bersama dengan lawan jenisnya. Rasa cemburu itu timbul karena adanya rasa takut jika pasangannya berpaling dari dirinya.

Egoisme yang tinggi muncul akan membuat seseorang menjadi posesif. Ketika individu berperilaku posesif, maka ia akan melarang pasangannya berpergian dengan lawan jenis karena rasa cemburu yang berlebihan. Individu ini akan merasa takut pasangannya direbut orang lain karena merasa bahwa pasangannya adalah miliknya. Berikut adalah beberapa faktor penyebab *toxic relationship*:

#### 1. Posesif

Pandangan setiap orang tentang posesif memiliki arti yang berbeda. Sifat positifnya adalah mendapatkan perhatian dan perlindungan dari pasangan. Namun negatifnya adalah seseorang akan dipaksa untuk mengikuti kemauan pasangannya. Jika hal ini terus menerus terjadi, maka kesehatan



mental seseorang akan terganggu dan lebih parahnya lagi akan mengakibatkan kekerasan dalam berpacaran.

## 2. Cemburu

Surbakti (2009) mengatakan bahwa cemburu adalah perasaan yang timbul ketika melihat pasangannya bersama dengan orang lain yang berpotensi menjadi ancaman bagi hubungan mereka. Kecemburuan berasal dari pikiran, emosi yang muncul dari rasa terancam terhadap *self-esteem*.

Kecemburuan adalah tanda seseorang peduli satu sama lain terhadap pasangannya. Seseorang yang memiliki tingkat kecemburuan yang tinggi akan berusaha melindungi pasangannya walaupun dilakukan dengan cara negatif dan tidak jarang juga seseorang akan melukai pasangannya sendiri.

## 3. Kurangnya Rasa Percaya

Kepercayaan adalah hal yang penting dalam menjalin suatu hubungan untuk kearah yang lebih serius. Pasangan yang memiliki kepercayaan terhadap pasangannya akan memberikan yang terbaik agar hubungan yang sedang dijalani lebih romantis (Rempel, dkk. 1985). Kurangnya rasa percaya juga bisa mengakibatkan konflik batin yang menyebabkan terganggunya kehidupan sehari-hari. Tidak jarang terjadi konflik di dalam hubungan diakibatkan karena kurangnya rasa percaya terhadap pasangannya. Ketika suatu hubungan terdapat rasa kurang percaya, maka akan menurunkan kualitas hubungan romantis dan menyebabkan terjadinya *toxic relationship*.

## 4. Egois

Egois merupakan perbuatan atau tingkah laku yang dilakukan berdasarkan dorongan atau kepentingan pribadi. Egois berasal dari kata ego yang berarti “aku”, sehingga egois adalah sikap yang berpusat pada diri sendiri untuk kepentingan sendiri. Setiap manusia memiliki sifat ego dalam dirinya dan banyak yang tidak sadar akan sifat egois ini dapat menimbulkan berbagai masalah. Ciri-ciri dari sifat egois adalah selalu merasa bahwa dirinya benar, cenderung tidak menerima masukan dari orang lain, memiliki hidup yang bebas dan tidak suka jika ada yang melarangnya. Sifat egois ini juga selalu melakukan hal yang membuatnya merasa puas tanpa memikirkan orang lain yang diakibatkan dirinya sendiri (Al-Uqshari, 2005).

#### 5. Lingkungan

Lingkungan memberikan dampak besar terhadap kehidupan seseorang, baik dalam lingkungan keluarga, percintaan maupun pertemanan. Kekerasan yang terjadi yaitu korban enggan untuk melakukan hubungan seksual karena pergaulan bebas yang dilihat dari lingkungannya yang mengakibatkan pasangan marah dan melakukan tindak kekerasan.

#### **2.5.4 Dampak Toxic Relationship**

Dampak yang sering terjadi pada korban *toxic relationship* adalah mengalami depresi, kurangnya kepercayaan diri, rasa bersalah dan menyalahkan diri sendiri. *Toxic relationship* berdampak pada fisik maupun psikis seseorang. Dampak psikis yang dialami adalah rasa takut dan cemas yang berlebihan. Rasa cemas berlebih akan menghambat korban untuk menyelesaikan masalahnya dan susah untuk mencari bantuan dari orang lain. Dampak lainnya adalah timbul berbagai penyakit

fisik diantaranya penyakit jantung yang dapat menyebabkan kematian (Wulandari, 2019). Keluar dari hubungan yang beracun tentu saja sangatlah susah, beberapa orang sering mengalami *post traumatic disorder* (PTSD) yang sangat mengganggu kehidupan sehari-hari.

#### 1. Trauma

Trauma merupakan kondisi kejiwaan seseorang yang berakibat pada tingkah laku serta perilaku yang tidak normal karena adanya kejadian buruk yang sangat membekas bagi seseorang dan tidak bisa dilupakan. Trauma terjadi karena adanya perintah dari otak alam bawah sadar yang menimbulkan kembali kejadian-kejadian lalu yang muncul secara tiba-tiba. Trauma memiliki dampak jangka panjang pada korbannya.

#### 2. Depresi

Depresi adalah kondisi emosional seseorang di tandai dengan perubahan perilaku, fisik dan kesedihan seseorang. Seseorang yang mengalami depresi cenderung menutup diri dari lingkungannya. Dampak dari depresi adalah sulit untuk tidur, sulit melakukan aktivitas, adanya rasa bersalah, mudah sedih dan jika mencapai tingkat yang lebih parah akan mengakibatkan percobaan bunuh diri (Greenberger & Padesky, 2004). Menurut Atkinson, *et all.*, (2010) mengatakan bahwa depresi merupakan ketidakberdayaan seseorang untuk mengambil keputusan saat melakukan kegiatan, seseorang yang mengalami depresi akan sering mengalami keadaan yang membuatnya tiba-tiba menangis karena selalu memikirkan kekurangan yang ada dalam dirinya yang membuat tidak percaya diri.

Depresi dapat dikatakan tidak normal apabila sudah mencoba untuk pulih tapi selalu mengganggu aktivitas dan berkeinginan untuk bunuh diri.

### 3. Rasa Cemas

Kecemasan serupa dengan rasa takut yang menghantui pikiran seseorang, kecemasan adalah emosional negatif berdasarkan firasat yang ditandai dengan kesulitan bernafas, jantung berdetak kencang dan berkeringat (Schwartz, 2000). Kecemasan timbul karena adanya bentuk kekhawatiran yang tidak jelas disertai dengan perasaan tidak berdaya. Dikatakan wajar terjadi apabila kadarnya tidak berlebihan, akan tetapi jika kecemasan menjadi hal yang berlebihan maka dapat memberikan dampak negatif pada dirinya sendiri.

### 4. Konflik Batin

Konflik batin merupakan sebuah permasalahan *intern* yang ada dalam diri seseorang karena adanya pertentangan antara keyakinan, dua keinginan dan pilihan yang berbeda. Kondisi kejiwaan seseorang muncul karena adanya ketidaksesuaian dengan harapan yang dimiliki di bawah alam bawah sadar seseorang. Akibat ketidaksesuaian tersebut muncul dari sebuah konflik yang digambarkan melalui perbuatan serta tingkah laku dan dipengaruhi oleh kondisi psikologis seseorang.

Saat ini, sudah banyak lembaga-lembaga peduli Kesehatan mental di Indonesia yang menginformasikan mengenai *toxic relationship* ini sendiri. Selain itu, juga banyak video yang diunggah dalam media sosial seperti YouTube yang membahas tentang *toxic* ini, salah satunya adalah Satu Persen. Satu Persen juga membuat konten di YouTubanya, membuat webinar dan menyediakan konsultasi

secara berbayar. Fenomena *toxic relationship* ini sedang mendapatkan perhatian dari masyarakat karena banyaknya korban yang terlibat dalam hubungan beracun tanpa mereka sadari dan banyak juga *public figure* yang membagikan cerita mereka tentang pengalaman hubungan beracun yang pernah mereka alami.

## 2.6 Teori Analisis Resepsi

Teori resepsi ini pertama kali dikenalkan oleh Stuart Hall. Teori ini sering digunakan untuk menganalisis audiens yang dipadukan dengan analisis resepsi. Resepsi yang diambil dalam bahasa latin yaitu "*recipere*" yang artinya adalah menerima. Resepsi termasuk ke dalam aliran dalam penelitian sastra semenjak tahun 60an yang menggeser fokusnya dari teks sendiri kearah pembaca. Hal ini digunakan untuk para pembaca mengartikan sastra secara luas, dapat bersifat psikologis maupun sosiologis. Analisis resepsi memiliki fokus bagaimana khalayak memaknai isi media secara berbeda, dalam prosesnya pemaknaan khalayak mendefinisikan informasi yang diterima sesuai sudut pandang mereka masing-masing. Stuart Hall mengatakan bahwa resepsi merupakan adaptasi dari model *encoding-decoding* yang dimana ini termasuk ke dalam model komunikasi yang ditemukan pada tahun 1973.

Teori ini menyatakan bahwa makna yang dikodekan (*encoded*) oleh pengirim dapat diartikan (*decoded*) menjadi hal yang berbeda oleh penerima. Tentu saja pengirim akan mengirim pesan sesuai dengan tujuan dan persepsi mereka. Pesan juga diterima kemudian diterjemahkan oleh si penerima berdasarkan persepsi mereka juga. Dalam analisis resepsi khalayak memaknai isi pesan dari media secara berbeda dan tidak akan sama dengan makna yang diperoleh khalayak lainnya (Barker, 2013). Hal ini menjelaskan bahwa isi dari analisis resepsi

merupakan bentuk dari pesan yang disampaikan melalui sebuah media yang dapat dimaknai secara berbeda oleh penerima yang berbeda pula. Menurut Stuart Hall yang dikutip dari Eriyanto (2009), terdapat tiga bentuk pemaknaan antara penulis dan pembaca tentang kemungkinan pesan itu dibaca antara keduanya yaitu:

1. Pemaknaan Dominan (*Dominan Hegemonic Position*), yaitu khalayak mempunyai pengalaman dan keyakinan yang sama dengan produsen (penulis) terhadap pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Dengan kata lain khalayak akan menerima makna secara penuh dan tidak terdapat perbedaan penafsiran antara penulis dengan pembaca pesan. Diposisi ini pesan yang telah dibuat dan disampaikan oleh media benar-benar diterima dengan baik oleh khalayak.
2. Pemaknaan yang Dinegosiasikan (*Negotiated Code atau Position*), yaitu khalayak akan memiliki beberapa kesamaan dengan isi pesan dari sebuah media, tetapi ada bagian yang mengalami perubahan jika terdapat perbedaan dengan kepercayaan dengan kebudayaan mereka. Jadi, khalayak akan menerima pandangan yang bersifat umum, namun akan terjadi penolakan pesan yang dibuat jika tidak sesuai dengan keyakinan khalayak.
3. Pemaknaan Oposisi (*Oppositional Code atau Position*), yaitu khalayak tidak memiliki kesamaan dalam memaknai pesan yang disampaikan melalui sebuah media dan mengantikannya dengan makna sesuai dengan pemikiran khalayak terhadap isi yang disampaikan. Dalam hal ini khalayak melakukan penolakan makna terhadap makna yang dibuat media dan membuat opini mereka sendiri. Tujuan arahan pesan dan pembacaan pasti ada, tetapi tidak akan bisa membuat hanya menjadi satu pembacaan

saja. Pesan yang disampaikan secara satu arah akan diterima dan dipahami dengan cara yang berbeda.

Ada berbagai faktor yang mempengaruhi pemaknaan khalayak dalam membaca pesan yang disampaikan oleh media, yaitu:

a. Pandangan Hubungan Sosial

Pada perspektif ini, respon yang diberikan khalayak terhadap pesan media dipengaruhi oleh hubungan informal. Individu yang mempunyai hubungan sosial yang kuat dapat mengubah dampak komunikasi massa yang diberikan. Berkaitan dengan model *“two step flow of communication”* yang pada tahap pertamanya, informasi megarah pada kelompok-kelompok yang lebih paham terhadap media. Selanjutnya tahap kedua, informasi dari orang tersebut atau lebih sering disebut dengan pemuka pendapat kepada individu yang membutuhkan sebuah informasi melalui saluran interpersonal yang tersedia.

b. Pandangan Sosial Berasumsi

Karakteristik umum seperti jenis kelamin, umur, keyakinan beragama, pendidikan, tempat tinggal membentuk reaksi yang cenderung sama.

c. Pandangan Perbedaan Individual

Perspektif ini memandang bahwa sikap dari setiap organisasi ataupun individu dapat mempengaruhi dalam memilih stimulus dari lingkungan dan bagaimana ia memaknai stimulus tersebut. Contohnya adalah kondisi lingkungan dan pengalaman yang berbeda akan mempengaruhi pemaknaan saat melihat isi pesan dari suatu media.

Jadi dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial adalah pengaruh terbesar terhadap pemaknaan khalayak terhadap informasi yang disampaikan oleh sebuah media yang kemudian mereka dapat memaknai secara berbeda-beda tergantung pada setiap individu.





## 2.7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1 Penelitian Terdahulu**

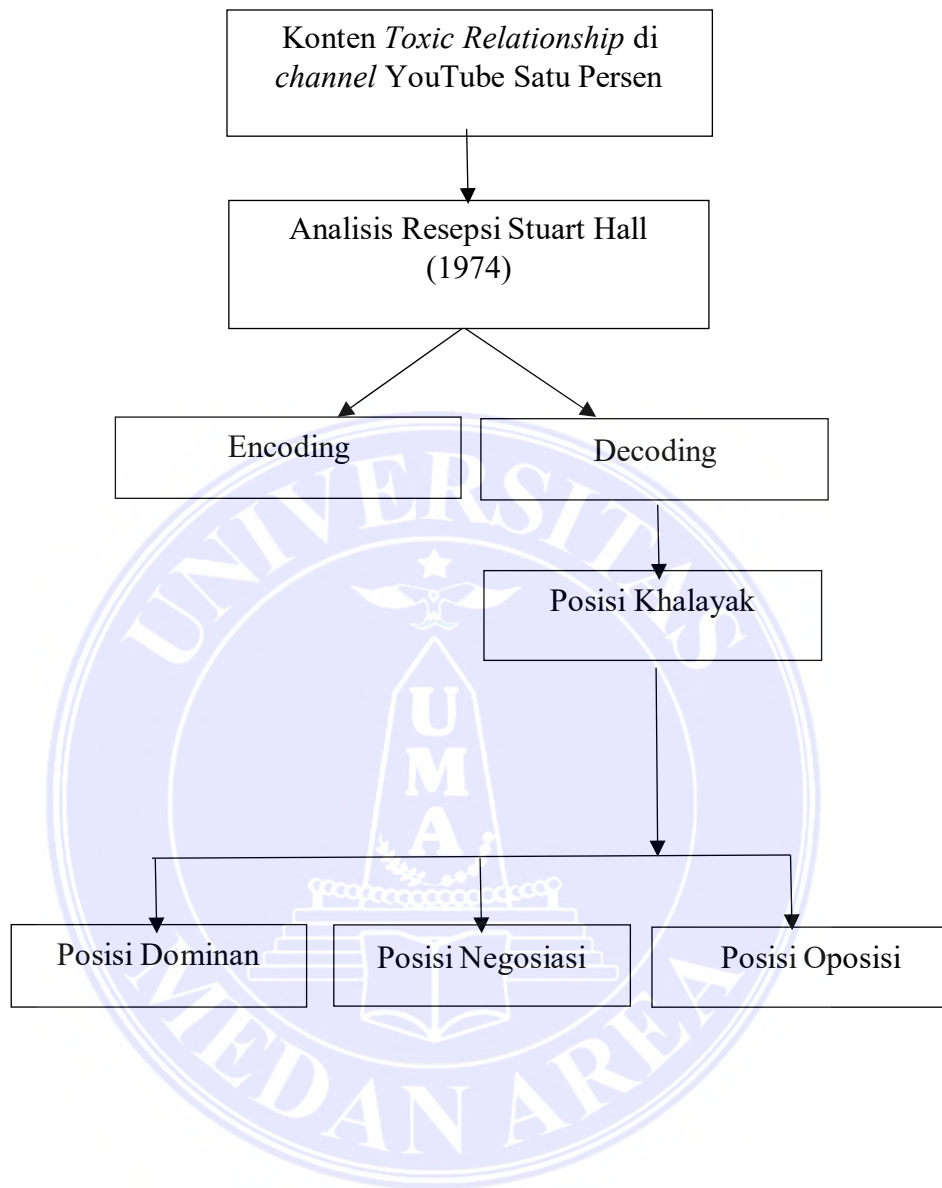
No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Hendri Prasetya dan Dinda Ashriah Rahman (2020)	Bentuk Kekerasan Pada Perempuan Dalam Berpacaran Di Film Posesif	Pada film Posesif ini pemeran utama wanita yang bernama Lala mendapatkan tindak kekerasan fisik, kekerasan psikologis hingga kekerasan seksual dari pacarnya yang bernama Yudhis. Selanjutnya, peneliti juga menemukan hal lain dibalik terjadinya kekerasan terhadap pasangan yang dimana masih banyak menganggap bahwa kekerasan dalam berpacaran adalah suatu hal yang wajar dan tingkat kekerasan pada perempuan dalam berpacaran semakin tinggi dan masih kurang diperhatikan.	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika. Charles Sanders Peirce. Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan bentuk kekerasan terhadap perempuan dalam berpacaran pada Film Posesif.
2.	Novi Andayani Praptiningsih dan Gilang Kumari Putra (2021)	<i>Toxic Relationship</i> Dalam Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Remaja	Akibat dari <i>toxic relationship</i> memiliki dampak yang berbeda pada remaja yang menjadi korban. Pelaku <i>toxic relationship</i> bisa saja orang terdekat seperti keluarga inti yaitu ayah, ibu atau pun saudara perempuan/lelaki. Banyak juga yang berasal dari pertemanan dan pasangan dalam hubungan berpacaran. Permasalahan kesehatan jiwa masih belum terlalu di anggap serius oleh berbagai pihak.	Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretif dan subyektif. Penelitian ini menjelaskan terjalannya komunikasi interpersonal yang bersifat negatif sehingga pada kalangan remaja mengalami penolakan dan mengalami kesalahpahaman dalam komunikasi.
3.	Firsta Hernie Kartika Prameswari dan Nurchayati (2021)	Dinamika Psikologis Remaja Perempuan Korban Kekerasan Dalam Berpacaran Yang Memilih Mempertahankan Hubungan Pacarannya	Dalam hubungan berpacaran, rasa saling mencintai adalah alasan untuk memulai suatu hubungan. Hal ini juga yang menjadi alasan kenapa orang yang terjebak dalam <i>toxic relationship</i> sangat sulit untuk keluar dari hubungan itu. Perasaan terlanjur sayang dan	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan melakukan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini menyelidiki suatu kasus secara mendalam.

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			berfikir bahwa pasangannya akan berubah menjadi lebih baik adalah sebuah harapan yang tidak pasti. Dukungan ekonomi juga menjadi pendorong yang menyebabkan seseorang susah keluar dari hubungan yang <i>toxic</i> .	
4.	Joshua Alberico Tedjo, Jandy Edipson Luik dan Agusly Irawan Aritonang (2021)	Representasi <i>Toxic Relationship</i> Dalam Film <i>Story of Kale: When Someone's in Love</i>	Dalam penelitian ini ditemukan adanya " <i>Fantasy Bond</i> " dalam suatu hubungan yang dimana adanya ilusi hubungan yang tercipta antara dua orang yang membantu meringankan ketakutan individu dengan membentuk koneksi yang salah. Salah satu tokoh dalam film ini bernama Dinda yang adalah korban dari <i>toxic relationship</i> . Dinda terus berada dibawah tekanan, cenderung tidak memiliki suara untuk membela diri dan adanya sikap mengekang dari pasangannya. Dinda menjadi pemicu dalam konflik film ini. Dinda memutuskan untuk keluar dari hubungan yang tidak sehat dan menyebabkan perubahan sikap dari pasangannya yang menolak permintannya itu.	Menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dan memakai metode semiotika. Penelitian ini menunjukkan bagaimana hubungan berpacaran dikendalikan oleh hal-hal yang <i>toxic</i> . Ikatan fantasi ini kemudian membuat perasaan <i>denial</i> pada korban untuk terus bertahan dalam hubungan tidak baik itu.
5.	Risa Nur Inayah (2020)	Analisis Resepsi Kecantikan Dalam Video YouTube Abel Cantika " <i>Wardah One Brand Makeup Tutorial</i> "	Dalam penelitian ini terdapat pemaknaan yang berbeda dalam video YouTube Abel Cantika, diantaranya ada yang berada pada posisi Hegemoni Dominan yang sangat menyukai konten ini, karena Abel menyampaikannya <i>review</i> produknya dengan jujur. Pada posisi Negosiasi di dapatkan bahwa banyak yang merasa terbantu dengan adanya video tutorial yang dibuat oleh Abel karena sangat membantu seseorang yang baru belajar makeup mengetahui produk apa yang bagus digunakan. Terakhir, pada posisi Oposisional banyak yang menolak mentah-	Menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu yang ada, pendapat yang berkembang dan efek yang terjadi. Penelitian ini berfokus pada pendapat perempuan mengenai kecantikan.

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
			mentah pendapat yang disampaikan oleh Abel. Penolakan tersebut beralasan karena adanya reaksi yang diberikan oleh Abel terkait produk yang kurang disukainya. Khalayak memaknai bahwa jika ada produk yang tidak disukai, seharusnya tidak perlu <i>mereviyenya</i> , agar penonton tidak kebingungan, apalagi bagi penonton yang sama sekali belum mengetahui produk dari Wardah itu sendiri.	
6.	Ilfiyasari dan Ruth Mei Ulina Malau, S.IKom, M.IKom (2021)	Analisis Resepsi <i>Viewers</i> Mengenai Konten Gaya Hidup Komsumtif Pada Kanal YouTube Rans <i>Entertainment</i>	Pada penelitian ini diketahui bahwa setiap informan mempunyai pemaknaan dan penempatan posisi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini tidak ada informan yang berada pada posisi dominan. Faktor yang mempengaruhi dari setiap pemaknaan informan didominasi oleh perspektif masing-masing berdasarkan pengalaman.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Faktor yang mempengaruhi pemaknaan para informan didominasi oleh faktor perspektif perbedaan individual atau pemaknaan berdasarkan pengalaman, kemudian diikuti oleh faktor perspektif kategori sosial berasumsi atau pemaknaan berdasarkan karakteristik umum
7.	Adia Titania Supriyatman dan Catur Nugroho (2019)	Analisis Resepsi Penonton Remaja Video <i>Mukbang</i> Dalam Kanal YouTube “Yuka Kinoshita”	Hasil dari penelitian menjabarkan bahwa pesan <i>Mukbang</i> dalam video Yuka Kinoshita diterima dengan baik makna yang disampaikan. Informan berada dalam posisi dominan yang dimana keadaan informan paham akan makna yang disampaikan dan tidak menolak terhadap apa yang disampaikan dalam video.	Penelitian ini membahas tentang 2 video sekaligus mengenai video <i>Mukbang</i> dalam kanal YouTube Yuka Kinoshita. Dalam penelitian ini juga membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan beragam pendapat dan pandangan yang kemudian dikategorikan mana pandangan yang sama dan berbeda.

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
8.	Dewi Inra Yani (2020)	Analisis Perbedaan Komponen Cinta Berdasarkan Tingkat <i>Toxic Relationship</i>	Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan adanya tiga komponen cinta berdasarkan tingkat <i>toxic relationship</i> yaitu adanya perbedaan komponen <i>intimacy</i> berdasarkan tingkat <i>toxic relationship</i> , tidak adanya perbedaan komponen <i>passion</i> berdasarkan tingkatan <i>toxic relationship</i> dan ditemukannya perbedaan komponen <i>commitment</i> berdasarkan tingkatan <i>toxic relationship</i>	Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu memai Teknik pengumpulan data melalui instrument penelitian.
9.	Zsazsa Suci Nurzain dan Drs. Hadi Purnama, M.Si	Analisis Resepsi Terhadap <i>Clickbait Headline</i> Pada <i>Vlog</i> Di Kanal YouTube Atta Halilintar	Pemahaman mengenai <i>clickbait</i> telah dimengerti oleh khalayak. Pada umumnya <i>clickbait</i> dibuat untuk menarik perhatian khalayak dengan cara yang salah. <i>Clickbait</i> dalam YouTube Atta Halilintar dibuat sangat berbanding terbalik antara judul dan isi, serta dianggap menjebak khalayak dengan judul yang dibuat.	Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan memfokuskan pembahasan mengenai riset terhadap khalyak terhadap penggunaan <i>clickbait headline</i> dalam kanal YouTube Atta Halilintar.
10.	Avanty Damar Nagari, Syifa Syarifah Alamiyah dan Devrisca Narwastu (2021)	Analisis Resepsi Perempuan Surabaya Terhadap Gosip Dalam Film "Tilik"	Meskipun gosip merupakan sebuah informasi yang tidak dapat dikonfirmasi kebenarannya tetapi isi gosip tersebut dapat memengaruhi individu dan mengubah persepsi orang lain terhadap subjek. Hasil yang didapatkan ditemukan bahwa gosip pada film Tilik dianggap suatu hal yang wajar dengan kehidupan sehari-hari. Gosip juga dimaknai sebagai kesibukan yang hanya membicarakan keburukan orang lain dan cenderung tidak sesuai dengan kenyataannya.	Dalam penelitian ini mengamati fenomena gosip yang ditampilkan dalam film "Tilik" dan bertujuan untuk menjadi salah satu rujukan dalam berpikir untuk lebih memahami bagaimana keterkaitan antara gosip dan budaya masyarakat Indonesia.

## 2.8 Kerangka Berfikir



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian mendalam yang berupaya untuk menemukan data secara terperinci dari kasus yang diamati. Menurut Bogdan & Taylors (1992), mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang didalamnya menghasilkan data deskriptif berupa tulisan, ucapan dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Tujuan utama dari penelitian kualitatif untuk membuat suatu fakta agar mudah dipahami dan tidak menekankan pada prediksi dari berbagai fakta yang ditemukan (Morissan, 2012). Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menginginkan jawaban dari suatu fenomena atau obyek secara mendalam dengan menekankan pada fakta terperinci kemudian dianalisis dan dituangkan secara naratif.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan melakukan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Metode penelitian analisis resepsi adalah sebuah metode bersifat memahami bagaimana khalayak memaknai sebuah teks media sesuai dengan apa yang dilihat dan pengalaman dalam kehidupan sehari-harinya (Hadi, 2008). Analisis resepsi digunakan untuk mengetahui respon, melihat penerimaan, sikap dan pemaknaan yang dibentuk oleh penonton (Ida, 2014). Analisis resepsi dapat melihat bagaimana khalayak dapat memaknai sesuatu secara berbeda. Stuart Hall menjelaskan bahwa khalayak melakukan *decoding*

tentang pesan yang disampaikan oleh media melalui tiga kemungkinan, yaitu: posisi *hegemoni dominan*, posisi *negosiasi*, dan posisi *oposisi* (Hall, 2011).

### 3.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah dua bulan, dimana satu bulan digunakan untuk pengumpulan data dan satu bulan untuk melakukan pengelolaan data. Waktu penelitian ini terhitung sejak Januari sampai Maret 2023.

### 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah sebuah subjek bagaimana data dapat diperoleh. Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan guna mengumpulkan dan memperoleh data untuk menyelesaikan penelitian ini. Berikut sumber dan tekniknya adalah:

#### a. Sumber data

Penelitian ini memiliki dua sumber data yaitu:

##### a. Data Primer

Data primer diperoleh dengan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) terhadap informan yang dipilih. Pada penelitian ini informan yang dipilih berdasarkan dua katogori yaitu *subscriber* dan *non subscriber*.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder digunakan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data yang terkait seperti sumber buku, jurnal, internet, penelitian terdahulu serta teori-teori yang mendukung.

## b. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data, maka dari itu teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data harus sesuai dengan masalah yang diteliti agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan tentunya menguatkan hasil penelitian.

### 1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini ialah melakukan pengamatan secara langsung mengenai hal-hal yang berkaitan dengan objek yang diteliti dengan cara melakukan pengamatan terhadap informan pada saat bertemu langsung dengan informan di lokasi penelitian. Peneliti hanya sebagai pengamat independen yang mengamati informan dari beberapa aspek, yaitu seperti dari komunikasi non verbal dan komunikasi verbal. Dalam penelitian ini observasi yang ingin di dapatkan adalah untuk mengetahui bagaimana kondisi para informan di lapangan yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung sehingga menemukan analisis resepsi *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen.

### 2. Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang topik tertentu dari konten sebuah media (Ida, 2014). Kemudian peneliti akan memperoleh informasi mengenai bagaimana informan memaknai tayangan salah satu video yang membahas *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen. Peneliti akan menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.



### 3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi yang dilakukan melalui laporan penelitian terdahulu, jurnal-jurnal terkait dan buku yang digunakan sebagai data pendukung dan tinjauan pustaka untuk membantu menyelesaikan penelitian ini.

#### 3.4 Kriteria Informan

Informan dalam penelitian merupakan seseorang yang dapat memberikan data atau informasi suatu objek penelitian. Informan memiliki peranan yang penting untuk proses pengambilan data atau informasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan suatu metode pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu dan bersifat tidak acak, dimana subjek penelitian telah dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria informan ini dibuat terlebih dahulu oleh penulis sebelum memilih informan. Berikut beberapa kriteria informan yang akan diteliti:

1. Laki-laki dan perempuan yang aktif menggunakan media sosial, khususnya YouTube.
2. Pernah terlibat dalam *toxic relationship*.
3. Berusia 20-25 tahun.
4. Memiliki latar belakang yang berbeda.
5. Mengetahui, pernah menonton atau mengikuti (*subscriber*) *channel* YouTube Satu Persen.

Kriteria yang dibuat akan mempengaruhi sudut pandang dari masing-masing informan sehingga tanggapan yang diberikan juga beragam dalam merepsikan tayangan video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk tujuan penelitian, sehingga peneliti harus merancang sendiri instrumen yang akan digunakan, tidak bisa digunakan oleh penelitian yang lain. Menurut Purwanto, instrumen penelitian adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian yang dilakukan (Purwanto, 2018). Maka dari itu, peneliti adalah instrumen utama dalam proses penelitian ini, peneliti juga bertindak sebagai pengumpul data.

Menyusun instrumen penelitian harus dilakukan secara optimal demi diperolehnya hasil sesuai dengan kegunaannya. Instrumen pengumpulan data tidak terlepas dari metode pengumpulan data. Dalam pengumpulan datanya perlu diamati agar secara maksimal terjaga validitasnya. Oleh karena itu peneliti juga dibantu oleh instrumen pendukung seperti pedoman wawancara, alat tulis dan alat perekam.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan dari sebelum, selama dan setelah selesai di lapangan. Penelitian kualitatif analisis datanya difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan, dan dokumentasi yang

disusun ke dalam kategori kemudian dipilih mana yang penting dan membuat kesimpulan agar mudah untuk dipahami. Dalam penelitian ini menggunakan analisis resepsi untuk menganalisis penerimaan dan pemaknaan khalayak tentang tayangan video yang membahas *toxic relationship* dalam *channel* YouTube Satu Persen. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pemaknaan dan pemahaman mendalam terhadap media dan bagaimana individu merepresentasikannya (Nugroho & Ghassani, 2019).

Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan informan. Sebelum dilakukannya wawancara mendalam, peneliti akan menyiapkan pertanyaan pokok yang nantinya akan dikembangkan saat dilakukan wawancara dengan informan. Selanjutnya, hasil data dari wawancara akan disalin, dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang muncul dari pemaknaan para informan. Kemudian, hasilnya akan dianalisis dan disesuaikan dengan teori resepsi Stuart Hall untuk mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap salah satu video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen.

### 3.7 Uji Keabsahan Data

Dilakukannya teknik keabsahan data ini agar dapat diuji keaslian dan kebenaran datanya oleh berbagai pihak terkait, maka perlu dilakukannya suatu bentuk pengabsahan hasil penelitian. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Dijelaskan oleh Sugiyono (2017), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang didalamnya tergabung dari berbagai teknik pengumpulan data dan

sumber yang ada. Triangulasi ini memanfaatkan sesuatu yang diluar data penelitian dengan tujuan untuk keperluan pembandingan terhadap data yang diperoleh. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber sebagai pengecekan data atau informasi tertentu menggunakan triangulasi berbagai sumber, cara dan juga berbagai waktu. Jadi untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun hasil observasi subjek yang dianggap mempunyai sudut pandang yang berbeda.

Triangulasi sumber adalah perbandingan atau pengecekan ulang derajat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Proses triangulasi dilakukan secara terus-menerus selama proses pengumpulan dan analisis data, sampai peneliti merasa yakin bahwa tidak ada lagi perbedaan informasi atau sesuatu yang perlu dikonfirmasi dengan informan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Analisis Resepsi dirasa tepat untuk digunakan dalam penelitian yang membahas tentang tayangan video *toxic relationship* dalam *channel* YouTube Satu Persen. Hal ini karena Analisis Resepsi memfokuskan pada proses audiens dalam memaknai pesan yang disampaikan media serta bagaimana audiens dapat menginterpretasikan pesan media yang kemudian dikelompokkan menjadi 3(tiga) posisi yaitu posisi dominan, posisi negosiasi dan posisi oposisi.

Secara umum informan sepakat dengan isi pesan yang disampaikan dan berada pada posisi Dominan, namun terdapat beberapa bagian dari pesan yang tidak sejalan dengan pandangan informan. Audiens berpendapat bahwa konten video *toxic relationship* dalam *channel* YouTube Satu Persen dapat mempengaruhi penonton terhadap pesan yang disampaikan. Sehingga nantinya akan lebih banyak audiens yang sadar bahwa hubungan yang sedang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang sehat atau beracun. Yang mana beberapa audiens menganggap hal tersebut tidak sesuai dengan pengalaman dan budaya yang ada, karena hal itu akan membuat penontonnya lebih mudah memutuskan hubungan begitu saja serta tidak membicarakannya kembali pada pasangan mereka dan akan lebih banyak lagi yang nantinya membuat standar dalam menjalin hubungan yang sehat semakin sulit karena stigma tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti mencoba memberikan saran yang kemudian dapat menjadi masukan bagi semua kalangan pembaca dan sebagai bahan pertimbangan bagi pengguna YouTube dan peneliti lain. Adapun sarannya sebagai berikut:

- a. Untuk *content creator* diharapkan video-video yang diunggah dalam *channel* YouTube agar selalu mengedukasi dan memiliki data yang akurat dari pembahasan yang terkandung didalamnya. Agar penonton merasa tertarik dan menunjukkan bahwa video *toxic relationship* mengandung pesan moral didalamnya.
- b. Konten video *toxic relationship* dapat dijadikan pembelajaran untuk semua penonton agar lebih peka terhadap hubungan yang sedang dijalani termasuk *toxic relationship* atau tidak. Sehingga penonton akan lebih *aware* dengan hubungan yang *toxic* dan juga dapat mengurangi potensi untuk memperburuknya.
- c. Mengingat penelitian ini adalah penelitian mengenai analisis resepsi, maka dalam penelitian ini tentu saja memiliki banyak kekurangan yaitu kurangnya bahan yang dapat dikaji lebih mendalam. Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan dalam mengkaji analisis resepsi, maka disarankan peneliti selanjutnya menggunakan metode kuantitatif agar mengkaji lebih dalam mengenai analisis resepsi terhadap media.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Al-Uqshari, Y. (2005). *Percaya Diri Pasti*. Jakarta: Gema Insani.
- Ardianto, E. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barker, C. (2013). *Cultural Studies Teori & Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Benokraitis, N. V. (1996). *Marrriages and Families (2nd Edition) Change, Choices, and Constraint*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Bogdan, R., & Taylor, S. (1992). *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Carruthers, A. (2011). *Freedom from Toxic Relationships: Moving On from the Family, Work, and Relationship Issues That Bring You Down*. New York: Penguin Group.
- Effendy, O. (1993). *Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya.
- Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana "Pengantar Analisis Teks Media"*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Akasara.
- Glass, L. (1995). *Toxic People: 10 Ways Of Dealing With People Who Make Your Life Miserable*. New York: Simon & Schuster.
- Greenberger, D., & Padesky, C. A. (2004). *Manajemen Pikiran Metode Ampun Menata Pikiran untuk Mengatasi Depresi, Kemarahan, Kecemasan, dan Perasaan Merusak lainnya*. Bandung: Kaifa.
- Hall, S. (2011). *Encoding/Decoding*. (S. Rahmana, Trans.) Yogyakarta: Jalasutra.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *NEW MEDIA A CRITICAL INTRODUCTION*. New York: Routledge.
- Luhulima, A. S. (2000). *Pemahaman Bentuk-Bentuk Tindak Kekerasan Terhadap Perempuan Alternatif Pemecahannya*. Jakarta: P.T. Alumni.
- McGruder, J. A. (2018). *Cutting Your Losses From a Bad or Toxic Relationship*. Bloomington: Xlibris.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miller, M. (2009). *Teach Yourself YouTube in 10 Minutes*. Unites State of America: SAMS.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Murray, J. (2007). *But I Love Him: Protecting Your Teen Daughter from Controlling, Abusive Dating Relationship*. New York: Harper Collins Publisher.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Poerwandari, K. (2005). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Fakultas Psikologi UI.
- Purwantiasning, A. W. (2017). *Optimalisasi Fungsi Ruang Terbuka Hijau Dengan Melihat Pola Sebaran Pengunjung Studi Kasus: Taman Tabebuya, Jagakarsa*.

- Purwanto. (2018). *Teknik penyusunan instrumen uji validitas dan reliabilitas penelitian ekonomi syariah (1nd ed)*. Magelang: Staial Press.
- Riani. (2021). *Stop Toxic Relationship*. Gowa: Pustaka Taman Ilmu.
- Schwartz, S. (2000). *Abnormal Sychology: A Discovery Approach California*. California: Mayfield Publishing Company.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2008). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Smith, E. E., Atkonson, R. L., Atkinson, R. C., & Dem, D. J. (2010). *Pengantar Psikologi Jilid II*. Tangerang: Interkasara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, E. B. (2009). *Kenalilah Anak Remaja Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Masa*. Kaltim: Kencana.

### Jurnal:

- Anindya, A., Dewi, Y. I., & Oentari, Z. D. (2020). Dampak Psikologis dan Upaya Penanggulangan Kekerasan Seksual. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 137-140.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGIKOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol 5. No 2.
- Hadi, I. P. (2008). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, Vol 2 No 1.
- Hall, S. (2011). *Encoding/Decoding*. (S. Rahmana, Trans.) Yogyakarta: Jalasutra.
- Heise, L., & Moreno, C. G. (2002). Violence by intimate partners. *World report on violence and health*, 87-113.
- Julianto, V., Cahayani, R. A., Sukmawati, S., & Aji, E. S. (2020). Hubungan antara Harapan dan Harga Diri Terhadap Kebahagiaan pada . *Jurnal Psikologi Integratif*, 103-115.
- Kharisma, V. P. (2011). Hubungan Pola Asuh Otoriter dengan Emotional Abuse Dalam Hubungan Pacaran. *Skripsi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang*.
- Nugroho, C., & Ghassani, A. (2019). "Pemaknaan Rasisme dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)". *Universitas Telkom Bandung*, Vol 18, No 2.
- Pattiradjawane, C., Wijono, S., & Engel, J. D. (2019). Uncovering Violence Occurring in Dating Relationship: an Early Study of Forgiveness Approach. *Journal Psikodimensia*.
- Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95-112.
- Rohim, N. (2019). Efektivitas TV Youtube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi dan Dakwah.



**Website:**

- Akalili, A. (2020, 06 18). *(Ter)-Jerat dalam "Toxic Relationship"*. Retrieved 11 16, 2022, from Gagasan Ilmiah Populer: <https://suyanto.id/ter-jerat-dalam-toxic-relationship/>
- Anis, D. D. (2021, 12 11). *Ciri Toxic Relationship dalam Perspektif Psikologi*. Retrieved 07 06, 2022, from Kumparan.com: <https://kumparan.com/daffadania-nur-anis-2021/ciri-toxic-relationship-dalam-perspektif-psikologi-1x5Ynzfx3Un>
- CATAHU. (2021, 03 05). *Perempuan dalam Himpitan Pandemi: Lonjakan Kekerasan Seksual, Kekerasan Siber, Perkawinan Anak, dan Keterbatasan Penanganan di Tengah Covid-19*. Retrieved 07 07, 2022, from Komnas Perempuan. id: <https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/catahu-2020-komnas-perempuan-lembar-fakta-dan-poin-kunci-5-maret-2021>
- Effendy, N. (2019, 12 20). *Pendekatan Psikologi Positif Pada Toxic Relationship*. Retrieved 07 06, 2022, from www.uny.ac.id: <https://www.uny.ac.id/berita/pendekatan-psikologi-positif-pada-toxic-relationship>
- KemenPPPA. (2018, 03 20). *Waspada Bahaya Kekerasan Dalam Pacaran*. Retrieved 07 10, 2022, from Kemenpppa. go. id: <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/31/1669/waspada-bahaya-kekerasan-dalam-pacaran>
- Muslim, A. (2021, 10 04). *Lebih dari 100 Juta Orang RI Tonton YouTube Setiap Bulan*. Retrieved 07 08, 2022, from Investor: <https://investor.id/it-and-telecommunication/267093/lebih-dari-100-juta-orang-ri-tonton-youtube-setiap-bulan>
- Riyanto, A. D. (2019, 04 05). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019*. Retrieved 07 07, 2022, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- Theoldman. (2014, 06 20). *BAYARAN DARI YOUTUBE KE ORANG YANG UPLOAD VIDEO KESANA*. Retrieved 06 03, 2022, from WWW.kaskus.co.id: <https://www.kaskus.co.id/thread/53a35ccd96bde6517a8b4663/bayaran-dari--youtube-ke-orang-yang-upload-video-kesana/>
- Wulandari, P. Y. (2019, 12 26). *Waspada! Toxic Relationship Semakin Meningkat Setiap Tahunnya*. Retrieved 06 15, 2022, from news.unair.ac.id: <https://news.unair.ac.id/2019/12/26/waspada-toxic-relationship-semakin-meningkat-setiap-tahunnya/?lang=id>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Transkrip Wawancara 1

Nama : Trisa Tesalonika Simanjuntak

Umur : 23 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Waktu Wawancara : 11 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Sering, hampir setiap hari mengakses YouTube.
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton di YouTube?  
= Biasanya nonton *podcast* tentang horor, tentang wawancara gitu dan konten edukatif dari Satu Persen juga.
3. Apakah kamu mengetahui channel YouTube Satu Persen?  
= Tau.
4. Dari mana awalnya mengetahui channel Youtube Satu Persen?  
= Karena sering lewat di *timeline* terus tertarik, jadi sering diliat sampai sekarang.
5. Kenapa memutuskan untuk *mensubscribe channel* Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada *channel* Satu Persen?  
= *Visualnya* enak dilihat dan kata-katanya gampang diterima untuk aku.
6. Apakah kamu pernah mengalami *toxic relationship*?  
= Pernah tapi sudah lama.
7. Darimana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang *toxic*?  
= Setelah disadarkan sama teman-teman.
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen?  
= Menurut aku kontennya berisi edukasi, jadi lebih terbuka pikirannya tentang masalah yang ada dalam *toxic relationship*, dan bisa lebih *aware* lagi dengan gejala-gejala *toxic relationship*.
9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada channel Satu Persen tentang masalah *toxic relationship* ini?  
= Terpengaruh pastinya. Selain menambah pengetahuan, Satu Persen juga mengajarkan berbagai ciri dan *tips* agar memudahkan untuk keluar dari hubungan yang *toxic*. Itu sangat membantu aku ya sewaktu menghadapi hubungan ku yang gak sehat.
10. Menurutmu konten video *toxic relationship* di channel YouTube Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat Indonesia?  
= Sangat memberikan dampak positif, karena sebenarnya kita gatau kan harus dapat dari mana pengetahuan yang seperti itu, jadi menurut ku

kontennya sangat positif agar kita bisa lebih *aware* sama *toxic relationship* itu sendiri.

11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu sendiri?  
= Hubungan yang saling mengerti satu sama lain, selalu terbuka dengan pasangan, dan saling percaya.
12. Apa kelebihan dan kekurangan konten video toxic relationship channel YouTube Satu Persen?  
= Kelebihannya lebih banyak mengedukasi tentang kehidupan berdasarkan teori yang ada, kekurangannya mungkin durasinya kurang lama ya.



## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara 2

Nama : Shabilla Rizka Azzahra  
Umur : 21 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Waktu Wawancara : 11 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Iya
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton di YouTube?  
= Otomotif, *music cover*, konten-konten di TED Talk
3. Apakah kamu mengetahui channel YouTube Satu Persen?  
= Ya saya tahu
4. Dari mana awalnya mengetahui channel Youtube Satu Persen?  
= Lewat di beranda YouTube
5. Kenapa memutuskan untuk mensubscribe channel Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada channel Satu Persen?  
= Konten tidak hanya diambil dari stigma-stigma masyarakat melainkan dilakukannya *research* yang cukup mendalam dan mengumpulkan pendapat-pendapat dari *expert*
6. Apakah kamu pernah mengalami toxic relationship?  
= Ya pernah
7. Darimana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang toxic?  
= Kurangnya komunikasi dan ego yang tinggi
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video toxic relationship pada channel YouTube Satu Persen?  
= Menurut aku kontennya informatif ya, cukup membuka pikiran mengenai hal apa saja yang sudah termasuk dalam tanda-tanda bahwa kita sedang dalam hubungan yang toxic tetapi hal ini akan semakin membuat penonton mudah mengatakan hubungannya *toxic* hanya karena beberapa point yang disampaikan saja.
9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada channel Satu Persen tentang masalah toxic relationship ini?  
= Menurut saya tidak karena saya cukup menyadari keadaan sebelum melihat konten di channel tersebut
10. Menurutmu konten video toxic relationship di channel YouTube Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat Indonesia?  
= Memberikan dampak positif dan negative. Positif apabila yang menonton bisa menelaah kembali maksud dari tiap-tiap poin yang dikatakan. Negatif apabila penonton hanya setuju pada poin-poin yang dikatakan dan menurut saya justru akan membuat mereka mudah untuk mengatakan “toxic” bila salah satu poin yang disebutkan terjadi dalam hubungan mereka. Menurut saya ini akan membuat standart dalam menjalin hubungan yang sehat semakin sulit karena stigma tersebut.
11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu sendiri?

= Bisa saling mengerti, menurunkan ego masing-masing, komunikasi yang baik, tidak defensif apabila melakukan kesalahan, percaya dan mau meminta maaf.

12. Apa kelebihan dan kekurangan konten video toxic relationship channel YouTube Satu Persen?

= Kelebihannya adalah kita bisa dengan mudah mendapatkan jawaban dari sumber yang sudah terpercaya tanpa harus menelaah sendiri dan menghabiskan waktu. Kekurangannya adalah mereka tidak meletakkan sumber agar penonton bisa lebih menelaah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman terhadap konten.



### Lampiran 3

#### Transkrip Wawancara 3

Nama : Tania Adelia Manurung  
Umur : 22 tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Waktu Wawancara : 12 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Ya, sering kali mengakses YouTube disaat sedang merasa saya butuh hiburan dikala merasa bosan
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton?  
= Banyak yang saya liat ketika mengakses YouTube, seperti tentang bagaimana memasak suatu bahan makanan atau bagaimana mengerjakan suatu permasalahan (soal) atau sesuatu hal yang berkaitan dengan diri dan juga peningkatan diri namun saya juga sering mengakses Youtube untuk melihat hal yang menjadi kesukaan saya. Saya itu salah satu fans K-pop jadi selain hal yang sebelumnya saya sebutkan ya saya melihat beragam variety show yang ditayangkan dan dilakukan oleh idol dari Korea Selatan tersebut.
3. Apakah kamu mengetahui *channel* YouTube Satu Persen?  
= Tentu saja tau
4. Dari mana awalnya mengetahui *channel* YouTube Satu Persen?  
= Karena tidak sengaja melihat mereka membahas tentang dampak yang diakibatkan oleh orang yang secara tidak sadar bahwa mereka sudah terlibat dalam toxic relationship.
5. Kenapa memutuskan untuk *mensubscribe channel* YouTube Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada *channel* Satu Persen?  
= Karna konten videonya di sampaikan dengan cara pembahasan yang singkat namun dapat dipahami menjadi daya tarik bagi saya untuk melihat konten mereka.
6. Apakah kamu pernah mengalami *toxic relationship*?  
= Saya pernah mengalami yang namanya *toxic relationship*
7. Dari mana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang *toxic*?  
= Hal yang menandakan bahwa aku ini udah mulai memasuki tahap hubungan yang toxic gitu mungkin dari tingkat kenyamanan dan cara berkomunikasinya yang mulai berubah. Kayak yang awalnya dia tuh selalu support aku, lama lama kayak ngasih larangan yang engga masuk akal aja di aku, rincinya si dia ngelarang aku tentang hal yang bahkan keluarga atau orang yang udah lama kenal aku aja engga mempernasalahkannya. Itu udah tanda mulai masuk ke arah yang sana sih menurut sudut pandang aku.
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen?  
= Pendapat aku sih ya pasti ada pro dan kontra nya soalnya ini terkait sebuah hubungan yang didalamnya melibatkan kayak menurutku 99% nya perasaan sisanya ya logika. Dengan sering sering lihat video tentang toxic relationship sih pasti berubah kan persentase nya karna kayak kita tuh

dikasih ilmu tentang sesuatu pasti diproses otak, kayak tiba ngerasa "ih iyaya si dia kayak gitu sama aku terkadang". Nah video yang dari satu persen ini membantu menyadarkan masyarakat udah separah apa kita dalam sebuah hubungan termasuk toxic apa engga jadi ya bagus aja videonya. Kalo kontra nya sih engga kontra di isi kontent sih aku tapi di visualiasi videonya aja kadang ngerasa kayak sebenarnya videonya itu serius maknanya, cuman visualisasinya terkesan tidak serius aja.

9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada *channel* Satu Persen tentang masalah *toxic relationship* ini?  
= Terpengaruh sih, karna kan yang ditonton dari video satu persen ini ilmu jadi sedikit banyaknya memberikan pengaruh buat aku.
10. Menurutmu konten video *toxic relationship* pada *channel* Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat di Indonesia?  
= Positif, soalnya channel satu persen memberikan ilmu dan melibatkan tentang psikologi didalamnya yang menjelaskan tentang bagaimana sebuah hubungan toxic itu dan memberikan saran yang sesuai berdasarkan ilmu ya. Jadi sih positif aja menurut aku.
11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu?  
= Menurutku hubungan yang sehat itu adalah hubungan antara dua orang yang mementingkan komunikasi didalamnya, jika komunikasi yang terjalin lancar maka ada kebahagiaan didalamnya juga.
12. Apa kelebihan dan kekurangan pada konten video *toxic relationship* dalam *channel* YouTube Satu Persen?  
= Kelebihan: pengemasan dan penggunaan kata per kata yang disusun mudah dimengerti dan tidak menimbulkan pendapat ganda terkait kalimat yang diberikan sehingga apa yang dimaksudkan oleh satu persen tersampaikan dengan baik ke telinga penonton.  
Kekurangan: terkadang penggunaan animasi gambar yang terlihat tidak tepat akan menimbulkan kesan yang tidak baik ke penonton.

## Lampiran 4

### Transkrip Wawancara 4

Nama : Andi Wahyu Eka Putra

Umur : 22 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Waktu Wawancara : 15 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Iya, saya sering mengakses youtube setiap hari
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton di YouTube?  
= Saya sering melihat konten game, tetapi terkadang melihat review, dan podcast
3. Apakah kamu mengetahui *channel* YouTube Satu Persen?  
= Saya tau channel satu persen karena pernah menonton pada channel tersebut
4. Dari mana awalnya mengetahui *channel* Youtube Satu Persen?  
= Saya mengetahui channel tersebut karena pernah muncul diberanda pencarian saya
5. Kenapa memutuskan untuk *mensubscribe channel* Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada *channel* Satu Persen?  
= Karena didalam channel tersebut memuat hal tentang perilaku yang sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari
6. Apakah kamu pernah mengalami *toxic relationship*?  
= Tentu saja pernah, disini juga dapat saya katakan menurut pemikiran saya setiap orang pasti pernah mengalami toxic relationship dikarenakan pendapat manusia tidak semuanya berpendapat hal yang sama
7. Darimana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang *toxic*?  
= Saya menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk kedalam hubungan toxic ketika pasangan tersebut mempunyai pendapat yang berbeda
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen?  
= Pendapat saya sih, setelah menonton konten tersebut saya dapat mengambil pelajaran agar hubungan yang sedang terjalin tidak menjadi toxic
9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada *channel* Satu Persen tentang masalah *toxic relationship* ini?  
= Kalau dibilang terpengaruh bisa, terpengaruh dalam hal agar saya dapat menghindari atau mencegah terjadinya hubungan yang toxic tapi di video dengan judul “Tanda Kamu Berada di Toxic Relationship” dimana pada konten tersebut menjelaskan tentang Kritik dan keluhan yang mana dikatakan bahwa kritik bisa menghancurkan hubungan. Menurut saya mungkin di daerah lain memang benar bahwa mengkritik dapat merusak hubungan tetapi belum tentu juga di daerah yang lain dapat merusak hubungan, contohnya di tempat kelahiran saya hal kritik merupakan hal



yang biasa malah kritik tersebut bisa menjadi motivasi kedepannya untuk orang tersebut berubah.

10. Menurutmu konten video *toxic relationship* di *channel* YouTube Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat Indonesia?  
= Tentu saja memberikan dampak positif, karena channel satu persen tersebut sudah membantu masyarakat Indonesia agar dapat mencegah hubungan yang toxic dan apabila sudah dapat mencegah pastinya kasus kekerasan dalam berpacaran di Indonesia bakalan menurun.
11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu sendiri?  
= Menurut saya hubungan yang sehat itu dapat menyelesaikan masalah serta menemukan solusi untuk kedua belah pihak. Tentu saja komunikasi yang terjalin juga harus lancar dan kedua pasangan dapat saling mengerti satu sama lainnya.
12. Apa kelebihan dan kekurangan konten video *toxic relationship channel* YouTube Satu Persen?  
= Kelebihannya seperti masyarakat Indonesia dapat mencegah terjadinya hubungan yang toxic sehingga kasus KDRT yang terdapat di Indonesia menurun. Kekurangannya sih mungkin di konten dengan judul “Tanda Kamu Berada di Toxic Relationship” dimana pada konten tersebut menjelaskan tentang Kritik dan keluhan yang mana dikatakan bahwa kritik bisa menghancurkan hubungan. Menurut saya mungkin di daerah lain memang benar bahwa mengkritik dapat merusak hubungan tetapi belum tentu juga di daerah yang lain dapat merusak hubungan, contohnya di tempat kelahiran saya hal kritik merupakan hal yang biasa malah kritik tersebut bisa menjadi motivasi kedepannya untuk orang tersebut berubah.

## Lampiran 5

### Transkrip Wawancara 5

Nama : Nadya Ashwarina Lubis

Umur : 21 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Waktu Wawancara : 16 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Sering
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton di YouTube?  
= Konten *food vlogger* dan *travelling*
3. Apakah kamu mengetahui channel YouTube Satu Persen?  
= Tidak
4. Dari mana awalnya mengetahui channel Youtube Satu Persen?  
= Dari teman
5. Kenapa memutuskan untuk mensubscribe channel Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada channel Satu Persen?  
= Karena beberapa konten *channel* Satu Persen menarik untuk ditonton dan membuka pemikiran mengenai suatu hal
6. Apakah kamu pernah mengalami toxic relationship?  
= Pernah
7. Darimana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang toxic?  
= Dari video mengenai *toxic relationship* milik *channel* Satu Persen dan dari beberapa video yang sesuai dengan *realita* dihubungan saya seperti adanya sikap *defensive* dan *stonewalling* didalam hubungan.
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video toxic relationship pada channel YouTube Satu Persen?  
= Menurut saya, isi dari konten tersebut sudah sangat baik dalam menyampaikan ciri ciri hubungan toxic relationship tetapi diharapkan pada seluruh penonton agar memahami terlebih dahulu apakah suatu hubungan yang sesuai dengan kriteria didalam video langsung dapat dikategorikan toxic dan diakhiri atau malah dapat diperbaiki, karena semuanya tergantung dari yang menjalani. Tetapi jika membahas isi konten tersebut menurut saya penyampaiannya dalam menjelaskan ciri-ciri toxic relationship sudah baik dan sangat jelas.
9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada channel Satu Persen tentang masalah toxic relationship ini?

= Lumayan terpengaruh. Ada beberapa ciri-ciri yang memang membuktikan saya berada dalam toxic relationship. Tetapi kembali lagi kepada kata-kata yang menjalani hubungan siapa dan apa yang terbaik yang dapat dilakukan agar hubungan tersebut mengarah ke hubungan yang lebih positif. Jadi memang harus dipertimbangkan terlebih dahulu, jangan langsung ditelan mentah-mentah.

10. Menurutmu konten video toxic relationship di channel YouTube Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat Indonesia?

= Menurut saya, konten ini memberikan dampak positif karena memberi informasi mengenai ciri-ciri hubungan yang tidak sehat. Tetapi konten ini juga dapat memberikan dampak negatif apabila penonton yang menontonnya salah tanggap dan salah mengambil kesimpulan seperti pemikiran masyarakat Indonesia yang langsung membenarkan sendiri bahwa hubungannya toxic tanpa membahas kembali bersama pasangannya mengenai ciri-ciri hubungan tidak sehat dan kembali mencari solusinya.

11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu sendiri?

= Hubungan yang sehat adalah hubungan yang didasarkan pada pondasi komunikasi yang kuat karena inti dari segalanya adalah saling bicara yang baik tanpa tersulut emosi satu sama lain. Saling mendukung tanpa menyudutkan pasangan.

12. Apa kelebihan dan kekurangan konten video toxic relationship channel YouTube Satu Persen?

= Kelebihannya adalah konten ini bagus dalam cara penyampaian mengenai 4 kriteria toxic relationship, selain itu ilustrasi yang ada pada video menambah dan mempermudah penonton mengerti maksud dari isi konten. Kekurangannya menurut saya, pada video kurang penjelasan mengenai "memperbaiki hubungan sebelum mengakhiri" karena menurut saya jika masih layak untuk dipertahankan kenapa tidak, terkecuali sudah terlalu tidak sehat.

## Lampiran 6

### Transkrip Wawancara 6

Nama : Muhammad Gilang Ferzi Bahri

Umur : 22 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Waktu Wawancara : 15 Januari 2023

1. Apa kamu sering mengakses YouTube?  
= Sering
2. Konten apa yang biasanya kamu tonton di YouTube?  
= *Podcast*, analisis sepak bola, stand up comedy, politik, dokumenter, kajian filsafat dan konspirasi. Banyak lagi tidak mungkin disebutkan satu per satu.
3. Apakah kamu mengetahui channel YouTube Satu Persen?  
= Tau.
4. Dari mana awalnya mengetahui channel Youtube Satu Persen?  
= Pernah muncul di beranda youtube saya
5. Kenapa memutuskan untuk *mensubscribe channel* Satu Persen/memutuskan untuk menonton konten pada *channel* Satu Persen?  
= Karena berani mengulas berbagai topik yang menarik bahkan yang kontroversial
6. Apakah kamu pernah mengalami *toxic relationship*?  
= Pernah
7. Darimana kamu menyadari bahwa hubungan yang terjalin termasuk ke dalam hubungan yang *toxic*?  
= Saya menyadari sebab pernahnya memiliki sebuah hubungan dengan seseorang yang menjadikan sesuatu hal yang sebenarnya tidak ada unsur permasalahan menjadi sebuah permasalahan bahkan sampai begitu ruwet.
8. Bagaimana pendapatmu setelah menonton konten video *toxic relationship* pada *channel* YouTube Satu Persen?  
= Sebenarnya, saya tidak begitu paham mengenai batasan-batasan dari *toxic relationship*. Sebab saya yakin bahwa tidak bakal bisa seorang manusia menerima seutuhnya tindakan manusia lain, bahkan terhadap orang tua sendiri yang membesarkannya sedari kecil. Apalagi kepada pasangannya yang sudah pasti dari latar belakang kehidupan (budaya/kebiasaan keluarga) yang berbeda. Saya juga mempercayai, dengan pasangan yang sama dari muda sampai tua pun akan terus hadir ketidakcocokan satu sama lain sebab ada dua pemikiran yang pasti saling bertolak belakang yang kemudian menghasilkan pemikiran baru setelah terjadi perdebatan yang panjang antara keduanya. Nah, pada konten *toxic relationship* di *channel* youtube Satu Persen, *toxic realitionship* begitu luas batasannya sampai kritik pun dianggap sebuah masalah, hal itu

berlawanan dengan hakikat yang saya yakini terhadap sebuah hubungan yang pasti adanya kritik dan saran didalamnya.

9. Apakah kamu terpengaruh dengan penjelasan yang ada pada channel Satu Persen tentang masalah toxic relationship ini?  
= Saya tidak terpengaruh sebab menurut saya justru orang-orang akan dengan mudahnya mengatakan hubungannya *toxic* hanya karena beberapa point yang disampaikan.
10. Menurutmu konten video toxic relationship di channel YouTube Satu Persen memberikan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat Indonesia?  
= Saya sebenarnya tidak tahu baik atau buruk, tetapi karna pilihannya cuman itu, saya memilih menjawab negatif, karna di zaman sekarang berbanding terbalik antara banyak konten seperti ini dengan banyaknya orang yang merasa pasangannya “payah”, orang akan berusaha menghubungkan isi konten seperti ini dengan kelakuan pasangannya walaupun terkadang tidak ada hubungannya sama sekali. Bagi saya, cinta tidak bakal bisa di pelajari dengan ilmu pengetahuan yang ada atau bahkan dengan pengalaman orang lain, kita hanya bisa mempelajarinya dengan pengalaman yang kita rasakan/alami sendiri
11. Bagaimana menurutmu hubungan yang sehat itu sendiri?  
= Sudah pasti tidak ada hubungan yang sakit dan sehat, tidak bisa diidentifikasi dengan dua pilihan tersebut. Yang pasti hubungan antara dua manusia pasti indah entah dia berujung dengan kebahagiaan atau sebuah perpisahan. Begitula memang rumitnya manusia, bahkan dengan dirinya sendiri apalagi kepada orang lain(pasangan)
12. Apa kelebihan dan kekurangan konten video toxic relationship channel YouTube Satu Persen?  
= Menurut saya kelebihannya ialah membahas dan mengulas sebuah topik yang sedang banya dibicarakan pengguna sosial media. Kekurangannya ialah isi pembahasannya bisa disalah maknai.

## Lampiran 7

### Dokumentasi



Dokumentasi wawancara dengan informan Trisa Tesalonika Simanjuntak  
Tempat: Jl. Imam Bonjol



Dokumentasi wawancara dengan informan Tania Adelia Manurung  
Tempat: Kenalan Kopi



Dokumentasi wawancara dengan informan Nadya Ashwarina Lubis  
Tempat: Aghara Coffee



Dokumentasi wawancara dengan informan Andi Wahyu Eka Putra  
Tempat: Wolfgang Coffee



Dokumentasi wawancara dengan informan Shabilla Rizka Azzahra  
Tempat: Aghara Coffee



Dokumentasi wawancara dengan informan Muhammad Gilang Ferzi Bahri  
Tempat: Wolfgang Coffee