

MEDIASI

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 6 No. 1 (2025): January

**Media Framing of Donald Trump's 2025 Election Victory:
A Case Study on International Media**

**The Involvement of Men in Beauty Product
Advertisements in Indonesia: A Study of Ideational
Meaning**

**IShowSpeed's Communication Style in The Youtube
Content "Sea Tour" in Yogyakarta: A Representation Of
Javanese Culture**

**Representation of Mental Health and Moral Message in
The Comic "The Burden Behind The Smile": Semiotic
Study**

**Marvel Studios, LLC Marketing Communication Strategy:
Deadpool And Wolverine**

**Content Creator's Intrinsic Motivation Pattern In Using
English On Social Media**

**The Perceptions Of Novice EFL Teachers On Addressing
Comprehension Issues In Students' Reading**

**Representation Of The Turkish Government in
Palestinian-Israel War News On Hürriyet.com: A
Discourse Analysis**

**Penerbit:
Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
Politeknik Negeri Media Kreatif**

**p-ISSN: 2721-9046
e-ISSN: 2721-0995**

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 6 No. 1 (2025): January

p-ISSN 2721-9046

e-ISSN 2721-0995

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Terbit setahun tiga kali pada Januari, Mei, September berisi artikel ilmiah hasil penelitian media, bahasa, dan komunikasi baik dalam bentuk kajian maupun terapan.

Ketua Editor (*Editor in Chief*)

Freddy Yakob

Editor Manajer (*Managing Editor*)

Putri Surya Cempaka

Dewan Editor (*Editorial Board*):

Abdul Hair (Universitas Brawijaya)

Robertus Pujo Leksono (Naresuan University Thailand)

Farisha Musdalifah (Universitas Sriwijaya)

Galuh Ayu Savitri (Universitas Binus)

Editor Bagian (*Associate Editor*)

Suratni

Bayu Dwi Nurwicaksono

Refi Yuliana

Editor Tulisan (*Copy Editor*)

Meilina Ika Kurniawati

Laelatul Pathia

Alamat:

Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)

Politeknik Negeri Media Kreatif

Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12640

Telp: (021) 78885557

Laman: <https://ojs2.polimedia.ac.id>

Surel: jurnalmediasi@polimedia.ac.id

Redaksi menerima naskah berupa artikel ilmiah yang sesuai dengan visi dan misi penerbitan jurnal, yakni mendiseminasikan hasil penelitian di bidang media, bahasa, dan komunikasi. Artikel ilmiah dapat berupa kajian teoretis ataupun pengalaman praktis sekaitan dengan bidang-bidang tersebut. Sistematika penulisan artikel ilmiah dapat dibaca pada bagian akhir jurnal ini.

MEDIASI

Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi

Media Framing of Donald Trump's 2025 Election Victory: A Case Study on International Media (1 – 21)

Dani Setiawan, Darra Ananda, Tina Kartika

The Involvement of Men in Beauty Product Advertisements in Indonesia: A Study of Ideational Meaning (22 – 32)

Jihan Fakhria Baehaqi, Wawan Gunawan

IShowSpeed's Communication Style in The Youtube Content "Sea Tour" in Yogyakarta: A Representation Of Javanese Culture (33 – 48)

Jihan Fakhria Baehaqi, Wawan Gunawan

Representation of Mental Health and Moral Message in The Comic "The Burden Behind The Smile": Semiotic Study (49 – 59)

Azimah Mardiyah, Haura Azkiya, Naurah Salsabila

Marvel Studios, LLC Marketing Communication Strategy: Deadpool And Wolverine 2025 (60 – 73)

Annisa Lailatul Qomariyah, Adiasri Putri Purbantina

Content Creator's Intrinsic Motivation Pattern In Using English On Social Media (74 – 86)

Rosyidah Jayanti Vijaya, Maria Nurharjanti, Netci Hesvindrati

The Perceptions Of Novice EFL Teachers On Addressing Comprehension Issues In Students' Reading (87 – 97)

Herman Resyadi, Nurfajriah Basri, Ferawaty Syam

Representation Of The Turkish Government in Palestinian-Israeli War News On Hürriyet.com: A Discourse Analysis (98 – 21)

Raisa Alatas, Fathul Qorib

Media Framing of Donald Trump's 2024 Election Victory: A Case Study on International Media

Dani Setiawan, Darra Ananda, Tina Kartika

Student at Master Communication Science Department, Lampung University

Korespondensi: Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Bandar Lampung, Lampung

Surel: danisetiawanku@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1539>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 30/05/2024

Direvisi: 14/08/2024

Publikasi: 31/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Keywords:

Framing Analysis;

Robert N. Entman;

Donald Trump;

Xinhua News;

The Washington Post;

ABSTRACT

This article analyzes the framing differences in the coverage of Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election by two international media outlets, Xinhua News and The Washington Post. Using Robert N. Entman's framing analysis approach, the study explores how the two media define the problem, diagnose the cause, make moral judgments, and offer treatment recommendations regarding the political and social divisions in the United States. Xinhua News tends to emphasize optimism and solutions for the country's healing, stressing the importance of overcoming social and economic tensions. In contrast, The Washington Post is more critical, highlighting the growing political distrust and the potential impacts of Trump's policies on human rights, immigration, and the economy. These framing differences reflect the influence of media in shaping public perceptions of leadership and political policies, demonstrating how the ideological stance of media outlets can affect their portrayal of a significant political event. This research provides insights into the dynamics of media and politics in the context of elections.

INTRODUCTION

The 2024 United States Presidential Election is predicted to be one of the most competitive in modern history. Former President Donald Trump, who lost the 2020 election, is now projected to have a strong chance of reclaiming the presidency, according to projections published by The Associated Press and Edison Research (Research, 2024). In this increasingly tight race, Trump is competing against Vice President Kamala Harris, who represents the Democratic Party, in a highly dynamic contest, particularly in seven key battleground states that will determine the outcome of the election: North Carolina, Pennsylvania, Michigan, Wisconsin, Georgia, Arizona, and Nevada (The Washington Post, 2024).

In the 2020 election, Trump only won one of these states, North Carolina, despite losing the national race to Joe Biden. However, the situation in 2024 shows a different dynamic. According to The Washington Post's Post Pulse polling, which uses high-quality surveys, the race leading up to Election Day appears to be very competitive, with each candidate slightly ahead in several decisive states. This indicates a high level of political tension, with both candidates working hard to rally support from voters spread across these regions.

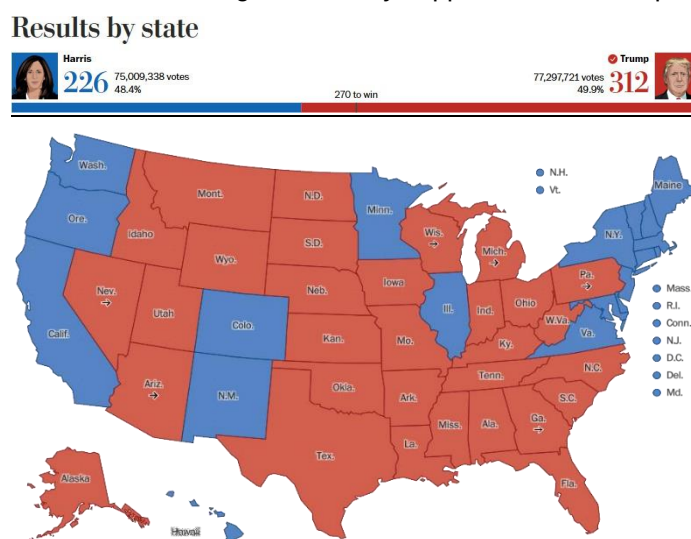


Figure 1. The Washington Post's Post Pulse polling
Source: The Washington Post

On the other hand, international coverage of the 2024 election has also garnered significant attention from global media outlets such as Xinhua News. As a news outlet based in China, Xinhua News provides a different perspective on the dynamics of the U.S. election. Through its coverage, Xinhua often highlights how a Trump or Harris victory could impact foreign relations, particularly with China. Coverage from Xinhua News offers an international viewpoint that not only assesses the election's results in the domestic U.S. context but also connects its implications to international relations, providing a broader perspective on the significance of this election on the global stage.

Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election marks a new chapter in international politics, filled with dynamics and controversies. As a figure who often utilizes media to strengthen his position, Trump once again draws global attention, both from his loyal supporters and critics who remain skeptical of his leadership style. This event creates various narratives in the global media, ranging from coverage that focuses on his campaign strategy to issues considered controversial, such as populist rhetoric,

political polarization, and the implications of domestic and foreign policy (The Washington Post, 2024).

At this point, the media plays a crucial role in framing the narrative regarding the competition between Trump and Harris. The framing used in coverage by media outlets like The Washington Post and Xinhua News can influence public perceptions of the election process and the competing candidates. Therefore, it is essential to analyze how both candidates and their political parties are positioned in the media coverage and how the media shapes the election narrative through the selection and presentation of information.

As key actors in shaping public perception, the media plays a critical role in framing Trump's victory. Through the framing mechanism, media outlets do not just present facts but also shape the narrative that influences how the audience understands the event. Framing, as defined by Entman, involves selecting specific aspects of perceived reality to emphasize or downplay to provide a particular interpretation. In the context of Trump's victory, media coverage can be seen from various angles, ranging from the legitimacy of the election results, campaign strategies, to the impact of his leadership on the global political system.

The urgency of this research lies in the importance of understanding how global media, as key actors in political communication, influence public perception in the context of significant political events such as the 2024 U.S. Presidential Election. Given the wide-ranging impact of this election on U.S. domestic politics and international relations, this study is highly relevant to explain the role of media framing in shaping global political discourse.

However, there is a research gap that needs to be addressed. Most studies on media framing focus on domestic contexts, while there is a lack of deeper understanding of how international media position significant U.S. political events. Particularly in the context of Donald Trump's victory, a comprehensive analysis is required to examine the differences in patterns, tone, and key issues highlighted by conservative, liberal, and international media. This research aims to fill that gap and provide new insights into the interaction between global media and political communication.

This study aims to analyze the global media framing of Donald Trump's victory in the 2024 election. Using a framing analysis approach, this research will explore how conservative, liberal, and international media outlets frame this victory. The main focus of the study includes patterns of coverage, differences in tone (positive, negative, or neutral), and key issues highlighted in the media narratives. This study is crucial for understanding how media, as the main messenger, creates perceptions that can influence public opinion, both in the United States and internationally.

Through this review, the research is expected to provide in-depth insights into the interaction between media, politics, and public opinion. Moreover, the findings of this study will enrich the discourse on the role of framing in global political communication, particularly in the context of significant political events like the U.S. Presidential Election, which has wide-ranging impacts on the international stage.

REVIEW OF LITERATURE

Constructivist Paradigm

The core idea behind constructivist theory is that social realities are subjective and emerge from social interactions, where individuals actively shape their perception of the world. Burhan Bungin defines constructivism as a mental process in which individuals make sense of the realities they encounter (Bungin,

2017). Eriyanto suggests that the constructivist framework has a unique stance on how media and news are understood, drawing from the social construction theory proposed by sociologists Peter L. Berger and Thomas Luckman (Eriyanto, 2009). Littlejohn's Encyclopedia of Communication Theory elaborates that social constructionism is about how people collaboratively create meaning about their environment, believing that meanings are developed through interaction rather than in isolation. Social interactions serve as the fabric through which society is woven (Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. , 2009).

Constructivism is essential in communication studies because it shows how human interaction leads to the creation of shared meanings. The theory also emphasizes the need for reflexivity, where researchers must critically examine their own roles and assumptions in the research process. Reflexivity requires stepping back and questioning existing norms rather than merely accepting them. This mindset allows researchers to better understand their biases and influences in shaping knowledge. Ultimately, the central challenge of social constructionism lies in questioning accepted truths and the validity of evidence in academic research (Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. , 2009). For constructivists, reality is not an objective truth but a subjective experience shaped by individuals' perspectives, especially in the context of journalism. When a journalist interviews a source, it's not just about transcribing what is said, but also about how the interaction itself influences the constructed reality. The questions posed by the journalist guide and limit the narrative presented, shaping the outcome of the interview and how the story is told.

The constructivist paradigm emphasizes that reality is not something fixed but is instead socially constructed through interactions. It suggests that individuals, through their experiences and perspectives, shape the meaning of the world around them. This view challenges the notion of an objective truth, proposing that knowledge is a product of subjective interpretation. Berger and Luckman's social construction theory outlines how society collectively builds understanding, with language and communication as central tools. This approach highlights that communication plays a pivotal role in shaping our social reality (Sica, 2016).

Existing studies on constructivism in communication research have predominantly focused on domestic contexts, particularly how media shape local political narratives. However, there is a lack of studies examining how international media construct narratives of U.S. political events, such as the 2024 Presidential Election. The global implications of such events demand a deeper understanding of how media across different ideological and cultural contexts participate in constructing shared or divergent interpretations of significant political outcomes.

This study introduces a novel approach by applying the constructivist paradigm to analyze global media narratives on Trump's victory. By doing so, it extends the theoretical application of constructivism beyond local boundaries, addressing the dynamic interplay between media systems and global political discourse. Additionally, this research leverages the reflexivity component of constructivism to critically analyze how international media's biases, cultural contexts, and ideological leanings shape their framing of Trump's presidency. Unlike previous studies, this approach not only explores media content but also scrutinizes the processes and assumptions underlying the construction of these narratives. By bridging this gap, the study contributes to advancing constructivist approaches in political communication research, offering new insights into how media as actors of global communication influence international perceptions of

U.S. politics.

Framing Analysis

Framing is a significant concept in communication theory, used to describe how information is conveyed and perceived by audiences. According to the Encyclopedia of Communication Theory, Littlejohn notes that the goal of framing theory is to identify the cognitive frameworks individuals use to understand the world. This concept is often linked to the sociologist Erving Goffman, who described framing as an interpretive element within cultural belief systems (Goffman, 1974). Goffman argued that framing is a way in which individuals organize their everyday experiences to make sense of the world around them.

Goffman proposed that people use these interpretive frames in their daily lives to structure and understand their social reality. According to Goffman, framing does not only serve to simplify the complexity of the world but also acts as a reciprocal process, influencing both how we interpret and reconstruct reality (Goffman, 1974). This concept is deeply rooted in phenomenology, a philosophical approach asserting that the meaning of the world is subjective and shaped by an individual's beliefs, experiences, and personal knowledge. In this view, the world is not seen as an objective entity, but as one shaped by our perceptions, often influenced by the frames present in our social environment.

Framing, according to Goffman, is the way social elements are given meaning in narratives formed by individuals and groups. He also emphasized that each individual and group has its own frame of reference, which affects how they evaluate and understand the information they receive. For example, two individuals may witness the same event but interpret it very differently due to the differences in their cognitive frames. In this context, framing serves as a tool to reduce the complexity of information by selecting specific elements to highlight, while leaving others aside or disregarded (Goffman, 1974).

A prominent thinker in framing theory, Robert N. Entman, further developed the concept. In his writings, Entman explained that framing consistently provides a means to describe the power dynamics within communication texts. He argued that framing analysis sheds light on the way human consciousness is influenced by the transfer or communication of information from one source, such as speeches, news reports, or literature. Framing plays a pivotal role in how information is chosen and emphasized in mass communication, influencing how audiences understand specific issues (Entman, 1993).

Table 1. Robert N. Entman Framing Model

Define Problems	Determine what a causal agent is doing with what costs and benefits, usually measured in terms of common cultural values
Diagnose Causes	Identify the forces creating the problem
Make Moral Judgments	Evaluate causal agents and their effects
Suggest Remedies	Offer and justify treatments for the problems and predict their likely effects.

Source : Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm

Entman proposed that framing involves two main components: selection and salience. Selection refers to the process of choosing specific aspects of perceived reality and highlighting them in communication. This makes certain elements more prominent and relevant in a given context, supporting a particular

understanding of a problem. Saliency, on the other hand, refers to the process where information is given extra emphasis, making it more visible, meaningful, or memorable to the audience (Entman, 1993). By increasing saliency, information becomes more striking and has a greater impact on the audience's understanding.

Framing is not just about presenting information; it also shapes how that information is understood, interpreted, and even acted upon by audiences. Increasing saliency raises the likelihood that the audience will notice the information, distinguish its meaning, and retain it in their memory. For instance, in news reporting, the way an event is covered can significantly influence how the public reacts to it. If the media focuses on a particular aspect of the story, such as the negative or positive consequences of an event, the audience is more likely to view the situation from the emphasized perspective (Entman, 1993).

A clear example of the application of framing can be found in media coverage of political issues. In many cases, the media chooses to emphasize or downplay specific aspects of a political event to shape the public's perception of it. For example, the media might focus on the controversial behavior of a political candidate while downplaying their policies or achievements, which may be more relevant in evaluating their leadership. In this case, framing plays a critical role in shaping public perception, which can ultimately influence voter decisions (Scheufele, 1999).

Framing also plays an important role in constructing narratives that influence public opinion. In the age of social media and digital news, framing techniques are increasingly used to shape how audiences understand important issues. Information presented in the form of news stories, memes, or commentary can be easily influenced by framing, which in turn strengthens certain attitudes or views about an issue (Matthes, 2015).

Framing is not just about presenting information but about how that information is packaged to influence the audience. It is an active process, in which the communicator selects a particular way to present a story and shape the audience's understanding. By understanding framing theory, we can become more critical of the information we consume and more aware of how the way messages are delivered influences our perceptions of the world around us. Framing analysis provides us with a deeper understanding of how communication shapes our perception of reality (D'Angelo, 2014). Framing is not only a means of simplifying information but also a way of manipulating how we view the world. Through the selection of information to highlight and the manner in which it is presented, framing plays a significant role in shaping public opinion and influencing societal actions. By understanding how framing works, we can become more discerning in consuming information and more conscious of the influence that various forms of communication have in our daily lives.

This study fills the gap by conducting a comparative analysis of how conservative, liberal, and international media outlets frame Trump's 2024 victory. It explores differences in tone, emphasis on key issues, and thematic narratives to understand how global media construct distinct perceptions of the same event. The research also expands Entman's (1993) framing framework by incorporating cross-cultural dimensions, highlighting how international media adapt frames to align with their domestic audiences' expectations or political climates. This approach provides a more comprehensive understanding of framing as a global communication strategy.

Moreover, the novelty lies in identifying patterns of media framing that not only influence public opinion within the U.S. but also shape global political narratives and perceptions of U.S. leadership on the international stage. By doing so, this study contributes to the broader discourse on the role of media as transnational actors in global political communication.

METHOD

This study uses qualitative research with a descriptive analytical approach. The aim of this research is to describe the characteristics of news coverage in The Washington Post and Xinhua News regarding Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election. To achieve this goal, the author employs Robert N. Entman's framing analysis model. Robert N. Entman's framing analysis model focuses on two main elements: selection and salience. Framing, in this context, involves selecting certain aspects of perceived reality and highlighting them in the communicated text in such a way as to promote a specific problem definition, causal interpretation, moral evaluation, or recommended solution. Thus, framing functions to guide the audience's perspective on a particular event or issue by emphasizing certain elements and disregarding others.

In this study, the author uses Robert N. Entman's framing analysis model to analyze news coverage of Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election. The Washington Post and Xinhua News were chosen as the subjects of this research due to their representation of two different perspectives—Western media and media from China. This analysis aims to examine how these two media outlets frame Trump's victory, the prominent figures highlighted, and the key issues discussed in their coverage.

Primary data for this research was obtained by downloading articles from The Washington Post and Xinhua News discussing Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election. The selected articles for analysis are from The Washington Post, titled "Donald Trump wins presidential election, defeating Harris to retake White House", published on November 6, 2024, and an article from Xinhua News titled "World Insights: Challenges await U.S. president-elect Trump in deeply divided nation" also published on the same date. These articles will be analyzed to identify the framing used by both media outlets in reporting Trump's victory.

Secondary data for this research includes books, scholarly articles, and other references relevant to framing theory and the political context of the United States, which will be used to support the analysis and interpretation of the research findings. Data collection was conducted by downloading and reviewing relevant articles from The Washington Post and Xinhua News about Trump's victory. These articles were selected for their relevance to the topic and for being published on the same date, thus providing an accurate representation of how each media outlet framed the event. The analysis will focus on identifying framing elements such as problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and recommended solutions that are present in the media coverage.

This study aims to uncover how the two media outlets perceive Donald Trump's victory, which figures are given special attention, and how each media uses framing to convey their perspective. Furthermore, the study also seeks to explore the narrative elements used in the coverage, including the arguments employed to strengthen the conveyed message and the solutions proposed to respond to the changes following

Trump's victory. Through this framing analysis, the research will provide insights into the differences in perspectives between Western and Chinese media in reporting on U.S. politics and how framing elements are used to influence public opinion and guide audience perceptions of Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election.

FINDINGS AND DISCUSSION

In this study, the author analyzes news coverage from two online media outlets, The Washington Post and Xinhua News, with the following articles as primary sources:

Table 2. Primary Article Source

1	Donald Trump wins presidential election, defeating Harris to retake White House"	The Washington Post
2	"World Insights: Challenges await U.S. president-elect Trump in deeply divided nation"	Xinhua News

The object of this research focuses on Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election, which marks a new chapter in international politics filled with dynamics and controversies. The framing analysis connects the content of the news to the four elements of Robert N. Entman's framing model:

1. Define problems – identifying what the actor/subject does to outline the general problem;
2. Diagnose causes – pinpointing factors contributing to the emergence of the problem;
3. Make moral judgments – evaluating the causes and effects of the issue;
4. Suggest remedies/treatment recommendations – proposing solutions to the problem.

By applying Entman's framing model, this study explores how the two media outlets frame Trump's victory differently, shedding light on the contrasting narratives shaped by ideological and regional perspectives, particularly in the context of global political discourse.

Framing Analysis of The Washington Post

The news article titled "Donald Trump wins presidential election, defeating Harris to retake White House" was published on November 6, 2024.



Figure 1. Trump at white house (Source: The Washington Post)

Donald Trump won the presidential election, defeating Harris to reclaim the White House. Trump secured the majority of the Electoral College votes by maintaining his lead among male voters and white voters without college degrees, while also performing better with historically Democratic constituencies such as Latino voters and young voters, according to early exit polls. In this analysis, the author examines the news article, "Donald Trump wins presidential election, defeating Harris to retake White House" (The Washington Post, 2024), written by The Washington Post, using Robert N. Entman's Framing Analysis model, as follows:

1. Define problem

The problem defined in this news article is the dissatisfaction with President Joe Biden's leadership, particularly in addressing economic issues such as inflation, immigration, and foreign conflicts, which formed the backdrop for Trump's victory. Additionally, a larger problem identified is the divided political landscape and the tensions arising between the Democratic administration and Republican voters (Biegon R, 2019). In this framing, the primary issue highlighted is the dissatisfaction with the direction of the country's leadership under President Biden, driven by significant concerns such as inflation, illegal immigration, and foreign conflicts.

Donald Trump's victory in the 2024 presidential election is described as a response to the crises and unsuccessful policies under Biden's administration.

".....Trump achieved an electoral college majority by maintaining his majorities with men and White voters without college degrees, while also overperforming with historic Democratic constituencies such as Latinos and young voters, according to preliminary exit polls."

The report emphasizes that Trump secured the Electoral College victory by maintaining his majority among male voters and white voters without college degrees, while also achieving strong results among traditionally Democratic constituencies, such as Latino voters and young voters (The Washington Post, 2024). This demonstrates that the problem framed in this coverage relates to the sharp social and economic divides among American voters, exacerbating dissatisfaction with the policies implemented by the Biden administration. The broader issue defined in the article is the economic and social crises threatening American society. This is reflected in various complaints about Biden's economic policies, deemed failures, such as rising prices of goods and services (inflation) and poorly managed immigration issues (Lindsay, 2024). A particularly illustrative quote highlighting economic dissatisfaction is:

"Trump's campaign attacked Harris by linking her to widespread dissatisfaction with Biden's handling of rising prices and foreign conflicts, and depicting her as further left than the country, especially on health care for transgender people."

Trump uses a strategy of attacking Kamala Harris (as vice-presidential candidate) by linking her to widespread dissatisfaction with Biden's handling of rising prices (inflation) and ongoing foreign conflicts. This reinforces that economic and foreign policy issues are central problems defined in this framing. Trump also portrays Harris as a figure with overly progressive views, especially on policies regarding transgender healthcare, which he argues are at odds with the views of the majority of Americans (Tumin & Rogers, 2024). The framing in this article defines the primary issue as dissatisfaction with Biden's administration's policies in addressing socio-economic problems (inflation, the cost of goods, immigration, and foreign policy),

which has driven many voters to support the change promised by Trump. Trump's victory is positioned as a response to these inadequately managed issues under Biden's leadership and as a solution offering significant shifts toward more conservative and nationalist policies.

2. Diagnose cause

In this framing, the primary causes of dissatisfaction and the prevailing issues are defined as the policy failures of Joe Biden's administration, particularly in addressing inflation, managing illegal immigration, and resolving foreign conflicts. These factors emerge as the key drivers explaining why many voters shifted their support to Trump, despite his controversial political and personal background.

"Trump's campaign attacked Harris by linking her to widespread dissatisfaction with Biden's handling of rising prices and foreign conflicts, and depicting her as further left than the country, especially on health care for transgender people."

The analysis highlights that voter dissatisfaction is closely tied to Biden's handling of inflation, which has resulted in rising prices, and his inability to effectively manage ongoing foreign conflicts. These issues are further exacerbated by what Trump characterizes as overly progressive policies, particularly in transgender healthcare, which have become points of contention between the Biden-Harris administration and a significant portion of the American electorate (Times, 2024). Trump capitalized on the widespread discontent with Biden's policies, diagnosing these failures as the principal reasons behind his electoral victory.

"Trump achieved an electoral college majority by maintaining his majorities with men and White voters without college degrees, while also overperforming with historic Democratic constituencies such as Latinos and young voters, according to preliminary exit polls."

While the narrative focuses on voter demographics, it is evident that Trump secured victory by maintaining support among groups that felt neglected by Biden's foreign policy, which they viewed as ineffective in addressing international challenges. Trump positioned himself as a candidate capable of restoring stability to foreign policy, emphasizing his commitments to end the Russian invasion of Ukraine and broker peace in the Middle East. In this framing, Trump diagnoses the Biden administration's failures in foreign policy and international diplomacy as critical contributors to voter dissatisfaction, ultimately leading to his victory (Samuels, 2024). The diagnosis of causes in this article underscores that dissatisfaction with Biden's economic and foreign policies is the primary reason for Trump's success. The framing emphasizes the Biden administration's failure to address domestic crises (inflation, rising costs) and international conflicts, paving the way for Trump's return to the White House with promises of more conservative policies and drastic changes.

3. Make moral judgment

At this stage, the news framing provides a moral evaluation that contrasts two key perspectives: Trump is portrayed as a candidate capable of restoring the nation and reinstating stability, while Harris and the Biden administration are depicted as having failed in their duties. The moral judgment presented indicates that the Biden administration is considered dangerous and unstable, whereas Trump is positioned as a savior who will restore control and stability to the country (The Washington Post, 2024).

"Trump's pledges to exercise unrestrained authority alarmed millions of other Americans, including

some of his former advisers, who warned he would govern like a dictator and met the definition of a fascist."

This framing also reflects a negative moral evaluation of Trump in terms of authoritarianism and fascism. The narrative suggests that Trump might impose unchecked authority, potentially threatening freedom and democracy. This moral judgment frames Trump as a danger to the nation, despite his own promises to restore the country's "greatness" through a more authoritarian approach. Conversely, there is a more positive moral evaluation of Trump from another perspective. He is portrayed as a savior of the nation, pledging to bring transformative change, end instability, and reverse harmful policies:

"We're going to fix everything about our country, and we made history for a reason tonight, and the reason is going to be just that," Trump said early Wednesday at his victory party in West Palm Beach, Florida. "We overcame obstacles that nobody thought possible."

This framing illustrates Trump's narrative of fighting for the nation's welfare, asserting that his leadership is essential for overcoming significant challenges deemed insurmountable. Trump is depicted as a positive and inspiring figure, claiming he is the savior who will guide America back to the right path. It is important to note that Harris also receives a more negative moral evaluation. Within this framing, Harris is characterized as part of an administration that has failed on key issues, including handling inflation and foreign conflicts (The Associated Press, 2024). Harris's inability to dissociate from Biden's unpopular policies is also viewed as a strategic failure that undermines their collective image. This sentiment is evident in the following statement:

"Harris struggled to distance herself from President Joe Biden, whom she replaced on the ticket after a June debate in which he sometimes appeared confused."

The moral evaluation of Harris is notably critical, portraying her as having failed to demonstrate leadership and being unable to address the nation's pressing challenges. This places the Biden-Harris administration at a disadvantage compared to Trump, who is depicted as decisive and focused on clear objectives. Overall, the moral judgment in this framing underscores a stark dualism. Trump is positioned as a savior and a leader capable of addressing major issues, while Biden and Harris are portrayed as an incompetent, dangerous, and unstable administration (The Washington Post, 2024).

4. Treatment recommendation

The treatment recommendations in this news framing focus on solutions proposed by Trump, who pledges to address economic issues, tackle illegal immigration, and resolve foreign conflicts. Trump promises to improve economic policies and promote global peace. Additionally, he vows to implement significant changes to foreign and domestic policies aligned with conservative views, including tax cuts and stricter immigration policies (Miller, Price, Weissert, & Colvin, 2024). On the Democratic side, particularly Harris, the proposed remedies center on promises of generational change and the protection of certain rights, such as abortion rights. However, these are not presented as widely accepted solutions, given Harris's inability to distinguish herself from Biden. At this stage, the news framing provides action recommendations, suggesting solutions or steps deemed appropriate to address the identified problems. In the context of this report, Trump offers strong recommendations related to foreign policy, economic, and social issues. His

proposed solutions focus on transformative changes aimed at restoring the nation and reasserting the United States' strength on the global stage.

"He vowed to end Russia's invasion of Ukraine before taking office, halve energy prices within a year and bring peace to the Middle East. He promised transformational change, pledging to upend global alliances and commerce, deport immigrants on a massive scale, enact huge new tariffs, cut \$7 trillion in taxes and make the federal government smaller and more responsive to his agenda."

This excerpt illustrates Trump's recommendations for significant changes in foreign policy (ending Russia's invasion, creating peace in the Middle East), economic measures (cutting taxes by \$7 trillion, reducing energy prices), and immigration (mass deportations). Trump advocates for radical changes that are positioned as solutions to the nation's challenges. By offering direct and decisive solutions, Trump suggests that only through drastic measures can the country overcome its difficulties (The Washington Post, 2024). Furthermore, Trump also recommends changes to government management and power structures, favoring a more authoritarian and efficient approach. This is evident in the following excerpt:

"We're going to fix everything about our country, and we made history for a reason tonight, and the reason is going to be just that."

This excerpt emphasizes national recovery and strengthening governance through clear and directed actions. Trump promises comprehensive reforms through bold and immediate measures to address the fundamental issues faced by the United States. In this context, his recommendation is that a strong and courageous leader is necessary to resolve these challenges, enabling the nation to rise again through decisive actions and bold decisions. Additionally, Trump proposes new economic policies, such as substantial tax cuts, aimed at revitalizing various sectors and steering the economy back on track. These measures target issues such as inflation, high energy prices, and unemployment. In contrast, Harris and the Biden administration fail to present action recommendations that are as specific or bold. In this framing, Harris does not provide concrete solutions to address the challenges facing the United States. Instead, her focus is more on issues like abortion rights and democracy without offering a clear picture of the steps required to resolve economic grievances or public dissatisfaction (Clarke, 2024).

Trump presents a series of transformative and radical action recommendations aimed at addressing the nation's major challenges, including foreign policy, economic reforms, immigration, and government downsizing. Conversely, Harris offers less robust or specific recommendations, focusing on narrower topics that lack the breadth and clarity of Trump's proposed solutions.

Framing Analysis Xinhua News

Headline Analysis: "World Insights: Challenges await U.S. president-elect Trump in deeply divided nation" (November 7, 2024).



Figure 2. Challenges Trump await US President election
Source: Xinhua News

In this analysis, the writer examines the article “World Insights: Challenges await U.S. president-elect Trump in deeply divided nation” (Xinhua News, 2024) authored by Xinhua News, using Robert N. Entman’s framing analysis model as follows:

1. Define Problem

According to Robert N. Entman’s framing model, the first component involves defining the problem, focusing on how an issue or situation is identified and portrayed by the media. In this Xinhua News report, the primary issue centers around the United States as a nation deeply divided politically and socially, exacerbated by issues such as immigration, abortion, and inflation. The article highlights this situation as a significant challenge influencing the election outcome and the hurdles that await Trump as the president-elect.

“Trump was elected by a deeply divided nation grappling with issues such as immigration and abortion, while still struggling with the highest inflation surge in four decades.”

The report uses terms like “deeply divided” and “struggling” to describe a country plagued by tension and unrest in political, social, and economic aspects. The U.S. is depicted as a nation experiencing profound divisions over key issues that have split society into two opposing factions: conservatives and progressives. Through this framing, Xinhua News establishes a narrative about the significant challenges that Trump will face as president-elect. A key emphasis is placed on the difficulty of uniting a polarized society, particularly regarding contentious issues such as immigration, reproductive rights (abortion), and high inflation rates. The term “deeply divided” reflects the extreme political tension between the two major parties (Republican and Democratic) and the vast disagreements among citizens on critical policy matters (Yin, 2024). On the other hand, the word “struggling” underscores the serious economic problems, including inflation, affecting the daily lives of many Americans, particularly those in lower- and middle-income brackets. This framing also conveys the idea that, despite electing a new president, the United States faces numerous internal challenges that are not only political but also social and economic in nature. It prepares the reader to understand that the newly elected president must act swiftly and decisively to address these problems on a large scale. The narrative implies that Trump’s leadership will need to confront and resolve these critical issues effectively to restore stability and unity in the country (Xinhua News, 2024).

The Role of Immigration, Abortion, and Inflation Issues in This Framing

a. Immigration Issues:

The article highlights how immigration, particularly Trump's policies on mass deportation, exacerbates societal divisions. It illustrates that the debate surrounding immigration has become emblematic of broader ideological divides in the U.S. This framing portrays Trump's immigration policies as not only controversial but also as a potential factor in deepening polarization among citizens.

b. Abortion:

The issue of abortion is emphasized as a key source of social tension. The controversy surrounding reproductive rights reflects sharp ideological differences between conservative and progressive groups in America, further intensifying mutual distrust.

c. Inflation:

High inflation is presented as the most pressing economic challenge directly affecting many U.S. citizens. The framing suggests that this economic crisis has become a critical and urgent issue in the election, as rising living costs frustrate the populace, prompting calls for leadership change capable of delivering economic improvements.

Deeper Socio-Political Analysis

This framing directs the reader's attention to how the nation's divided state not only presents a challenge for Donald Trump but also reflects broader socio-political conditions in the U.S. Such polarization creates uncertainty about the country's future, where even major decisions on economic and social policies are likely to face strong opposition from different ideological factions (Li, 2024).

The framing constructs an image of the United States as a divided nation grappling with a deep economic crisis, compounded by entrenched socio-political challenges. It underscores the magnitude of the task ahead for Trump in uniting the nation and healing its profound political wounds. This creates a complex and challenging context for the president-elect, with interrelated social, political, and economic issues demanding immediate and strategic attention.

2. Diagnose Cause

In the diagnosing cause stage in the framing framework according to Robert N. Entman, the media must describe and explain the causes behind the previously identified problem. This is the step where the issues faced by the country or individual are explained further to understand the root causes. These causes are often linked to broader policies, actions, or socio-economic circumstances that affect the main problem.

"Many media outlets believe that the new president needs to take a bold mission to heal the wounds and bridge the growing distrust between Democrats and Republicans, which has become so extreme that people are increasingly choosing where to live based on their political affiliation."

These two quotes identify the root causes of the major problems faced by Donald Trump as president-elect. There are two main causes outlined in this news story:

- a. Political Polarization and Distrust between Democrats and Republicans: The first cause outlined is the growing distrust between the two major political parties in the United States, the Democrats and the Republicans. This tension has reached such extreme levels that people choose where they live based on their political affiliation, showing how deeply divided society is (Mu Chunshan, 2024). This framing

suggests that the main cause of the division is the sharp ideological differences between the two camps, leading to social and political polarization that affects not only political decisions but also social relationships between citizens.

- b. **Economic Crisis and Social Uncertainty:** The second cause outlined is the economic crisis that many Americans are currently facing, struggling with rising living costs, taxes, housing prices, and shrinking incomes. High inflation is a major driver of this economic discontent. This framing illustrates how economic factors are the main cause of discontent among the public, who are demanding better and stronger leadership to emerge from the economic recession. This highlights the fact that economic disparities and income inequality exacerbate social instability, which in turn exacerbates political polarization (McGregor, 2024)

3. Make Moral Judgment

At the stage of giving moral judgment in Robert Entman's framing analysis, the media not only explains the problem and its causes, but also provides a judgment about whether a particular event or issue is considered good or bad, fair or unfair. This moral judgment can be in the form of an evaluation of the actions of individuals, groups, or policies that are relevant to the issue raised in the news.

"Critics argue that his strategy could pose a fundamental challenge to civil rights and humanitarian obligations."

"Many media outlets believe that the new president needs to take on a bold mission to heal the wounds and bridge the growing distrust between Democrats and Republicans, which has become so extreme that people increasingly choose where to live based on their political affiliation."

These two quotes show the moral judgments given in the news:

- a. **Assessment of Trump's Immigration Policy:** Criticism of Trump's immigration policy reflects moral judgments related to violations of civil rights and humanitarian obligations. His proposal for mass deportation of immigrants is seen by many as a policy that is detrimental to human rights, exacerbates social tensions, and can lead to injustice. This framing provides a moral assessment of the policy by calling it a move that could challenge basic individual rights, as well as the ethics of treating people seeking protection or better opportunities in the United States (Blanchard & Bown, 2024). The use of terms such as "fundamental challenges to civil rights" implies that the move is not only unjust but also potentially violates broader moral principles of humanity and justice.
- b. **Assessment of Interparty Distrust and Political Polarization:** Another moral assessment focuses on the deepening political polarization between Democrats and Republicans. In this framing, the growing divide between these two groups is seen as a problem that affects the health of democracy and social stability. This moral assessment includes the idea that the growing divide not only creates social tensions but also undermines the social integrity of the country. This framing reminds us that extreme distrust can exacerbate existing political polarization and create "silos" that hinder dialogue and collaboration between groups (Blanchard & Bown, 2024). Such sharp differences in views can ultimately lead to deeper divisions, which reduce the capacity of the country to function effectively.

Moral Meaning and Judgment:

- a. **Injustice in Immigration Policy:** Trump's proposed policy of mass deportations represents a grave injustice to immigrants, who can be viewed as a vulnerable group in the United States. This labeling

morally assesses the action, criticizing the measures taken as a form of inhumane treatment of those in vulnerable positions, both economically and socially. This moral judgment highlights the importance of viewing immigration policy from a broader perspective of human rights and humanitarian values.

- b. Political Polarization Undermining Social Integrity: In terms of political polarization, the moral judgment given reflects concerns about the long-term impact of growing distrust between groups. The inability to reach mutually beneficial agreements and embrace differences is considered a moral problem because it can undermine the country's ability to function as an integrated society. This division affects not only politics, but also the relationships between individuals and groups within society. Here, the moral judgment illustrates that extreme distrust can undermine the "wholeness" and "harmony" that are supposed to be the foundation of a democratic state. Socio-Political Moral Analysis:

- 1) Immigrant Injustice and Civil Rights: This framing explores the moral value of immigration policy by assessing Trump's decision from a humanitarian perspective. Critics of the mass deportation policy view the policy as contrary to moral principles that protect basic human rights. This assessment assumes that the right to reside and seek refuge in a country like the United States is part of a larger moral value that must be protected.
- 2) The Impact of Polarization on the Health of Democracy: The growing distrust between Democrats and Republicans is seen as a threat to the health of democracy itself. This framing makes the moral judgment that sharp political polarization not only undermines the country's ability to solve major problems but also creates a failure to maintain healthy social relations between citizens with different views. This assessment reminds us that a divided country is not only at greater risk of social conflict but also faces a crisis of trust that can undermine the moral and social foundations that underlie democracy.
- 3) In the moral judgment stage, this framing assesses Trump's policies in two main areas: immigration policy and political polarization. The mass deportation policy has been negatively assessed because it is considered to violate civil rights and humanitarian obligations, while political polarization is seen as a moral threat to social integrity and democracy itself (Xinhua News, 2024). These two issues show that moral judgments in this news do not only include direct policy analysis, but also reflections on the larger values that underlie American society and the United States.

4. Treatment Recommendation

In the action recommendation stage of Robert Entman's framing analysis, the media not only describes the problem, causes, and makes moral judgments, but also suggests actions or solutions that should be taken to address the problem. These recommendations are often based on an assessment of the situation at hand and can focus on what individuals, groups, or governments need to do to improve the situation. In this story, the framing of action recommendations tends to focus on calls for "healing" the nation, rebuilding better political relations, and economic recovery. There are calls for Trump to take concrete steps to address polarization and repair the battered economy.

"Trump says his team will help the country 'heal.'"

"Many media outlets believe the new president needs to take a bold mission to heal the wounds and bridge the growing distrust between Democrats and Republicans."

"The economy remains a top concern for most Americans. Many voters have expressed frustration with the rising cost of living, taxes, housing, and shrinking incomes, saying they expect strong leadership to lead the country out of the economic recession."

Meaning and Analysis of Recommended Actions:

- a. **Healing the Nation and Bridging Political Polarization:** The first recommendation given in this news story is healing a divided nation, which involves efforts to bridge the distrust between Democrats and Republicans. Based on the quote "Trump says his team will help the country 'heal,'" there is a strong emphasis on the need for actions that unite a nation divided by political affiliation. In this case, healing the nation requires building a more inclusive dialogue between groups with opposing political views, so that both sides can find common solutions for political and social stability. As part of this recommended action, Trump is expected to not only speak out for unity, but also take concrete actions to create space for bipartisan collaboration. The importance of concrete action to heal these political wounds is reflected in the statement that healing the nation is one of the greatest challenges facing the Trump administration. Given the deepening tensions between the two major parties, deep action that includes a more moderate approach and puts the national interest ahead of party interests will be key to reducing polarization.
- b. **Economic Recovery and Strong Leadership:** The second recommendation concerns economic recovery, which is a top concern in the context of the recession and inflation that has gripped many Americans. Many voters have expressed frustration with the rising cost of living, taxes, housing, and shrinking incomes. Therefore, there is an urgent need for Trump to take
- c. **bolder steps to strengthen the economy and provide strong leadership to pull the country out of its economic slump.** This recommendation includes a range of practical economic actions, such as reducing federal spending, lowering taxes, and introducing policies that can encourage investment and create jobs. Incentives for economic growth and tackling inflation are key solutions that need to be implemented to calm public discontent over economic issues.
- d. **Addressing Immigration and Reproductive Rights with More Humane Policies:** Further recommendations for action could relate to addressing immigration and reproductive rights issues. Given the tensions surrounding Trump's policies on mass deportations of immigrants and women's rights, more humane and human rights-focused actions are considered important. Therefore, using a more inclusive and rights-based approach to immigrants and women could help ease the social tensions that arise from controversial policies. In the case of immigration, for example, recommendations could include comprehensive solutions to improve immigration policies that balance national security and the protection of human rights for immigrants. On the other hand, reproductive rights issues, especially those concerning access to women's health services, require more proactive and fair policies in protecting women's basic rights.

The framing of this story provides four key recommendations that the Trump administration should take to address the major challenges facing the country:

- a. **Heal the nation by creating unity among groups divided by political polarization.**

- b. Fix the economy with policies that focus on economic growth, reduce federal spending, and provide incentives for employment.
- c. Take a more humane approach to immigration and reproductive rights policies, in order to create fairer policies and protect basic individual rights.
- d. Strong, bold leadership that can lead the country out of its current social and economic crisis.
- e. These recommended actions outline the steps that must be taken to not only improve the political and social situation, but also to ensure that the policies implemented reflect values of justice and humanity.

Comparison of News Framing of The Washington Post and Xinhua News

Table 3. Comparison of News Framing of The Washington Post and Xinhua News

Framing Aspect	Xinhua News	The Washington Post
1. Define Problem	Emphasizes the division of the nation related to issues such as immigration, abortion, and high inflation. Mentions the significant challenge of "healing" the divided nation.	The same problem of political and economic division in the U.S. Focuses on the tension between Democrats and Republicans and its impact on social polarization.
2. Diagnose Cause	The cause of the problem is emphasized on the political tension between the two major parties (Democrats and Republicans), as well as the economic downturn affecting many people's lives.	The cause is also related to political polarization, but with more emphasis on social issues, such as reproductive rights and immigration, and distrust in leadership.
3. Make Moral Judgment	Moral judgment focuses on the importance of national recovery and how the Trump administration can heal this division. Morality is more focused on social harmony and economic welfare.	Moral judgment places more emphasis on Trump's controversial policies, such as the harsh immigration policy and its impact on human rights and women's welfare.
4. Treatment Recommendation	Recommendations include healing the nation, improving the economy through tax cuts, reducing federal spending, and a more humane approach to immigration and reproductive rights.	Recommendations focus on the need for strong leadership to address political distrust and an increase in more inclusive and just social policies.

Explanation of Differences:

- a. Define Problem (Defining the Problem): Xinhua News places more emphasis on the division of the nation, triggered by intense political polarization, as well as high inflation affecting daily life. This highlights the significant challenge Trump faces in uniting the country. On the other hand, The Washington Post also mentions political division but focuses more on the impact of distrust in the government and delves deeper into social issues, such as reproductive rights and immigration problems.
- b. Diagnose Cause (Diagnosing the Cause): Xinhua News attributes the cause of the problem to the political tension between the two major parties and the ongoing economic crisis, stressing the ideological differences between Democrats and Republicans. The Washington Post diagnoses a similar cause but places more emphasis on the social issues arising from harsh immigration policies and tensions surrounding women's rights, in addition to economic problems.
- c. Make Moral Judgment (Moral Judgment): Xinhua News prioritizes moral judgment on the efforts to heal the nation, create greater social unity, and emphasizes the importance of collective welfare. In contrast, The Washington Post takes a more critical moral stance toward Trump's policies, especially those related to human rights and social policies, such as the reduction of reproductive rights and deportation

policies that are seen as harmful to certain groups.

- d. Treatment Recommendation (Recommendation for Action): Xinhua News recommends bold actions to improve the economy through stricter fiscal policies, reduce political polarization, and enhance dialogue among parties. The Washington Post, however, emphasizes the need for leadership focused on social justice and bipartisan cooperation to address the distrust between political groups and improve social policies for broader justice.

The media plays a highly significant role in elections, functioning both as a source of information and as a shaper of public perceptions. In the political context, the media is not merely responsible for conveying facts but also for determining which issues are deemed important through agenda setting, a process where media influences public attention toward specific topics. Additionally, through framing, the media selects how information is presented, shaping the audience's understanding of candidates, policies, or political events. Framing not only simplifies the complexity of information but also constructs narratives that influence how events are perceived, both individually and collectively. In elections, framing can bolster support for certain candidates or create negative perceptions.

In the context of the 2024 U.S. Presidential Election, media outlets such as The Washington Post and Xinhua News demonstrate the power of media framing in shaping public opinion and global narratives. The Washington Post, known for its liberal stance, is likely to frame Donald Trump's victory by focusing on issues such as political polarization, the impact of domestic policies, and critiques of Trump's populist rhetoric. The narrative constructed often centers on challenges to democracy and the internal political dynamics of the U.S., including the legitimacy of the election and its potential impact on social stability. In contrast, Xinhua News, as a Chinese state-owned media outlet, provides a perspective more aligned with international relations. This outlet likely emphasizes the global geopolitical impact of Trump's victory, U.S.-China trade relations, and strategic implications for the Asia-Pacific region. This perspective reflects how international media leverage U.S. political events to highlight their national interests and frame the implications for global order.

These two media outlets not only deliver news but also craft narratives that shape public perceptions both domestically and internationally. The Washington Post may influence U.S. public opinion by framing Trump as a symbol of polarization and a challenge to democratic values. Meanwhile, Xinhua News could shape international perceptions, particularly in countries engaged in geopolitical dynamics with the U.S., portraying Trump as a figure with significant consequences for global stability and bilateral relations. This study becomes particularly relevant as it addresses an existing research gap. Most framing studies have focused on domestic media, while there is limited understanding of how international media frame U.S. political events. This research aims to uncover the framing patterns used by conservative, liberal, and international media in presenting Trump's 2024 election victory. By comparing the approaches of The Washington Post and Xinhua News, this study provides new insights into how U.S. domestic political narratives are contextualized on the international stage. The findings are expected to enrich the field of political communication by highlighting the role of global media as key actors in shaping public perceptions of significant political events.

CONCLUSION

The conclusion of this comprehensive analysis reveals that while both media outlets, Xinhua News and The Washington Post, reported on Donald Trump's victory in the 2024 U.S. Presidential Election, they employed significantly different approaches in framing the situation. Trump's victory occurred amid sharp national divisions over social and political issues, particularly concerning immigration, abortion, and economic challenges. However, the way these two media outlets depicted and assessed the situation differed notably. In terms of defining the problem, Xinhua highlighted how the American nation is deeply divided and in need of healing, focusing on inflation and existing political tensions. Conversely, The Washington Post emphasized the escalating political polarization between Democrats and Republicans, underscoring the growing distrust between the two sides and the effects of this division on American social and political life. Both media outlets agreed that the United States faces severe divisions, but Xinhua adopted a more optimistic perspective, whereas The Washington Post was more critical of the consequences.

For diagnosing the cause of the problem, Xinhua attributed the tensions to mutual distrust among politicians and dissatisfaction with economic policies, while The Washington Post focused on broader social causes, such as Trump's policies on reproductive rights and immigration, which have sparked widespread debates. Xinhua concentrated on general socio-political aspects, while The Washington Post delved deeper into social-ideological factors, particularly Trump's controversial policies. Regarding moral judgment, Xinhua presented a more positive depiction of the situation, asserting that the American nation needs leadership for healing and urging forward-looking perspectives. In contrast, The Washington Post criticized Trump's policies, especially concerning human rights, mass deportation of immigrants, and potential breaches of moral obligations in addressing social and humanitarian issues.

Finally, in treatment recommendations, Xinhua advocated for a more solution-oriented and pragmatic approach, focusing on economic recovery and improving domestic social relations. Meanwhile, The Washington Post recommended fairer and more inclusive leadership as a pathway out of this division, emphasizing the need to address social justice and fundamental rights that have been overlooked. Overall, the differing framings presented by these two media outlets demonstrate how media can influence public perceptions of a leader and their policies. Xinhua News leaned toward optimism and hope, while The Washington Post took a more critical stance, focusing on social issues and morality. These contrasting frames underscore the critical role media plays in shaping public opinion and the way audiences perceive and interpret prevailing situations.

REFERENCES

- Biegon R. (2019). A populist grand strategy? Trump and the framing of American decline. *International Relations* 33(4), 517–539.
- Blanchard, E. J., & Bown, C. P. (2024). Did Trump's trade war impact the 2018 election? *Journal of International Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2024.103891>
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Clarke, J. (2024, December 24). When will Donald Trump take office as US president? Dipetik 2025, dari

- <https://www.bbc.com/news/articles/cde7ng85jwgo>
- D'Angelo, P. &. (2014). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. . Routledge.
- Entman, R. N. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication/* Volume 43, Issue 4, 50.
- Eriyanto. (2009). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Northeastern University Press.
- Greer, T. (2024, October 29). The Battle to Shape Trump's China Policy. Dipetik 2025, dari <https://www.fpri.org/article/2024/10/the-battle-to-shape-trumps-china-policy>
- Kreiss, D., & McGregor, S. C. (2018). "Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google With Campaigns During the 2016 U.S. Presidential Cycle." *Political Communication*, 35(2), 155-177.
- Li, H. Q. (2024). How do the characteristics of local officials affect land urbanization bubble? A case study of Hangzhou, China. *Applied Geography*, 162. DOI: 10.1016/j.apgeog.2023.103147
- Lindsay, J. M. (2024). The 2024 Election by the Numbers. Council on Foreign Relations.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. USA: Sage Publications.
- Matthes, J. &. (2015). The content analysis of framing: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 65(4), <https://doi.org/10.1111/jcom.12141>, 797-825
- McGregor, R. (2024, August). A Trump win splits the East Asian triangle . Dipetik 2025, dari Lowy Institute: <https://interactives.lowyinstitute.org/features/2024-us-presidential-election/donald-trump/article/trump-and-china/>
- MILLER, Z., PRICE, M. L., WEISSERT, W., & COLVIN, J. (2024, November 7). Trump wins the White House in a political comeback rooted in appeals to frustrated voters. Dipetik 2025, dari AP News: <https://apnews.com/article/election-day-trump-harris-white-house-83c8e246ab97f5b97be45cdc156af4e2>
- Mu Chunshan. (2024). What Does Trump's Re-election Mean for China? *The Diplomat*.
- Research, T. A. (2024). 2024 Election Projections: Associated Press. Dipetik January 02, 2025, dari Trump projected to win the 2024 presidential race. The Associated Press.: <https://apnews.com/2024-election-results>
- Samuels, B. (2024, July 15). Trump picks JD Vance for VP. Dipetik 2025, dari The Hill: <https://thehill.com/homenews/campaign/4708066-donald-trump-jd-vance-vice-president-joe-biden/>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. . *Journal of Communication*, 49(1). <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x> 103-122.
- Sica, A. (2016). Social Construction as Fantasy: Reconsidering Peter Berger and Thomas Luckmann's *The Social Construction of Reality* after 50 Years. *Cultural Sociology*, 10 (1), 52-69.
- Taibbi, M. (2017). "Insane Clown President: Dispatches from the 2016 Circus." Spiegel & Grau.
- The Associated Press. (2024, December 11). Presidential election highlights: November 6, 2024. Dipetik 2025, dari AP News: <https://apnews.com/live/trump-harris-election-updates-11-5-2024>
- The Washington Post. (2024, November 06). Donald Trump wins presidential election, defeating Harris to retake White House. Dipetik 2025, dari <https://www.washingtonpost.com/politics/2024/11/06/donald-trump-wins-presidential-election/>
- Times, E. (2024, November 6). Did Kamala Harris make a mistake by naming tim Walz as her running mate in U.S election 2024? Dipetik 2025, dari Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/news/international/us/did-kamala-harris-make-a-mistake-by-naming-tim-walz-as-her-running-mate-in-u-s-election-2024-heres-what-nate-silver-says/articleshow/114991239.cms>
- Tumin, R., & Rogers, K. (2024, November 6). Kamala Harris to Concede Election to Donald Trump. Diambil kembali dari New York Times: <https://www.nytimes.com/2024/11/06/us/politics/harris-concession-speech-address-time.html>
- Xinhua News. (2024, November 7). World Insights: Challenges await U.S. president-elect Trump in deeply divided nation. Dipetik 2025, dari <https://english.news.cn/20241107/27e26c71d95f44ce8b7ad99aa0a35ed9/c.html>
- Yin, G. L. (2024). "Ghost city" or habitable city? The production and transformation of space in China's new towns. *Cities*, 145. DOI: 10.1016/j.cities.2023.104678.

Keterlibatan Pria Dalam Iklan Produk Kecantikan di Indonesia: Kajian Makna Ideasional

The Involvement of Men in Beauty Product Advertisements in Indonesia: A Study of Ideational Meaning

Jihan Fakhria Baehaqi, Wawan Gunawan

Universitas Pendidikan Indonesia

Korespondensi: Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Surel: jihan.fakhria@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1537>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 7/1/2025

Direvisi: 23/1/2025

Publikasi: 31/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Keterlibatan Pria;
Iklan Produk Kecantikan;
Multimodalitas;
Analisis Visual dan verbal;

Keywords:

Men's Involvement;
Beauty Product;
Multimodality;
Visual and Verbal Analysis;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keterlibatan pria dalam iklan kecantikan di Indonesia secara visual dan verbal, menggunakan pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL) dan analisis multimodal. Data diambil dari akun Instagram empat merek kecantikan terkemuka, yaitu Somethinc, Azarine, Skintific, dan Scarlett Whitening. Analisis difokuskan pada elemen visual dan verbal untuk menggali makna ideasional dalam representasi pria dalam iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar iklan menampilkan model pria sebagai aktor utama melalui proses naratif yang menekankan manfaat produk sebagai solusi kebutuhan audiens. Proses material dan relasional mendominasi, memperkuat asosiasi positif terhadap produk, seperti melalui klaim verbal "mencerahkan kulit." Selain itu, penggunaan bahasa asing dan desain yang modern menonjolkan citra global dan eksklusivitas produk, sekaligus memposisikan pria sebagai konsumen aktif produk kecantikan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian representasi gender dalam iklan dan menawarkan panduan bagi praktisi periklanan untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi melalui elemen visual dan verbal. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi strategi pemasaran berbasis gender di pasar lokal dan global.

ABSTRACT

This study aims to identify the involvement of men in beauty advertisements in Indonesia, both visually and verbally, using the Systemic Functional Linguistics (SFL) approach and multimodal analysis. Data were collected from the Instagram accounts of four leading beauty brands: Somethinc, Azarine, Skintific, and Scarlett Whitening. The analysis focuses on visual and verbal elements to explore ideational meanings in the representation of men in advertisements. The findings reveal that most advertisements feature male models as the main actors through narrative processes that emphasize the benefits of the product as a solution to audience needs. Material and relational processes dominate, reinforcing positive associations with the product, as reflected in verbal claims such as "brightens the skin." Additionally, the use of foreign languages and modern design elements highlights the product's global image and exclusivity, while positioning men as active consumers of beauty products. This study contributes to the study of gender representation in advertisements and provides insights for advertising practitioners to optimize communication effectiveness through visual and verbal elements. These findings are expected to offer valuable insights for gender-based marketing strategies in both local and global markets.

PENDAHULUAN

Iklan produk kecantikan adalah salah satu jenis iklan yang mempromosikan produk kecantikan menggunakan model dengan penampilan fisik yang ideal sesuai standar tertentu (Garcia et al., 2023). Namun, perubahan dalam industri kecantikan telah mendorong penggunaan model yang lebih realistis, termasuk pria, untuk memperluas representasi dalam promosi produk. Model-model ini tidak hanya mencerminkan keragaman dalam warna kulit dan masalah kulit tetapi juga mengisyaratkan upaya menjangkau audiens yang lebih luas. Transformasi ini menandai evolusi penting dalam strategi pemasaran produk kecantikan, yang sebelumnya lebih banyak berfokus pada konsumen wanita.

Dalam konteks Indonesia, perubahan ini selaras dengan kebutuhan pasar lokal yang terus berkembang. Iklan produk kecantikan di Indonesia berfokus pada peningkatan kesadaran merek dan menciptakan pengalaman berharga bagi konsumen. Kreativitas dalam konten iklan kini menjadi kunci daya tarik, menggantikan pendekatan tradisional yang lebih mengedepankan orisinalitas. Jika sebelumnya model wanita mendominasi iklan kecantikan, kini pria semakin sering tampil sebagai model utama untuk mempromosikan produk-produk kecantikan, mencerminkan tren global yang mulai terintegrasi dengan nilai-nilai lokal.

Konsep maskulinitas di Indonesia sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya seperti ritual adat, teks agama, pola asuh, media, dan tradisi lokal. Pada awal 2000-an, konsep pria metroseksual mulai muncul, menggambarkan pria kelas menengah atas yang peduli terhadap perawatan diri dan penampilan mereka (Demartoto, 2010). Kehadiran konsep ini tidak hanya menunjukkan pergeseran preferensi gaya hidup, tetapi juga mencerminkan perubahan nilai maskulinitas dari tradisional ke arah yang lebih modern dan individualistik. Perubahan ini memberikan fondasi bagi meningkatnya keterlibatan pria dalam iklan produk kecantikan.

Fenomena ini didukung oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan diri di kalangan pria Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Laporan oleh Euromonitor (2022) mencatat bahwa permintaan terhadap produk kecantikan dan perawatan pria di Indonesia meningkat pesat. Hal ini sejalan dengan perubahan persepsi masyarakat yang semakin positif terhadap pentingnya penampilan dan kesehatan kulit bagi pria.

Representasi gender dalam iklan kecantikan turut mencerminkan perubahan sosial dan budaya. Studi oleh Kim et al. (2022) mengungkapkan bahwa penggunaan pria dalam iklan kecantikan dapat meningkatkan kredibilitas merek sekaligus memperkuat niat beli konsumen. Di Indonesia, iklan yang menampilkan pria sering kali menggambarkan identitas maskulin modern yang tidak hanya mencerminkan nilai-nilai budaya lokal, tetapi juga menyesuaikan dengan tren global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterlibatan pria dalam iklan produk kecantikan di Indonesia dengan pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL) dan analisis multimodal. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen visual dan verbal dalam iklan menciptakan makna ideasional yang relevan dengan audiens lokal. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana representasi pria dalam iklan mencerminkan perubahan konsep maskulinitas di Indonesia.

Penelitian sebelumnya mendukung relevansi studi ini. Schroeder dan Zwick (2018) menunjukkan bahwa representasi pria dalam iklan kecantikan sering kali menggabungkan elemen maskulinitas tradisional dengan perawatan diri modern, menciptakan identitas baru yang percaya diri dan tetap mempertahankan karakter maskulin. Dalam konteks lokal, Prabowo et al. (2021) menegaskan bahwa iklan di Indonesia sering kali mengedepankan nilai-nilai budaya seperti tanggung jawab keluarga, keberhasilan karier, serta keseimbangan antara maskulinitas dan modernitas.

Secara visual, Jung dan Lee (2021) menemukan bahwa elemen desain seperti warna-warna maskulin (biru atau hitam) dan ekspresi wajah yang serius atau ramah sering digunakan untuk menciptakan daya tarik maskulin dalam iklan kecantikan pria. Elemen verbal, seperti slogan atau pilihan kata, juga berperan penting dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana keterlibatan pria dalam iklan produk kecantikan di Indonesia mencerminkan perubahan sosial sekaligus memberikan panduan bagi praktisi periklanan untuk memaksimalkan penggunaan elemen visual dan verbal.

TINJAUAN PUSTAKA

Iklan produk kecantikan menggunakan berbagai modal, terutama verbal dan visual, untuk menyampaikan pesan secara efektif. Sebagai teks multimodal, iklan menggabungkan elemen semiotik yang berbeda, seperti bahasa tertulis, gambar visual, desain, dan komponen lainnya (Jewitt & Kress, 2003). Dalam konteks ini, iklan kecantikan memanfaatkan gambar visual sebagai moda utama yang memandu pembaca dalam membangun makna, dengan teks tertulis yang mendukung pesan yang disampaikan melalui visual (Kress, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa dalam iklan kecantikan, elemen visual, seperti ekspresi wajah, posisi tubuh, dan interaksi dengan produk, memainkan peran sentral dalam menciptakan makna yang dapat dipahami oleh audiens.

Untuk menganalisis makna dalam teks multimodal, penting untuk memperhatikan bagaimana elemen-elemen ini bekerja secara bersama-sama. Jewitt, Bezemer, dan O'Halloran (2016) menegaskan bahwa multimodalitas melibatkan penggunaan sumber daya semiotik yang berbeda untuk menciptakan makna secara menyeluruh. Dengan pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL), kita dapat menganalisis makna ideasional dalam representasi pria dalam iklan kecantikan di Indonesia, dengan memeriksa bagaimana elemen visual dan verbal berinteraksi dalam membentuk pesan yang lebih luas. Metode ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pesan-pesan ideologis disampaikan melalui iklan.

Sebagai bagian dari perubahan sosial dan budaya yang lebih besar, representasi pria dalam iklan kecantikan di Indonesia juga mencerminkan pergeseran nilai-nilai budaya. Penelitian oleh Zahra dan Benny (2022) tentang makna visual dalam iklan yang menampilkan pria menunjukkan bagaimana elemen-elemen seperti ekspresi wajah dan gerakan membangun pesan iklan. Walau menggunakan pendekatan semiotika, penelitian ini memberi gambaran yang relevan tentang pentingnya elemen visual dalam menciptakan makna yang berhubungan dengan audiens lokal. Penelitian ini mendasari argumen bahwa representasi pria dalam iklan kecantikan di Indonesia harus dipahami dalam konteks nilai-nilai budaya lokal. Di Indonesia, nilai-nilai seperti kesadaran terhadap penampilan pria dan perubahan dalam standar kecantikan menciptakan ruang bagi keterlibatan pria dalam iklan kecantikan.

Seiring dengan perubahan representasi gender di berbagai budaya, penting untuk mencatat bagaimana iklan produk kecantikan di Indonesia dipengaruhi oleh standar global dan budaya lokal. Kim dan Lowry (2013) menunjukkan bahwa iklan sering mencerminkan nilai-nilai budaya setempat, misalnya, kulit cerah dianggap simbol kecantikan di Asia, sementara di Barat, kulit sehat lebih ditekankan. Penelitian ini mencerminkan bagaimana iklan kecantikan di Indonesia menyesuaikan representasi pria dengan standar global yang lebih modern, namun tetap mencerminkan nilai-nilai lokal yang mempengaruhi persepsi kecantikan. Hal ini memperkuat argumen bahwa representasi pria dalam iklan kecantikan tidak hanya dipengaruhi oleh norma global, tetapi juga oleh dinamika budaya yang khas Indonesia.

Selain nilai budaya yang mendasari representasi pria dalam iklan, elemen visual dan verbal memiliki peran penting dalam membentuk citra pria dalam iklan kecantikan. Penelitian oleh He, Wang, dan Wei (2020) menyatakan bahwa multimodalitas—kombinasi elemen visual dan verbal—dapat menciptakan pesan yang lebih kohesif dan menarik, terutama dalam iklan di media sosial. Elemen visual seperti warna dan ekspresi wajah serta elemen verbal seperti slogan atau narasi memainkan peran penting dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, Jung dan Lee (2021) mencatat bahwa iklan kecantikan pria sering menggunakan warna biru dan hitam yang diasosiasikan dengan maskulinitas, serta ekspresi wajah yang serius atau profesional untuk membangun citra modern dan maskulin. Dalam konteks ini, analisis multimodal dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana iklan menggabungkan elemen-elemen ini untuk menciptakan makna ideologis yang mendalam.

Dalam kajian ini, bertujuan untuk mengisi *gap* dalam literatur mengenai keterlibatan pria dalam iklan kecantikan di Indonesia, dengan memanfaatkan pendekatan SFL dan analisis multimodal. Meskipun penelitian sebelumnya sudah menunjukkan tren keterlibatan pria dalam iklan kecantikan, terutama di pasar Asia (Cheng & Yan, 2021; Lin & Fang, 2020), belum ada kajian mendalam yang memfokuskan pada konteks Indonesia secara spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna ideasional yang terbentuk dari interaksi antara elemen visual dan verbal dalam iklan kecantikan pria di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dengan memfokuskan pada peran multimodalitas dalam menciptakan pesan yang kohesif, serta bagaimana representasi pria dalam iklan ini mencerminkan perubahan dalam konsep maskulinitas di Indonesia.

METODE

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode *Systemic Functional-Multimodal Discourse Analysis* (SF-MDA). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengintegrasikan analisis elemen visual dan verbal untuk menggali makna representasi yang terkandung dalam iklan. Pendapat Denzin dan Lincoln (2011) mendukung bahwa pendekatan kualitatif efektif untuk memahami fenomena sosial yang kompleks seperti ini.

Penelitian ini berfokus pada iklan dari empat merek kecantikan terkemuka di Indonesia, yaitu Somethinc (@somethincofficial), Azarine (@azarinecosmeticofficial), Skintific (@skintificid), dan Scarlett Whitening (@scarlett_whitening). Pemilihan merek-merek ini dilakukan karena keterlibatannya dalam mempromosikan produk kecantikan dengan melibatkan pria sebagai bagian dari kampanye mereka. Dengan demikian, data ini dianggap relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait representasi gender dalam konteks pemasaran.

Data diperoleh melalui teknik *purposive sampling* sebagaimana disarankan oleh Patton (2015), dengan memilih iklan yang menonjolkan keterlibatan pria. Iklan yang dipilih mencakup elemen visual (gambar, warna, ekspresi) dan verbal (teks, slogan, deskripsi produk), yang bersama-sama merepresentasikan pesan dalam kampanye tersebut. Teknik ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan berhubungan langsung dengan fokus penelitian, yaitu representasi pria dalam media iklan kecantikan.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, analisis data dilakukan dengan memisahkan elemen visual dan verbal untuk memahami peran masing-masing, lalu mengintegrasikan keduanya untuk mendapatkan gambaran menyeluruh.

1. Analisis Elemen Visual

Elemen visual dianalisis menggunakan teori Kress dan van Leeuwen (2006) dalam *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, dengan fokus khusus pada makna representasional. Analisis ini berupaya menggali bagaimana proses naratif (tindakan atau peristiwa) dan konseptual (identitas atau klasifikasi) dalam visual digunakan untuk merepresentasikan pria. Pendekatan ini relevan karena makna representasional memungkinkan peneliti mengeksplorasi bagaimana tindakan, atribut, atau peran pria ditampilkan dalam iklan kecantikan.

2. Analisis Elemen Verbal

Elemen verbal dianalisis menggunakan kerangka SFL Halliday dan Matthiessen (2014), berfokus pada fungsi ideasional. Analisis ini mengidentifikasi jenis proses (seperti material, mental, dan relasional) serta sirkumtansi (lokasi, sebab, atau cara) yang digunakan untuk merepresentasikan pria dalam teks.

Integrasi hasil analisis visual dan verbal ini penting untuk menjelaskan bagaimana kedua elemen saling melengkapi dalam menyampaikan makna representasi gender. Untuk meningkatkan validitas penelitian, dilakukan triangulasi sebagaimana disarankan oleh Flick (2018). Triangulasi ini mencakup, membandingkan hasil analisis dengan teori multimodalitas dari Jewitt, Bezemer, dan O'Halloran (2016), yang menyoroti pentingnya hubungan antar elemen semiotik. Kemudian mengacu pada literatur seperti Machin dan Mayr (2012), yang menjelaskan bagaimana analisis multimodal dapat digunakan untuk memahami representasi gender dalam media. Langkah ini membantu memastikan bahwa analisis yang dilakukan tidak hanya deskriptif tetapi juga relevan secara teoretis.

Proses analisis data didukung oleh perangkat lunak NVivo untuk mengorganisasi data kualitatif dan Adobe Photoshop untuk membantu interpretasi elemen visual secara lebih terperinci. Penggunaan perangkat ini memungkinkan analisis dilakukan secara sistematis dan akurat, sehingga mendukung integrasi elemen visual dan verbal dalam menjawab pertanyaan penelitian.

Dengan metodologi ini, penelitian mampu menunjukkan bagaimana pria direpresentasikan dalam iklan kecantikan di Indonesia melalui integrasi analisis elemen visual (makna representasional) dan verbal (fungsi ideasional). Hasil penelitian tidak hanya memberikan wawasan baru tentang strategi komunikasi pemasaran tetapi juga mengungkap dinamika representasi gender dalam media iklan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menganalisis representasi keterlibatan pria dalam iklan produk kecantikan di Indonesia dengan menggunakan teori visual dari Kress dan Van Leeuwen (2006) serta teori metafungsi Halliday (2014). Temuan penelitian menunjukkan bahwa elemen visual dan verbal secara strategis digunakan untuk membangun narasi representasi gender dan menyampaikan pesan utama produk. Pembahasan berikut akan mengeksplorasi integrasi elemen-elemen tersebut dalam menciptakan makna ideasional.

Proses naratif visual dalam iklan digunakan sebagai kerangka utama untuk membangun hubungan antara aktor (model pria), goal (produk), dan audiens. Misalnya, dalam iklan "Body Serum Loving" (SCARLETT x EXO), selebritas Sehun ditampilkan sebagai aktor utama yang secara visual memegang produk, dengan pose yang memperkuat klaim manfaat "3x lebih mencerahkan kulit tubuh." Hubungan antara aktor dan produk diperkuat melalui vektor visual, seperti pandangan mata aktor yang mengarahkan perhatian audiens pada goal. Di bawah ini adalah data gambar iklan Scarlett Whitening X EXO Sehun.



Gambar 1. Iklan Scarlett Whittening EXO x SEHUN

Proses naratif tidak hanya menampilkan tindakan tetapi juga menciptakan koneksi emosional antara audiens dan produk. Sebagaimana dijelaskan oleh Kress dan van Leeuwen (2006), narasi visual yang melibatkan aktor terkenal dapat meningkatkan kepercayaan dan prestise produk. Hal ini relevan dengan preferensi konsumen yang cenderung mengasosiasikan figur publik dengan kepercayaan terhadap kualitas produk (Janiszewska & Insch, 2021). Dengan demikian, proses naratif visual dalam iklan tidak hanya berfungsi sebagai representasi literal, tetapi juga memperkuat asosiasi emosional dan kredibilitas produk.

Kemudian para elemen verbal, analisis menunjukkan dominasi proses material dan relasional dalam menyampaikan pesan utama. Klaim seperti "3x lebih mencerahkan kulit tubuh" atau "Easy Protection for Your Skin" menonjolkan manfaat produk secara spesifik. Proses material menggarisbawahi tindakan atau hasil nyata yang diharapkan, sedangkan proses relasional menghubungkan produk dengan solusi yang diinginkan audiens.

Klaim verbal ini sering kali didukung oleh elemen visual yang memperkuat narasi. Sebagai contoh, dalam iklan "Calm Down All Rounder Moisturizer," teks "mampu mengurangi reaktivitas kulit" didampingi oleh visual model pria yang memegang produk dengan latar hijau lembut, menciptakan kesan alami dan menenangkan. Kombinasi ini tidak hanya menyampaikan manfaat produk tetapi juga menciptakan pengalaman emosional yang relevan bagi audiens. Menurut Halliday (2014), integrasi proses material dan relasional dalam mode komunikasi verbal membantu memperkuat hubungan logis dan emosional antara produk dan audiens. Iklan "Calm Down All Rounder Moisturizer" dapat dilihat di bawah ini.



Gambar 2. Iklan Somethinc Afgan

Elemen visual dan verbal dalam iklan bekerja secara sinergis untuk menciptakan pesan yang kohesif. Sebagai contoh, dalam iklan "Bee Power Propolis Glow Lip Serum," frasa "Hydrate, Nourish, Protect" mendukung visual model pria yang memegang produk dengan gestur yang menekankan fungsi hidrasi. Warna

pastel yang digunakan mencerminkan bahan alami seperti propolis, menciptakan harmoni antara pesan verbal dan visual. Dapat dilihat pada data gambar di bawah ini.



Gambar 3. Iklan Somethinc Gabriel Prince.

Namun, integrasi ini tidak selalu optimal. Dalam beberapa iklan, klaim verbal seperti "3x lebih mencerahkan kulit tubuh" sering kali berdiri sendiri tanpa dukungan visual yang eksplisit untuk memperkuat klaim tersebut. Padahal, menurut teori multimodalitas Kress dan van Leeuwen (2006), integrasi kedua moda ini penting untuk menciptakan makna ideasional yang utuh. Oleh karena itu, iklan yang berhasil adalah yang mampu mengintegrasikan elemen visual dan verbal secara seimbang, sehingga pesan produk lebih mudah dipahami dan diterima audiens.

Representasi pria dalam iklan produk kecantikan menunjukkan transformasi dari konsumen pasif menjadi pengguna aktif yang peduli terhadap perawatan diri. Temuan menunjukkan bahwa 70% iklan menampilkan pria sebagai simbol gaya hidup modern, seperti yang terlihat dalam iklan Scarlett dan Azarine. Pilihan selebritas seperti Lee Min-ho dan Sehun menekankan maskulinitas global yang relevan dengan pasar urban. Namun, representasi ini masih terfokus pada standar maskulinitas tertentu, sehingga kurang inklusif terhadap keragaman demografis pria di Indonesia.



Gambar 4. Iklan Azarine Lee Min-ho

Dari data gambar di atas menunjukkan adanya proses naratif, ditunjukkan dengan adanya vektor pada model yang memiringkan wajah ke arah produk, menciptakan hubungan perhatian. Tangan model yang memegang dan mengarahkan produk ke audiens memperkuat fokus pada produk. Kemudian vektor tersebut menghubungkan aktor dengan goal. Pada iklan ini, posisi tangan model yang memegang produk menciptakan garis imajiner (vektor) yang menunjukkan hubungan fungsional antara model dan produk. Model pria yang memegang produk *sunscreen* bertindak sebagai aktor, sedangkan produk *sunscreen* yang ditonjolkan merupakan goal dari proses ini. Tindakan memegang produk dan ekspresi model yang memperlihatkan

kedekatan dengan produk menciptakan narasi bahwa produk ini digunakan dan memberikan manfaat langsung.

Selain itu, representasi pria sebagai pengguna aktif produk kecantikan mencerminkan perubahan nilai budaya yang lebih terbuka terhadap perawatan diri pria. Hal ini didukung oleh Gerritsen et al. (2007), yang menekankan pentingnya selebritas dalam memperkuat nilai prestise produk, terutama di segmen premium. Strategi ini menunjukkan bahwa representasi pria tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian tetapi juga menciptakan asosiasi emosional dengan audiens pria yang mendambakan gaya hidup modern dan estetik. Adapun data gambar penelitian dari iklan Somethinc yang menjadi model yaitu Renjun NCT Dream.



Gambar 5. Iklan Somethinc Renjun

Dari data di atas dapat terlihat bahwa proses visual termasuk proses naratif, hal ini dikarenakan RENJUN berperan sebagai aktor utama yang merepresentasikan daily reminder untuk audiens. Dengan pandangan langsung ke arah kamera, RENJUN menciptakan koneksi interpersonal yang kuat, seolah-olah bertanya langsung kepada audiens melalui teks "Hari ini udah pakai *sunscreen*?". Hal ini menciptakan hubungan visual antara RENJUN dan audiens, mendorong mereka untuk bertindak menggunakan *sunscreen*. Goal dalam iklan ini adalah produk *sunscreen* yang ditampilkan secara jelas di bagian kiri gambar, memberikan solusi konkret untuk melindungi kulit dari sinar matahari. Hubungan antara aktor (RENJUN) dan goal (*sunscreen*) diperkuat oleh pose RENJUN yang menampilkan senyuman ramah dan teks yang mendukung pesan visual. Kemudian untuk analisis verbal, terdapat proses material yang digambarkan oleh kata "pakai" (menggunakan *sunscreen*), yang merupakan tindakan nyata yang diharapkan terjadi. Partisipan dalam kalimat ini adalah pelaku tersirat (audiens) yang diharapkan untuk melakukan tindakan tersebut dan goal yang menjadi objek tindakan, yaitu "*sunscreen*". Adapun sirkumstansi waktu yang disebutkan adalah "Hari ini", yang menunjukkan bahwa tindakan tersebut seharusnya dilakukan dalam waktu yang spesifik, yaitu pada hari tersebut. Dengan demikian, kalimat ini tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai ajakan eksplisit untuk mendorong audiens melakukan tindakan tertentu, yaitu memakai *sunscreen* untuk melindungi kulit mereka. Ini sejalan dengan fungsi komunikasi iklan, yang bertujuan untuk mendorong tindakan konsumen (Fowler, 1996). Dalam konteks iklan, penggunaan pertanyaan seperti ini menciptakan hubungan interaktif dengan audiens, yang dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya tindakan yang diinginkan, sesuai dengan prinsip ajakan dalam iklan yang efektif (Dyer, 1982).

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi elemen visual dan verbal dalam iklan produk kecantikan di Indonesia berperan penting dalam menciptakan narasi representasi gender. Proses naratif visual memberikan kekuatan emosional melalui hubungan antara aktor dan produk, sedangkan proses

material dan relasional dalam moda verbal menegaskan manfaat produk secara logis. Namun, representasi pria dalam iklan masih perlu lebih inklusif agar dapat mencakup keragaman audiens yang lebih luas.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya integrasi elemen visual dan verbal dalam desain iklan untuk menciptakan pesan yang kohesif dan menarik. Bagi pemasar, pemilihan selebritas, warna, dan klaim manfaat yang relevan dengan target audiens dapat meningkatkan efektivitas iklan. Selain itu, representasi pria sebagai pengguna aktif produk kecantikan menunjukkan potensi besar dalam mengembangkan pasar yang lebih inklusif dan progresif di masa depan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini memfokuskan pada analisis keterlibatan pria dalam iklan produk kecantikan di Indonesia dengan menggunakan pendekatan Linguistik Fungsional Sistemik (SFL) dan analisis multimodal. Data diperoleh dari akun Instagram empat merek kecantikan terkemuka selama periode 2023 hingga 2024, dengan fokus pada elemen visual dan verbal dalam iklan. Penelitian ini membatasi ruang lingkup hanya pada iklan yang menampilkan pria sebagai aktor utama dalam produk perawatan kulit dan kecantikan lainnya, sehingga memberikan analisis yang lebih terarah dan mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual dan verbal bekerja secara sinergis untuk menciptakan makna ideasional yang memperkuat pesan utama produk. Secara visual, narasi iklan menampilkan pria sebagai pengguna aktif, memanfaatkan elemen seperti ekspresi wajah, warna maskulin, dan pose model untuk menciptakan hubungan emosional dengan audiens. Sementara itu, elemen verbal didominasi oleh proses material dan relasional yang menegaskan manfaat produk, seperti klaim “mencerahkan kulit” atau “menenangkan kulit.” Kombinasi ini mencerminkan bagaimana pria direpresentasikan sebagai konsumen modern yang peduli terhadap perawatan diri.

Penelitian ini juga menyoroti kontribusinya terhadap literatur dan praktik. Dalam konteks representasi gender, penelitian ini mencerminkan perubahan nilai maskulinitas di Indonesia, dari tradisional menuju gaya hidup yang lebih modern dan terbuka. Dalam praktik pemasaran, temuan ini memberikan wawasan tentang strategi komunikasi yang efektif melalui integrasi elemen visual dan verbal untuk menciptakan pesan yang menarik dan kohesif. Temuan ini relevan bagi pemasar yang ingin menjangkau segmen pria dengan cara yang lebih inklusif dan sesuai dengan konteks budaya lokal.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu hanya berfokus pada iklan di platform Instagram selama periode tertentu, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk platform lain atau periode yang lebih luas. Penelitian ini juga hanya mencakup produk kecantikan yang melibatkan pria, tanpa menyentuh aspek produk yang ditujukan kepada perempuan.

Beberapa pendukung temuan ini seperti studi oleh Kress dan van Leeuwen (2013) tentang hubungan antara elemen visual dan verbal dalam membangun makna dalam iklan, serta penelitian oleh Connell (2020) yang menyoroti transformasi maskulinitas dalam konteks budaya global. Selain itu, penelitian oleh Hearn dan Hein (2019) menunjukkan bahwa representasi pria dalam media sering mencerminkan perubahan sosial yang lebih luas, termasuk penerimaan peran baru pria dalam budaya konsumsi. Studi lokal oleh Sari dan Widodo (2022) juga menegaskan pentingnya elemen visual dalam menarik perhatian audiens di media sosial, khususnya dalam konteks budaya Indonesia.

Sebagai tambahan, aspek kebaruan penelitian ini terletak pada eksplorasi keterlibatan pria dalam iklan kecantikan di Indonesia melalui pendekatan analisis multimodal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan

kontribusi signifikan terhadap kajian representasi gender dan strategi pemasaran berbasis budaya di media sosial. Temuan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi para praktisi periklanan untuk memaksimalkan efektivitas kampanye yang lebih relevan secara budaya dan menarik bagi audiens yang lebih luas. Dengan mengacu pada penelitian-penelitian di atas, temuan penelitian ini semakin relevan dalam memahami dinamika periklanan modern yang berpusat pada representasi gender di media sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed, R., & Saeed, Z. (2022). *Masculinity in advertising: A cross-cultural analysis of men's grooming products*. Journal of International Marketing, 30(3), 45-65.
- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). *Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang*. Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen, 1(2).
- Bian, Q., & Forsythe, S. (2019). *Male consumer perceptions of the US beauty industry: Motivations, barriers, and strategies*. Journal of Retailing and Consumer Services, 48, 224-234.
- Cheng, R., & Yan, Z. (2021). *The rise of men's grooming products: How gender identity affects male consumer behavior in emerging markets*. International Journal of Consumer Studies, 45(2), 179-192.
- Connell, R. (2020). *Masculinities in global perspective: Cultural transformations of gender*. Cambridge University Press.
- Cook, G. (1992). *The Discourse of Advertising* (1st ed.). Routledge. DOI <https://doi.org/10.4324/9780203978153>
- Dermatoto, Argyo. (2010). *Konsep Maskulinitas Dari Jaman Ke Jaman Dan Citranya Dalam Media*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dyer, G. (1982). *Advertising as communication*. Methuen.
- Fowler, R. (1996). *Linguistic criticism* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Euromonitor. (2023). *Global Men's Grooming Products Market Analysis and Forecast*. Euromonitor International.
- Garcia, Giorgia & Winduwati, Septia. (2023). *Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle*. Koneksi. 7. 248-255. 10.24912/kn.v7i1.21313.
- Gerritsen, Marinel & Nickerson, Catherine & van Hooft, Andreu & Meurs, Frank & Nederstigt, U. & Starren, Marianne & Crijns, Rogier. (2007). *English in product advertisements in Belgium, France, Germany, the Netherlands and Spain*. World Englishes. 26. 291. 10.1111/j.1467-971X.2007.00510.x.
- Halliday, M. A. K., Matthiessen, C. M., Halliday, M., & Matthiessen, C. (2014). *An introduction to functional grammar*. Routledge.
- Han, S., & Song, Y. (2021). *Visual communication in advertising: The role of color and design in consumer perception*. Journal of Advertising Research, 61(4), 312-325.
- He, J., Wang, C., & Wei, H. (2020). *Multimodal communication in digital advertising: A study of male-targeted beauty products on social media platforms*. Computers in Human Behavior, 105, 106226.
- Hearn, J., & Hein, W. (2019). *Men in media: Gender representation and social change*. Routledge.
- Hong, H., & Kim, CH. (2013). *Surfing the Korean Wave*. Qualitative Market Research, 16 (1), 53-75: DOI <https://doi.org/10.1108/13522751311289767>
- Jewitt, C., & Kress, G. (Eds.). (2003). *Multimodal Literacy*. New York: Peter Lang.
- Jewitt, C., Jeff Bezemer, & Kay O'Halloran. (2016). *Introducing Multimodality*. London: Routledge. DOI <https://doi.org/10.4324/9781315638027>
- Jung, H., & Lee, S. (2021). *Visual representation of masculinity in men's grooming advertisements*. Asian Journal of Media Studies, 18(3), 85-102.
- Khan, S., & Syed, A. (2020). *The impact of visual aesthetics on consumer purchase intentions in the beauty industry*. Journal of Retailing and Consumer Services, 52, 101905.
- Kim, H., Lee, J., & Yang, S. (2022). *Celebrity endorsement in male skincare advertisements and its effects on brand credibility and purchase intention*. Journal of Consumer Research, 48(3), 23-35.
- Kim, K., & Lowry, D. T. (2013). *Television Commercials as a Lagging Social Indicator: Gender Role Stereotypes in Korean Television Advertising*. Sex Roles, 69(5-6), 337-349.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lin, H., & Fang, W. (2020). *Consumer attitudes toward masculine representations in beauty product advertising: Evidence from Taiwan*. Asian Journal of Business and Management, 7(3), 45-60.

- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. Sage Publications.
- Muhdaliha, B. (2022). *Representasi Rasa Aman Pada Visual Iklan Gopay Jaminan Saldo Kembali (Analisa Semiotika Charles Sanders Pierce)*. Jurnal Nawala Visual, 4(2), 132–139. DOI <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i2.435>
- Poggi, I., & Pelachaud, C. (2017). *Emotion in multimodal communication: Exploring facial and verbal expression*. Journal of Multimodal Communication, 3(2), 120-135.
- Prabowo, H., Nugraha, S., & Putri, A. (2021). *Representasi Gender dalam Iklan Produk Kecantikan di Indonesia*. Jurnal Komunikasi, 13(4), 255-270.
- Rahman, A., Sutrisno, B., & Wulandari, D. (2022). *Cultural Influences on Male Beauty Standards in Indonesian Advertising*. Indonesian Journal of Cultural Studies, 10(1), 45- sixty.
- Sari, N., & Widodo, A. (2022). *Visual elements and cultural relevance in social media marketing: Insights from Indonesia*. Indonesian Journal of Media and Communication Studies.
- Smith, R. J., & Whelan, S. (2019). *Brand narratives in male beauty advertising: Exploring the role of storytelling*. Journal of Brand Management, 26(4), 437-452.
- Schroeder, J. E., & Zwick, D. (2018). *Mirrors of Masculinity: Representations of Men in Advertising*. Consumption, Markets and Culture, 21(4), 305-322.
- Tan, S., & Lim, J. (2023). *Influence of Digital Influencers on Male Grooming Product Consumption in Southeast Asia*. Journal of Digital Marketing, 15(2), 134-150.
- Van Leeuwen, T. (2005) *Introducing Social Semiotics*. Routledge, London and New York, 27.
- Wong, A., & Lee, C. (2023). *Consumer engagement in male beauty campaigns: The role of social media influencers*. Journal of Interactive Advertising, 23(1), 1-20.
- Zhao, X., & Belk, R. W. (2008). *Politicizing consumer culture: Advertising's appropriation of political ideology in China's social transition*. Journal of Consumer Research, 35(2), 231–244. DOI <https://doi.org/10.1086/588747>

Representasi Budaya Jawa dalam Gaya Komunikasi IShowSpeed Pada Konten Youtube “Sea Tour” Di Yogyakarta

IShowSpeed’s Communication Style in The Youtube Content “Sea Tour” in Yogyakarta: A Representation Of Javanese Culture

Muninggar Setiyo Rini, Didi Permadi, Sarwo Edy

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasakti Tegal

Korespondensi: Universitas Pancasakti Tegal

Surel: muninggarrini@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1487>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 7/1/2025

Direvisi: 23/1/2025

Publikasi: 28/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Ishowspeed;
Gaya komunikasi;
Budaya Jawa;

Keywords:

Ishowspeed;
Communication Style;
Javanese Culture;

ABSTRAK

Gaya komunikasi merujuk pada cara seseorang berinteraksi dengan orang lain. IShowSpeed bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan-pesan tentang nilai-nilai budaya lokal. Latar belakang budaya, nilai-nilai, dan kebiasaan dari dua budaya yang berbeda dapat memengaruhi gaya komunikasi seorang komunikator. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi IShowSpeed dalam konten *streaming* Youtube yang berjudul “South East Asia Tour” di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori representasi sosial konsep peniruan yang diuraikan oleh Paul Ricoeur. Data dikumpulkan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih segmen video tertentu dalam merepresentasikan budaya Jawa kemudian melakukan analisis isi dengan penekanan pada komunikasi verbal dan nonverbal. Hasil penelitian ini menunjukkan gaya komunikasi IShowSpeed yang diidentifikasi dalam merepresentasikan budaya Jawa merupakan kombinasi beberapa gaya komunikasi mencakup *the relinquishing style*, *the equalitarian style*, *the dynamic style*, dan *the structuring style*. Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa IShowSpeed menggunakan gaya komunikasi berbeda dalam merepresentasikan budaya Jawa.

ABSTRACT

Communication style refers to the way a person interacts with others. IShowsSpeed acts as a communicator conveying messages about local cultural values. The cultural background, values, and habits from two different cultures can influence a communicator's communication style. This research aims to understand IShowSpeed's communication style in his YouTube streaming content titled “South East Asia Tour” in Yogyakarta. This research uses qualitative methods with the theory of social representation of the imitation concept as described by Paul Ricoeur. Data were collected using purposive sampling techniques to select specific video segments representing Javanese culture, followed by content analysis with an emphasis on verbal and non-verbal communication. The results of this study show that the IShowSpeed's communication styles identified in representing Javanese culture are a combination of several communication styles, including The Relinquishing Style, The Equalitarian Style, The Dynamic Style, and The Structuring Style. Based on the research findings, it can be concluded that Ishowspeed uses different communication styles in representing Javanese culture.

PENDAHULUAN

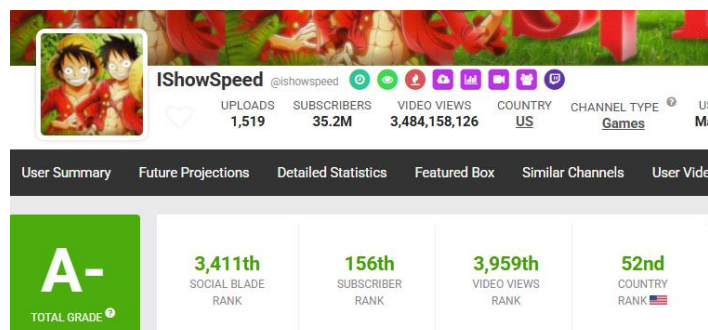
Darren Jason Watkins Jr atau terkenal dengan nama IshowSpeed merupakan Youtuber yang berasal dari Amerika Serikat dengan budaya modern yang memiliki sistem sosial berbeda dengan budaya Jawa. Pada era revolusi industri 4.0 atau dikenal dengan nama “*internet of things*” di mana bidang teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin pesat. Konten *streaming* di Youtube menjadi salah satu sarana komunikasi yang kini populer di kalangan masyarakat. Sebagai *platform* digital, Youtube menjadi media baru yang mengubah cara masyarakat berinteraksi serta berbagi informasi. Media baru atau *new media* adalah *platform* digital yang berfungsi untuk mendistribusikan pesan serta informasi secara verbal maupun nonverbal yang penggunaannya memerlukan jaringan internet (Prasetya & Marina, 2022). Dengan teknologi yang semakin berkembang dan mudahnya akses internet, Youtube sebagai *platform* digital menjadi sarana untuk berbagi informasi, menghibur, serta berinteraksi. Sebagai media digital, Youtube memungkinkan distribusi informasi lebih cepat, serta memberikan wadah bagi individu untuk berekspresi. Salah satu fenomena yang timbul yaitu munculnya konten kreator yang memanfaatkan fitur *streaming* pada Youtube untuk menyampaikan berbagai pesan.

Berdasarkan State Digital Publishing, konten kreator merupakan individu maupun kelompok yang memiliki tanggung Jawab untuk memberikan informasi dengan sasaran audiens tertentu. Konten kreator harus bisa memahami proses produksi hingga merancang strategi agar informasi dapat diterima dan menarik bagi target khalayaknya (Yulia & Mujtahid, 2023). Konten kreator memiliki peran penting dalam proses komunikasi modern.

Pertama, sebagai edukasi dan penyebaran informasi, dengan merujuk pada penelitian L. Johnson yang menjabarkan bahwa menciptakan kreativitas dalam penyampaian informasi pada sebuah konten dapat mempengaruhi minat belajar. Narasi personal yang disajikan dalam konten menghadirkan keterlibatan audiens sehingga meningkatkan pemahaman khalayaknya (Zhazaretta & Djuhardi, 2023). Kedua, sebagai penyedia hiburan, di mana berdasarkan survei yang dilakukan oleh Hootsuite Social Trends 2024, menemukan bahwa masyarakat menggunakan media sosial untuk memperoleh hiburan (Erika Kurnia, 2024). Tak heran ini menjadi alasan konten kreator menjadi profesi yang menarik banyak orang. Kejenuhan warganet membuat konten hiburan lebih diminati dan para konten influencer menggaet penonton dengan konten menghibur seperti *prank*, video lucu, dan lain sebagainya. Ketiga sebagai Pengaruh sosial. Albert Bandura berpendapat bahwa manusia memiliki fleksibilitas untuk dapat mempelajari dan memahami perilaku dan dengan mengamati langsung akan lebih banyak hal yang dapat dipelajari (Arzulan & Hasmira, 2023). Hal tersebut menjadi alasan bahwa konten kreator dapat menjadi pengaruh sosial baik pencipta tren, pembentuk perilaku, maupun penggiring opini. Keempat, sebagai motivator. Penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan memperoleh 66,7% responden dengan status mahasiswa menjawab pertanyaan mengenai menonton video konten kreator dapat meningkatkan motivasi belajar. Sebanyak 37% responden mengungkapkan sangat setuju, 30% responden mengungkapkan setuju, dan 33% mengungkapkan ragu (Afni Zahrotulmuna Sya'ro, 2024). Pada survei tersebut tidak ada responden yang mengungkapkan “sangat tidak setuju” maupun “tidak setuju”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten kreator dapat menjadi motivator, jika dalam hal ini berarti motivasi belajar.

Salah satu konten kreator yang namanya sedang menarik perhatian dunia yaitu Darren Jason Watkins Jr atau biasa dikenal dengan IShowSpeed. IShowSpeed memulai debutnya di Youtube pada 21 Maret 2016. Kemunculannya berhasil mendapatkan perhatian dari penonton saat konten-konten yang menggabungkan

permainan video, candaan, dan karakternya yang ekspresif. Kepopulerannya melonjak dengan cepat di kalangan anak muda secara global dan menjadikan Ishowspeed sebagai salah satu youtuber dengan pengikut peringkat 156 dunia. Berdasarkan chart Youtuber dari Social Blade, IshowSpeed mendapatkan peringkat 156 di Youtube dengan *subscriber* 35.2 juta per 25 Januari 2024.



Gambar 1. Chart Youtube IShowSpeed

Salah satu hal menarik dalam perjalanan karir IShowSpeed yaitu melakukan kunjungan di Asia Tenggara yang didokumentasikan dalam konten Youtube IShowSpeed yang dinamakan South East Asia Tour atau "SEA Tour". Dalam perjalanan ini, Ishowspeed melakukan kunjungan di berbagai negara di Asia Tenggara salah satunya Indonesia. Pada kunjungannya di Indonesia, IShowSpeed mengunjungi 3 kota yaitu Jakarta, Bali, dan Yogyakarta.

Fenomena kunjungan Ishowspeed yang melibatkan tiga kota besar di Indonesia menjadi konteks yang sangat menarik untuk diteliti terutama dalam konteks representasi budaya melalui gaya komunikasi pada konten Youtubenya. Dalam 3 konten Youtube "SEA Tour" di Indonesia, konten pertama Ishowspeed melakukan kunjungan di Jakarta yang berlatar belakang budaya Betawi. Konten kedua melakukan kunjungan di Bali yang berlatar belakang budaya Bali. Kemudian konten ketiga melakukan kunjungan di Yogyakarta yang berlatar belakang budaya Jawa. Pada kunjungannya di 3 kota tersebut, peneliti melakukan observasi frekuensi budaya yang ditunjukkan dalam 3 konten *streaming* Youtube IShowSpeed sebagai berikut:

Tabel 1. Frekuensi budaya yang muncul

Kota	Budaya yang muncul	Jumlah
Konten 1: Jakarta (budaya Betawi)	1. Makanan khas Sumatra Barat (nasi padang pada menit ke 25:06) 2. Musik tradisional Jawa Barat (angklung pada menit ke 27:55)	Jumlah budaya Betawi yang muncul 0
Konten 2: Bali (budaya Bali)	1. Baju adat Bali (udeng, kemeja putih, dan sarung pada menit ke 29:04) 2. Bangunan sejarah (Pura Uluwatu pada menit 31:53)	Jumlah budaya Bali yang muncul yaitu 2
Konten 3: Yogyakarta (budaya Jawa)	1. Transportasi tradisional (delman di menit ke 08:06) 2. Musik tradisional (gamelan di menit ke 16:36) 3. Minuman tradisional (jamu di menit 20:57) 4. Pakaian adat (kebaya di menit ke 1:36:41 dan nyanting batik pada 1:56:39) 5. Etika Jawa (ngapurancang pada 1:38:36 dan monggo pada 1:39:07) 6. Olahraga tradisional (jemparingan pada 1:44:50)	Jumlah budaya Jawa yang muncul yaitu 6

Saat peneliti melakukan observasi pada 3 video di 3 kota yang berbeda, frekuensi budaya yang sering muncul ditunjukkan pada kota Yogyakarta. Yogyakarta merupakan Kota Istimewa ini sangat terkenal dengan kentalnya Budaya Jawa hingga memiliki julukan “Pusat Budaya Jawa”. Ishowspeed yang merupakan Youtuber dan Streamer dengan gaya komunikasi yang ekspresif, spontan, dan energik yang mencerminkan budaya modern, dalam konten Youtube “SEA Tour” di Yogyakarta dikenalkan dengan budaya Jawa yang memiliki gaya komunikasi dengan karakteristik halus, sopan, serta memperhatikan etika karena dipengaruhi oleh nilai penghormatan, nilai kesopanan, dan keselarasan dalam bersosialisasi. Budaya yang dikenal luas menjunjung nilai-nilai sopan santun tersebut terlihat dari bagaimana masyarakatnya berinteraksi. Nilai-nilai ini menjadi landasan dalam menyampaikan informasi maupun melakukan komunikasi interpersonal.

Pada penelitian yang ditemukan berdasarkan dari Serat Panitisastra dalam pupuh Dandanggula menemukan bahwa Masyarakat Jawa memiliki aturan yang sudah diturunkan dari nenek moyang mencakup tata krama menjaga pancaindra dan tata krama dalam berpakaian pada aspek kehidupan (Nashruddin et al., 2024) Perbedaan yang mencolok dari kebiasaan dua budaya yang memiliki latar belakang berbeda ini menghasilkan komunikasi antar budaya. Komunikasi antar budaya (*intercultural communication*) merupakan terjadinya interaksi antara orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda dengan pesan yang harus dipahami oleh seseorang dari budaya tertentu untuk konsumsi anggota dari budaya lain (Muchtar et al., 2019).

Dalam konteks budaya Jawa, komunikasi mempunyai peran penting untuk menyampaikan pesan dan nilai-nilai budaya terhadap khalayaknya. Maka dari itu, agar budaya tidak hilang tergerus zaman, budaya Jawa juga perlu mengimbangi lajunya beradaban. Youtube sebagai *platform* digital menjadi media komunikasi modern untuk mengenalkan mempromosikan nilai-nilai budaya Jawa. Ishowspeed yang merupakan konten kreator dari Ohio Amerika dengan budaya modern tentunya memiliki budaya yang berbanding terbalik dengan budaya Jawa. Gaya komunikasi yang digunakan oleh Ishowspeed dalam konten *streaming* Youtubenya “SEA dan Tour” di Yogyakarta bisa menjadi bahan kajian yang menarik untuk melihat bagaimana budaya Jawa dikonstruksikan dan dikenalkan melalui media digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya komunikasi Ishowspeed dalam konten *streaming* Youtube “SEA Tour” di Yogyakarta dengan fokus utama bagaimana perbedaan latar belakang budaya mempengaruhi gaya komunikasi Ishowspeed dalam menyampaikan nilai-nilai budaya lokal melalui *platform* Youtube. Diharapkan kajian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu dalam aspek komunikasi lintas budaya serta sebagai edukasi masyarakat tentang pentingnya menghargai keberagaman budaya di era digitalisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Antar Budaya

Definisi komunikasi antar budaya dijabarkan di dalam buku “Komunikasi Antarbudaya: Sikap Sosial dalam Komunikasi Antaretnis” yang menjelaskan bahwa komunikasi antar budaya merujuk pada komunikasi antar orang-orang yang memiliki kepercayaan, nilai, atau tata cara berperilaku kultur berbeda. Definisi kebudayaan secara umum merupakan penyampaian pesan secara simbolis yang bermakna keterampilan kelompok, nilai, sikap, dan motif. Sedangkan menurut Levo-Henriksson (1994), kebudayaan mencakup aspek kehidupan sehari-hari, baik sistem kemasyarakatan, pandangan hidup, atau mitos yang berkembang di dalam masyarakat apapun bentuknya (Muchtar et al., 2019). Adapun definisi dari budaya merupakan cara

hidup manusia berupa bahasa, sistem sosial, tindakan sosial, praktik komunikasi, kegiatan sosial, ekonomi, maupun teknologi yang berakar dari pola budaya dalam masyarakat. Sehingga budaya dan komunikasi merupakan satu kesatuan di mana dalam komunikasi antar budaya, budaya menjadi landasan dalam berkomunikasi sehingga jika budaya mencakup aspek yang beragam maka beragam pula praktik komunikasinya (Muchtar et al., 2019).

Gaya Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran pesan secara lisan, tertulis, maupun gerak tubuh yang di dalamnya mengandung makna melalui saluran tertentu untuk mendapatkan timbal balik (Yakob, 2020). Berdasarkan definisi dari Norton, gaya komunikasi adalah cara individu dalam melakukan interaksi secara verbal atau nonverbal dengan tujuan agar pesan dapat dimengerti oleh individu lain. Dalam berkomunikasi terkadang mengalami gangguan seperti komunikan dapat memahami konten dengan baik namun pesan yang disampaikan tidak dapat dimengerti. Sehingga gaya komunikasi diperlukan agar pesan dapat dipahami komunikan dengan baik (Ersyad & Jannah, 2021).

Gaya komunikasi dibagi menjadi 6 jenis, di antara: 1) *The withdrawal style*, jenis komunikasi ini digunakan komunikator ke komunikan secara pribadi karena ada kesulitan yang dihadapi. 2) *The relinquishing style*, bentuk komunikasi ini digunakan untuk menerima saran, gagasan, dan pendapat dari komunikator. 3) *The dynamic style*, bentuk komunikasi ini disampaikan secara agresif kepada komunikan. 4) *The structuring style*, bentuk komunikasi komunikator yang mampu merencanakan pesan yang ingin disampaikan dengan alasan untuk mencapai tujuannya, memberikan penegasan, atau Jawaban dari pertanyaan yang muncul. 5) *The equalitarian style*, bentuk komunikasi yang mencerminkan bentuk kepedulian tinggi serta membina hubungan baik dengan orang lain. 6) *The controlling style*, bentuk komunikasi yang ditandai dengan adanya kehendak atau maksud untuk membentuk, mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain (Ersyad & Jannah, 2021).

Youtube sebagai sarana merepresentasikan budaya

Youtube merupakan *platform* media sosial yang memiliki berbagai karakteristik di antaranya durasi unggahan yang tidak memiliki batasan, sistem keamanan yang melindungi pengguna dengan tidak memberi izin untuk video yang *illegal* maupun mengandung sara, memberikan penawaran berbayar bagi penggunanya, memiliki fitur nonton *offline* untuk memudahkan pengguna, dan menawarkan halaman editor sederhana (Fatty et al., 2016). Secara umum representasi merupakan konseptual untuk memahami budaya. Representasi tercipta untuk membentuk sebuah pandangan, identitas, dan hubungan sosial. Teori representasi juga menekankan peran media untuk menciptakan dan memberi pengaruh dalam merepresentasikan (Indah Mar'atus Sholichah et al., 2023).

Adapun budaya merupakan konsep alam semesta yang didapatkan dari generasi ke generasi berupa tatanan dari pengetahuan, nilai, sikap, pengalaman, makna, agama, waktu, hubungan, peranan, dan hirarki (Muchtar et al., 2019). Dengan Youtube yang memiliki karakteristik di atas dengan kesimpulan dapat menjangkau audiens yang luas maka Youtube bisa digunakan sebagai *platform* untuk membentuk sebuah pandangan, identitas, dan hubungan sosial dalam konteks budaya.

Budaya Jawa

Budaya Jawa merupakan budaya yang diyakini oleh masyarakat Jawa, dan tersebar di Jawa Tengah, Yogyakarta, serta Jawa Timur. Budaya Jawa memegang keyakinan yang berasal dari filosofi keseimbangan, keserasian, dan keselarasan dalam kehidupan (Hasyim et al., 2023). Dalam kebudayaan Jawa terkandung

nilai-nilai nilai kehidupan, nilai kebersamaan, dan nilai keselarasan. Nilai-nilai ini lahir diimplementasikan dalam berbagai wujud seperti artefak hingga aktivitas sosial (Cathrin, 2020).

Budaya barat

Nilai budaya Barat atau westrenisasi merupakan produk globalisasi negara Barat untuk memperluas pengaruhnya. Budaya Barat identik dengan negara-negara barat seperti Amerika dan negara-negara Eropa (Alfadhil et al., 2021). Pada salah satu penelitian yang membahas tentang komunikasi mahasiswa Indonesia yang studi di Amerika, terdapat temuan perbedaan budaya seperti tidak adanya batasan dalam berbusana, *legal weed*, adanya *fraternity sorority*, dan *gay culture* (Dewi, 2019).

Content creator

Content creator merupakan orang yang menciptakan konten dan didalamnya mengandung informasi baik berupa edukasi maupun hiburan. Kemudian konten akan disesuaikan dengan karakter penciptanya dengan mempertimbangkan pada hal yang sedang viral agar menarik minat audiens (Mufidah, 2023). *Content creator* biasanya menciptakan video yang menghibur, unik, serta lucu sehingga memiliki banyak penonton. Dalam hal ini *content creator* dapat berperan sebagai media promosi yang efektif (Isroissholikah, 2022). *Content creator* mempunyai tugas yaitu melakukan riset sederhana untuk membuat konsep dalam menghasilkan sebuah konten dan juga melakukan evaluasi konten (Adi et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan landasan utama teori representasi sosial. Cresswell (1998) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses inkuiri pemahaman yang sangat tepat untuk menyelesaikan masalah penelitian yang variable-variabelnya tidak diketahui dan perlu dieksplorasi. Denzin dan Lincoln (1994) menegaskan penelitian kualitatif merupakan multimetode yang berfokus dalam pendekatan interpretif dan naturalistik di pokok pembahasan.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif disusun untuk menemukan tentang fenomena yang disukai seperti fenomena sosial di mana orang-orang berperan menjadi partisipan. Menggunakan investigasi dan mengeksplorasi secara deskriptif dapat merangkum semua fenomena. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna lebih dalam mengenai fenomena komunikasi sosial dan budaya yang kompleks.

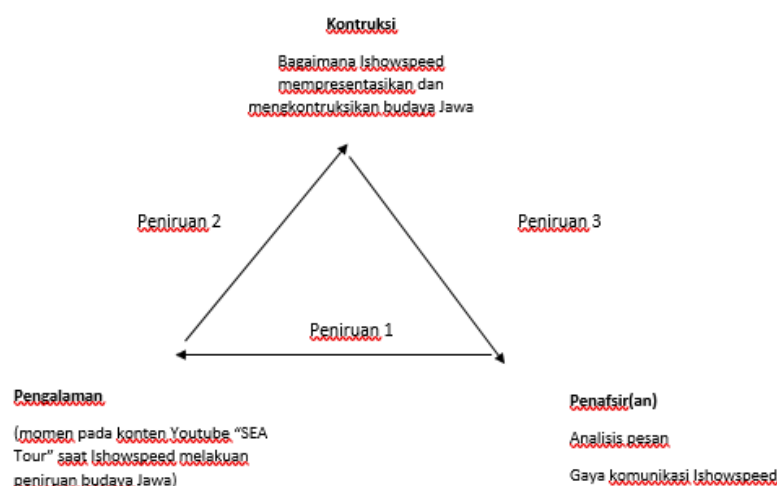
Data penelitian dikumpulkan dengan *purposive sampling* yang mengambil momen tertentu saat Ishowspeed berinteraksi langsung dengan budaya Jawa. Dalam pengambilan segmen, peneliti mempertimbangkan tiga kriteria di antaranya segmen video wajib memperlihatkan interaksi IShowSpeed dengan elemen budaya Jawa, segmen video yang dipilih memperlihatkan komunikasi verbal dan nonverbal, serta segmen yang dipilih wajib menunjukkan bagaimana IShowSpeed mempelajari dan memahami budaya Jawa.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengidentifikasi serta menganalisis momen saat Ishowspeed berinteraksi dengan budaya Jawa dalam konten Youtube yang kemudian akan secara langsung diidentifikasi unsur komunikasi nonverbal dan verbalnya. Setelah data dikumpulkan, peneliti akan melakukan pengodean dengan menemukan unsur-unsur penting dalam konten yang memperlihatkan gaya komunikasi Ishowspeed. Setelah itu, pengodean diuraikan dalam berbagai jenis gaya komunikasi seperti *the withdrawl style*, *the relinquishing style*, *the dynamic style*, *the structuring style*, *the equalitarian style*, dan *the controlling style* untuk mengidentifikasi gaya komunikasi yang nampak pada setiap momen interaksi.

Pengodean kemudian akan dianalisis menggunakan teknis analisis isi yang merujuk pada konsep peniruan Paul Ricoeur untuk menemukan pola dan makna dalam interaksi yang dilakukan Ishowspeed dengan budaya Jawa. Setelah dianalisis, peneliti akan menafsirkan dengan fokus pemahaman mendalam bagaimana gaya komunikasi Ishowspeed saat merepresentasikan budaya Jawa. Kemudian akhir dari analisis data ini berujung pada penarikan kesimpulan dari gaya komunikasi yang digunakan oleh IShowSpeed.

Tahap-tahap penelitian di atas akan didukung konsep peniruan Paul Ricoeur, dengan menganalisis bagaimana Ishowspeed melakukan peniruan atau mengadaptasi gaya dan nilai budaya Jawa. Dalam interaksi antara representasi yang digambarkan, konsep peniruan menggambarkan bagian kedua aktivitas konstruktif pada model Ricoeur.

Paul Ricoeur menggambarkan konsep peniruan menjadi 3 jenis. Peniruan 1 merupakan pra-pemahaman tentang tindakan manusia, semantiknya, simbiolismenya, dan kesementaraannya. Peniruan 2 merupakan apa yang terjadi antara anteseden dan disiden teks tersebut. Di Tingkat ini peniruan ditetapkan sebagai tindakan. Peniruan 3 menggambarkan interaksi dunia teks dan dunia pendengar atau pembaca. Dalam proses peniruan model Paul Ricoeur dapat menemukan hasil penelitian yang bisa dilihat pada gambar alur proses di bawah:



Gambar 2. Adaptasi model peniruan Paul Ricoeur
(sumber: buku Representasi Sosial: Rethinking Psychology)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konten *streaming* Youtube "SEA Tour" di Yogyakarta, berikut beberapa temuan gaya komunikasi pada momen saat Ishowspeed merepresentasikan budaya Jawa.

1. Momen pertama

Tabel 2. Analisis dan Deskripsi Konten Pada Momen Pertama

Konten	Peniruan 1 (Pengalaman)	Peniruan 2 (Konstruksi)	Peniruan 3 (Penafsiran)
 Menit ke 1:38:36	peniruan budaya Jawa, yaitu Ngapurancang	sikap yang dipresentasikan yaitu memegang tangan kiri dengan posisi tangan kanan di atas	Ishowspeed cenderung memperhatikan apa yang disampaikan oleh budayawan

Sumber: Youtube @Ishospeed

Peniruan 1 (pengalaman): Ngapurancang

Pada momen di atas, Ishowspeed melakukan peniruan budaya Jawa yaitu Ngapurancang. Dalam adat Jawa, *ngapurancang* merupakan sikap tata krama yang memiliki makna tertentu. *Ngapurancang* dibagi menjadi dua yaitu *ngapurancang inggil* dan *ngapurancang andhap*. *Ngapurancang inggil* merupakan sikap memegang tangan yang mencerminkan kewibawaan dan kehormatan seseorang. Sedangkan *ngapurancang andhap* menunjukkan makna tahu akan posisi dirinya. Cara membedakan sikap *ngapurancang* tersebut bisa dilihat dari posisi tangannya. *Ngapurancang inggil* yaitu sikap sopan santun dengan posisi tangan kanan memegang tangan kiri, tangan kanan berada di posisi atas dan tangan kiri berada di posisi bawah. Sedangkan posisi tangan *ngapurancang andhap* yaitu posisi tangan kiri di atas dengan memegang tangan kanan di bawah pusar.

Peniruan 2 (kontruksi): Implementasi tindakan

Pada momen di atas, sikap yang dipresentasikan yaitu memegang tangan kiri dengan posisi tangan kanan di atas. Sehingga Ishowspeed sedang melakukan sikap *ngapurancang inggil* yang memiliki makna kewibawaan. Hal ini selaras dengan prinsip hormat dalam etika Jawa yang disampaikan oleh Franz Magnis dalam bukunya “ETIKA JAWA: Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa”. Prinsip hormat memiliki peranan penting dalam mengatur pola kehidupan sosial masyarakat Jawa. Prinsip ini mengatur setiap orang dalam cara berinteraksi dan membawa diri harus menunjukkan sikap hormat sesuai dengan derajat dan kedudukannya. Franz Magnis juga menegaskan implementasi prinsip penghormatan dalam kehidupan bersosial. Apabila ada dua orang dengan latar belakang budaya Jawa bertemu, bahasa, pembawaan serta sikap harus menunjukkan suatu pengakuan pada kedudukan mereka masing-masing dalam suatu tatanan sosial yang tersusun secara terperinci dan cita rasa. Mengikuti aturan tata krama yang tepat, dengan cara menunjukkan sikap hormat adalah sangat penting. Sehingga dalam momen tersebut, Ishowspeed sedang merepresentasikan bahwa dalam tatanan masyarakat Jawa sudah teratur secara hierarkis.

Peniruan 3 (penafsiran): Analisis pesan dan gaya komunikasi

Saat Ishowspeed melakukan peniruan *ngapurancang*, Ishowspeed cenderung memperhatikan apa yang disampaikan oleh budayawan. Dalam hal ini, gaya komunikasi yang digunakan oleh Ishowspeed cenderung menuju gaya komunikasi The Relinquishing style. Hal ini terlihat dari sikap Ishowspeed yang mendengarkan dan memperhatikan budayawan saat memberikan penjelasan mengenai sikap *ngapurancang*. Pada momen tersebut, Ishowspeed menerima gagasan dengan baik terlihat dari Jawaban Ishowspeed yang berkata “okay” yang bermakna iya. Kemudian pada momen tersebut Ishowspeed juga menunjukkan keantusiasannya dalam mempelajari budaya Jawa. Hal ini terlihat saat Ishowspeed bertanya “*what if a dog start running after us what do we do*” atau “bagaimana jika seekor anjing mengejar kita, apa yang kita lakukan?”. Melihat dari pertanyaan yang ditanyakan, Ishowspeed menggunakan gaya komunikasi The Equalitarian Style di mana gaya komunikasi ini cenderung lebih santai dan rileks. Pertanyaan tersebut mengacu pada bagaimana cara berjalan sesuai dengan etika budaya Jawa.



Gambar 3. Menit ke 1:38:59 (Youtube @IshowSpeed)

Saat mengkontruksikan bagaimana cara berjalan dalam adat Jawa gaya komu/nikasi The Equalitarian Style juga muncul. Hal tersebut terlihat dari kata-kata “okay swaggy swaggy” yang digunakan Ishowspeed saat mengkontruksikan budaya Jawa. Secara umum kata “swag” atau “swaggy” sering dikaitkan untuk menggambarkan gaya berpakaian atau berperilaku seseorang. Swag merupakan slang atau bahasa gaul dari singkatan “Style With A bit Gangsta” atau seseorang dengan gaya berpakaian dan berperilaku yang keren seperti gangster. Sehingga kurang lebih makna yang ingin disampaikan Ishowspeed yaitu dia merasa dirinya sangat keren saat berjalan sesuai dengan etika adat Jawa.

Tabel 3. Temuan gaya komunikasi momen pertama

Data Vebal/Non Verbal	Temuan Gaya Komunikasi	Penafsiran Makna
Ngapurancang (non verbal) (menit ke 1:38:36)	The Relinquishing Style	Merepresentasikan kewibawaan.
“what if a dog start running after us what do we do” (menit ke 1:38:22)	The Equalitarian Style	Menunjukkan sikap antusias
“okay swaggy swaggy” (menit ke 1:38:59)	The Equalitarian Style	Menunjukkan sikap ketertarikan

2. Momen kedua

Tabel 4. Analisis dan Deskripsi Konten Pada Momen Kedua

Konten	Peniruan 1 (Pengalaman)	Peniruan 2 (Konstruksi)	Peniruan 3 (Penafsiran)
Menit ke 1:39:07	peniruan budaya Jawa, yaitu sikap Monggo	Sikap yang dipresentasikan yaitu membungkukkan badan kemudian menunjuk arah menggunakan jempol	Ishowpeed cenderung memperhatikan apa yang disampaikan oleh budayawan

Sumber: Youtube @Ishospeed

Peniruan 1 (pengalaman): *Monggo*

Pada momen di atas, Ishowspeed mengkontruksikan etika Jawa untuk mempersilahkan seseorang yaitu “*monggo*” atau “silahkan”. Budaya Jawa sendiri memiliki tingkatan bahasa saat berinteraksi atau bersosialisasi. Tingkatan bahasa yang digunakan memiliki aturan hierarkis yang terikat. Dalam Bahasa Jawa ada tingkatan yang harus digunakan dalam berinteraksi sesuai dengan lawan bicaranya. Tiga tingkatan tersebut merupakan *ngoko*, *madya*, dan *krama inggil*. Tingkatan pertama yaitu *ngoko*, tingkatan ini digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang memiliki usia sama atau status sosial yang sama. Contohnya saat berkomunikasi kepada teman sebaya maupun komunikasi orang tua kepada anak. Tingkatan kedua yaitu

madya, tingkatan ini merupakan perpaduan *ngoko* dengan *krama inggil*. *Madya* merupakan tingkatan bahasa yang digunakan untuk berbicara pada orang lebih tua. Tingkatan ketiga yaitu *krama inggil*, tingkatan ini digunakan ketika berinteraksi dengan orang yang statusnya lebih tinggi maupun dengan orang yang dihormati.

Tingkatan kata “monggo” dalam Bahasa Jawa yaitu masuk ke tingkatan *ngoko* dan *madya*. Sedangkan tingkatan tertingginya atau *krama inggil* yaitu *sumangga*. Pada momen tersebut kata yang presentasikan Ishowspeed yaitu “*monggo*” yang masuk ke Tingkat bahasa *ngoko* dan *madya* sehingga momen di atas yang dikonstruksikan oleh Ishowspeed digunakan untuk berinteraksi kepada orang sebaya maupun orang yang dihormati.

Peniruan 2 (kontruksi): Implementasi tindakan

Dalam mempresentasikan etika mempersilahkan seseorang atau “*monggo*” dalam Budaya Jawa, Ishowspeed membungkukkan tubuhnya kemudian menunjuk arah menggunakan jempol. Membungkukkan badan yang dilakukan Ishowspeed merepresentasikan budaya Jawa yang berarti mencerminkan rasa hormat atau kesopanan. Sedangkan menunjuk menggunakan jempol merepresentasikan makna simbolis yang menandakan seseorang mempunyai keberanian serta ketegasan dalam mengambil tindakan. Sikap “*monggo*” dalam tata krama budaya Jawa untuk mempersilahkan seseorang yang dilakukan oleh Ishowspeed selaras dengan filosofi hidup Suku Jawa yaitu “*Ajining Diri Saka Lathi*” dan “*Ngunduh Wothing Pakarti*”. “*Ajining Diri Saka Lathi*” memiliki pesan prinsip dasar dalam kehidupan sehari-hari Masyarakat Jawa. Pesan “*Ajining Diri Saka Lathi*” yang memiliki artian kehormatan pribadi dinilai dari lisannya. Sehingga pesan yang disampaikan merujuk untuk menjaga ucapan karena ucapan merupakan cerminan dari kepribadian. Kemudian filosofi hidup Suku Jawa yang kedua yaitu “*Ngunduh Wothing Pakarti*” yang berarti memetik hasil perbuatan. Pada tata krama yang dilakukan Ishowspeed di atas memberikan pesan untuk berhati-hati dalam bertindak karena setiap perbuatan tentu memiliki akibat atau konsekuensi.

Peniruan 3 (penafsiran): Analisis pesan dan gaya komunikasi

Pada momen Ishowspeed melakukan peniruan etika “*monggo*”, ia juga cenderung memperhatikan budayawan sebelum mengkonstruksikannya. Dalam hal ini, gaya komunikasi The Relinquishing Style juga digunakan oleh Ishowspeed. Hal ini terlihat saat Ishowspeed memperhatikan sikap “*monggo*” yang dikenalkan kemudian ia langsung mengkonstruksikannya setelah memahami pesan yang disampaikan. Sehingga gaya komunikasi The Relinquishing Style terlihat jelas saat Ishowspeed menunjukkan untuk menyerahkan kendali komunikasi atau menyerahkan sorotan kepada budayawan Yogyakarta tersebut. Pada saat merepresentasikan sikap sopan santun dalam etika “*monggo*”, Ishowspeed mengalami miss komunikasi. Miskomunikasi terjadi karena dalam proses komunikasi terjadi gangguan atau *noise* sehingga pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak dimengerti oleh komunikan sehingga menimbulkan kesalahpahaman atau kebingungan.



Gambar 5. Menit ke 1:39:24 (Youtube @IshowSpeed)

Miskomunikasi terjadi saat budayawan mengatakan bahwa sikap “*monggo*” merupakan *Javanese Style* atau memiliki artian gaya budaya Jawa. Pesan yang disampaikan oleh budayawan mengalami distorsi pesan dan diterima Ishowspeed sebagai *Japanese Style* atau memiliki artian gaya budaya Jepang. Pada momen miss komunikasi tersebut, peneliti melihat Ishowspeed menanyakan kebenaran dengan meminta penegasan untuk mencoba merinci dan memperjelas kata “*Javanese*” dengan memberi arah kepada audiens yang membantu dalam memastikan kesepahaman. Miskomunikasi terselesaikan saat ishowspeed memberikan respon “oh *Javanese*” yang berarti kesepahaman. Dalam hal ini, Ishowspeed menggunakan gaya komunikasi The Structuring Style untuk memberi arahan untuk menyusun ulang informasi dalam memperoleh kejelasan.

Tabel 5. Temuan gaya komunikasi momen kedua

Data Vebal/Non Verbal	Temuan Gaya Komunikasi	Penafsiran Makna
Sikap monggo (non verbal) (menit ke 1:39:07)	The Relinquishing Style	Merepresentasikan tata krama masyarakat Jawa.
“Oh <i>Javanese</i> ” (menit ke 1:39:24)	The Structuring Style	Mengarahkan penegasan informasi

3. Momen ketiga

Tabel 6. Analisis dan Deskripsi Konten Pada Momen Ketiga

Konten	Peniruan 1 (Pengalaman)	Peniruan 2 (Konstruksi)	Peniruan 3 (Penafsiran)
 Menit ke 1:44:18	peniruan budaya Jawa, yaitu Jemparingan	sikap yang dipresentasikan yaitu membidik jemparing dengan posisi sedikit miring dan mengarahkan busur menggunakan mata	Ishowpeed cenderung memperhatikan apa yang disampaikan oleh budayawan

Sumber: Youtube @Ishospeed

Peniruan 1 (pengalaman): Jemparingan

Pada momen ketiga, Ishowspeed diperkenalkan dengan *jemparingan*. *Jemparingan* merupakan olah raga memanah yang berasal dari Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Jemparingan memiliki unsur-unsur seperti *jemparing* atau panahan, *gendewa* yang memiliki arti busur, *wong-wongan* yang memiliki arti sasaran berbentuk tegal dengan panjang 30 cm dan diameter 3 cm. Pada mulanya, olah raga *jemparingan* hanya dilakukan oleh keluarga Kerajaan bahkan sampai dijadikan ajang kompetisi di antara prajurit kerajaan. Namun seiring berkembangnya zaman, kini olah raga *jemparingan* bisa dilakukan oleh semua kalangan. *Jemparingan* menjadi warisan budaya tak benda yang memiliki makna dan representasi sosial dalam kehidupan.

Peniruan 2 : Implementasi tindakan

Dalam memainkan olah raga *jemparingan*, Ishowspeed merepresentasikan kehidupan bersosial dalam masyarakat Jawa. Dalam melakukan olah raga *jemparingan*, pemanah menempatkan *jemparing* di depan perut sehingga bidikan didasarkan oleh perasaan pemanah. Hal ini selaras dengan filosofi *jemparingan* yaitu *pamenthaning gendewa pamenthaning cipta* yang berarti membentangkan busur selaras dengan konsentrasi terhadap sasaran yang dibidik. Namun saat mengkontruksikan olah raga *jemparingan*, Isowspeed tidak membidik dihadapan perut melainkan membidik dengan posisi sedikit miring dan mengarahkan busur ke sasaran menggunakan mata. Hal ini menjadi salah satu representasi bahwa seiring berjalannya zaman, kini cara memanah juga mengalami perubahan namun tetap berdasarkan kepada filosofi *jemparingan* yaitu sarana untuk melatih konsenterasi. Olah raga *jemparingan* memiliki makna dan fungsi yang dapat dirasakan oleh

pemanah. Pada saat *menjemparing* terdapat beberapa tahapan, yang pertama yaitu fokus terhadap tujuan. Hal ini tentunya selaras dengan filosofi yaitu *pamenthaning gandewa pamenthaning cipta* yang mengharuskan konsentrasi. Yang kedua yaitu tenang, hal ini tentunya dipengaruhi oleh pikiran sehingga perlunya olah rasa. Ini dapat dirasakan dengan *greger* dan *sungguh*. *Greger* berhubungan dengan kehidupan manusia di dunia serta bagaimana melaksanakan hak sebagai manusia dan sesama manusia sedangkan *sungguh* berhubungan dengan cara mengenali diri sendiri, sebagaimana tentang pola pikir dan perbuatan. Dan yang terakhir yaitu ora mingkuh, hal ini berhubungan dengan sebab akibat yang diperoleh pada apa yang manusia perbuat (Paramita, 2020). Sehingga saat Ishowspeed bermain *jemparing*, Ishowspeed sedang merepresentasikan kehidupan sosial masyarakat Jawa yang ketuhanan, hubungan dengan manusia, serta sistem tabur tuai.

Peniruan 3 : Analisis pesan dan gaya komunikasi



Gambar 7. Menit ke 1:44:50 (Youtube @IshowSpeed)

Dalam merepresentasikan olah raga *jemparingan*, Ishowspeed juga menggunakan gaya komunikasi campuran yang menggambarkan kombinasi antara keterbukaan terhadap budaya Jawa dengan mempertahankan karakter ekspresif khas budaya modern Barat. Peneliti menemukan dua gaya komunikasi yang digunakan yaitu gaya komunikasi The Relinquishing Style dan The Dynamic Style. Gaya komunikasi The Relinquishing Style terlihat saat Ishowspeed memberikan ruang kepada budayawan untuk memberi penjelasan bagaimana cara memainkan *jemparingan*. Ishowspeed memperhatikan dengan cermat hal yang disampaikan oleh budayawan dan menunjukkan keantusiasannya untuk belajar olah raga tersebut. Dengan gaya ini, Ishowspeed cenderung menyerahkan kontrol komunikasi dan membiarkan budaya lokal menjadi pusat perhatian. Dalam konteks budaya Jawa, jemparingan merupakan salah satu tradisi yang kaya akan nilai-nilai harmonis. Menunjukkan rasa hormat dengan mendengarkan dan membiarkan komunikator lain menjadi sorotan, seolah Ishowspeed mengakui pentingnya budaya lokal tersebut.

Meski begitu, gaya komunikasi The Dynamic Style juga muncul saat dirinya memberikan respon dengan mengatakan “*what the fuck, what do you want me to, how the fuck*”. Ekspresi verbal tersebut menunjukkan reaksi spontan, ekspresif, dan penuh energik dari Ishowspeed yang menunjukkan reaksi keterkejutan. Tentunya gaya komunikasi ini sangat berbeda dengan cara berinteraksi masyarakat Jawa. Meski begitu, gaya komunikasi ini sangat mencerminkan Ishowspeed yang berasal dari budaya modern. Perpaduan gaya komunikasi The Relinquishing Style dengan The Dynamic Style memberikan penegasan tentang keterbukaan Ishowspeed dalam menerima budaya baru namun tetap menunjukkan gaya komunikasi barat yang cenderung ekspresif.

Tabel 7. Temuan gaya komunikasi momen ketiga

Data Vebal/Non Verbal	Temuan Gaya Komunikasi	Penafsiran Makna
Jemparingan (non verbal) (menit ke 1:44:18)	The Relinquishing Style	merepresentasikan kehidupan bersosial dalam masyarakat Jawa
" <i>what the fuck, what do you want me to, how the fuck</i> ". (menit ke 1:44:50)	The Dynamic Style	menunjukkan reaksi spontan, ekspresif, dan penuh energik

4. Momen keempat

Tabel 8. Analisis dan Deskripsi Konten Pada Momen Keempat

Konten	Peniruan 1 (Pengalaman)	Peniruan 2 (Konstruksi)	Peniruan 3 (Penafsiran)
 Menit ke 1:56:39	peniruan budaya Jawa, yaitu Nyanting	sikap yang dipresentasikan yaitu menorehkan malam panas menggunakan canting ke kain putih	Ishowspeed cenderung memperhatikan apa yang disampaikan oleh budayawan

Sumber: Youtube @Ishospeed

Peniruan 1 (pengalaman): *Nyanting*

Pada momen keempat, Ishowspeed menerima pengalaman berupa nyanting batik. Nyanting atau menyanting merupakan proses pengaplikasian cairan malam yang panas ke kain untuk membuat motif batik. Dalam membuat motif batik terdapat alat untuk pengaplikasian cairan malam yang disebut *canting*. Canting merupakan alat berbentuk panjang seperti pipa dengan ujungnya berbentuk lancip. Ujung yang lancip pada *canting* berfungsi untuk memudahkan proses menggambar motif batik. Batik sendiri merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah diakui keberadaannya oleh dunia. Tepatnya pada 2 Oktober 2009, Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa(PBB) untuk Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan atau UNESCO telah menetapkan batik sebagai Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity atau Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi. UNESCO mengakui bahwa batik menjadi warisan dunia karena kaya dengan simbol yang memiliki filosofi kehidupan masyarakat Indonesia.

Peniruan 2 : Implementasi tindakan

Pada momen keempat, Ishowspeed mengkontruksikan pembuatan batik dengan proses nyanting dengan menorehkan malam panas menggunakan alat canting ke kain putih. Dalam proses tersebut, Ishowspeed merepresentasikan kehidupan masyarakat Indonesia karena batik merupakan olah rasanya orang Jawa. Hal ini selaras dengan terminology *Sangkan Paraning Dumadi* yang bertujuan agar manusia dapat mengenali dirinya sendiri. Dalam terminolog ini terdapat tiga pertanyaan untuk mengimplementasikan ajaran ini. 1) *Urip kuwi sangka sapa?* (hidup dari siapa) merupakan pertanyaan yang mengingatkan hubungan manusia dengan Tuhan. 2) *Urip kuwi kon ngapa?* (Hidup itu disuruh apa) merupakan pertanyaan untuk meningkatkan manusia tentang tujuan hidup agar dapat menjalani hidup dengan sebaik-baiknya. 3) *Pungkasane urip kupa?* (akhir dari hidup bagaimana) merupakan pertanyaan untuk mengingatkan manusia bahwa hidup sementara sehingga manusia dapat menghargai waktu sebaik-baiknya. Sehingga saat Ishowspeed *nyanting batik*, peneliti menemukan bahwa Ishowspeed sedang merepresentasikan kehidupan masyarakat Indonesia berdasarkan ajaran leluhur Jawa.

Peniruan 3 (penafsiran): Analisis pesan dan gaya komunikasi



Gambar 9. Menit ke 1:58:17 (Youtube @IshowSpeed)

Pada momen keempat, gaya komunikasi campuran juga terlihat saat Ishowspeed *nyanting* batik. Sebelum melakukan proses *nyanting*, peneliti melihat Ishowspeed menggunakan gaya The Relinquishing Style, di mana Ishowspeed membiarkan sorotan mengarah pada dua wanita yang mengajari Ishowspeed pengalaman *nyanting*. Pada gambar pertama dalam peniruan pengalaman *nyanting*, Ishowspeed Nampak mengamati dan mencoba memahami proses *nyanting* batik dengan serius. Gaya The Relinquishing Style ditunjukan Ishowspeed dengan bersedia menerima intruksi dari penduduk lokal. Kemudian gaya komunikasi The Structuring Style juga terlihat saat Ishowspeed mengucapkan kalimat “*this why am I actually good at making batik*” yang berarti dalam hal inilah mengapa saya benar-benar pandai membuat batik. Meskipun kalimat tersebut terlihat tidak terstruktur dan spontan, namun secara implisit Ishowspeed bisa saja memberi kesan atau mengarahkan kepada audiens mengenai proses *nyanting batik* merupakan sesuatu yang dapat dikuasai dengan Latihan seperti apa yang Ishowspeed alami.

Tabel 9. Temuan gaya komunikasi momen ketiga

Data Vebal/Non Verbal	Temuan Gaya Komunikasi	Penafsiran Makna
Nyanting(non verbal) (menit ke 1:56:39)	The Relinquishing Style	merepresentasikan kehidupan masyarakat Indonesia
“ <i>this why am I actually good at making batik</i> ” (menit ke 1:58:17)	The Structuring Style	Mengarahkan audiens secara implisit

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa gaya komunikasi Ishowspeed dalam konten “SEA Tour” di Yogyakarta dalam merepresentasikan budaya Jawa yaitu mengkombinasikan beberapa gaya komunikasi. Gaya komunikasi yang ditemukan pada setiap momen Ishowspeed merepresentasikan budaya Jawa yaitu *the relinquishing style* di mana gaya komunikasi ini digunakan saat Ishowspeed menerima pengalaman dengan menyerahkan sorotan kepada komunikator lain dan bersedia menerima saran serta arahan dalam mengkonstruksikan budaya Jawa. Dengan gaya komunikasi *the relinquishing style*, peneliti menemukan gaya komunikasi ini digunakan Ishowspeed untuk mendengarkan dan menghormati budaya Jawa. Gaya komunikasi *the relinquishing style* yang ditemukan pada setiap momen saat Ishowspeed bertemu dengan budaya Jawa yaitu pada momen *ngapurancang*, sikap *monggo*, *jemparingan*, dan *nyanting batik*. Kemudian gaya komunikasi lain yang digunakan Ishowspeed seperti *the equalitarian style* yang ditemukan pada momen *ngapurancang* menunjukkan gaya komunikasi yang santai dalam berinteraksi, *the dynamic style* yang ditemukan pada momen *jemparingan* menunjukkan gaya interaksi yang energik dan ekspersif dan *the structuring style* yang ditemukan pada momen sikap *monggo* untuk menjelaskan miskomunikasi, dan *nyanting*

batik yang ditujukan untuk memberikan penegasan serta memastikan pemahaman yang jelas. Melalui pendekatan gaya komunikasi ini, Ishowspeed memperlihatkan keterbukaannya untuk mempelajari budaya baru namun tetap mempertahankan gaya energik dan ekspresifnya. Ishowspeed sebagai *international influencer* yang menyampaikan budaya lokal lewat *platform* media sosial seperti Youtube tentunya juga bisa menjadi sarana untuk mengenalkan nilai-nilai budaya lokal secara global melalui representasi sosial dan interaksi yang unik dari seorang konten kreator dunia Ishowspeed.

DAFTAR RUJUKAN

- A.Smith, J. (2021). *Representasi Sosial: Rethinking Psychology*. Nusamedia.
- Adi, A., Lwie, D., & Itria, Y. (2024). Keberhasilan Content Creator Ditentukan oleh Kreativitas Konten dan Skill Mengedit Video, *Journal of Strategic Communication*, 15(1), 1–14.
- Adinda. (2022, Juli 2022). *Sifat & Kebiasaan Orang Jawa*. Gramedia Blog. tersedia secara online di <https://www.gramedia.com/best-seller/kebiasaan-orang-Jawa/>. Diakses 6 November 2024.
- Afni Zahrotulmuna Sya'ro, E. P. D. (2024). Effect on educational content creators on student motivation and learning outcomes in the pandemic COVID-19. *Curricula: Journal of Curriculum Development*, 1(1), 73–86.
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media
- Alfadhil, D. M., Anugrah, A., & Alfidhin Hasbar, M. H. (2021). Budaya Westernisasi Terhadap Masyarakat. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 99–108. DOI <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.37>
- Anna, J. (2022, Oktober 13). *Mengenal 3 Tingkatan dalam Bahasa Jawa dan Contoh Penggunaannya*. ADJARPEDIA. . tersedia secara online di <https://adjar.grid.id/read/543523043/mengenal-3-tingkatan-dalam-bahasa-Jawa-dan-contoh-penggunaannya?page=all>. Diakses pada 6 November 2024.
- Arzulana, C. M., & Hasmira, M. H. (2023). Perubahan Perilaku Remaja Akibat Content Creator Youtube Gaming Pada Kelurahan Air Tawar Barat Kota Padang, *Jurnal Perspektif*, 6(1), 28–37. DOI <https://doi.org/10.24036/perspektif.v6i1.715>
- Cathrin, S. (2020). Empan Papan: Etika Komunikasi Di Media Sosial Dalam Perspektif Budaya Jawa, *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 4(2), 165–183.
- Dewi. (2019). Fenomena Culture Shock dan Stereotype Dalam Komunikasi Antar Budaya Mahasiswa Indonesia yang Studi Di Amerika. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 92–113. DOI <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v10i1.892>
- Dr. Hermawan Wawan. (2021). *Komunikasi Antarbudaya: Sikap Sosial dalam Komunikasi Antaretnis*. PUSAKA MEDIA
- Ersyad, F. A., & Jannah, C. N. N. L. (2021). Gaya Komunikasi Cak Dave Dalam Membentuk Karakteristik Suroboyoan. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(3), 154–158. DOI <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i3.12>
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, andi subhan amir. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272. DOI <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Hasyim, F. F., Pirri, J. T., Psikologi, P., Naifah Amar, N., & Cinnong, S. (2023). Nilai Kerukunan Etnis Jawa Terhadap Motivasi Berperilaku Masyarakat Jawa: Psikologi Budaya. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(1), 27–35.
- Isroisholikah, W. O. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi. *Sibatik Journal*, 2(1), 121–128.
- Kompasiana. (2023, Maret 14). *4 Alasan Mengapa Orang Indonesia Menggunakan Jempol untuk Menunjuk Arah*. Kompasiana. tersedia secara online di <https://www.kompasiana.com/allafaganteng/6411eea108a8b5587f348632/4-alasan-mengapa-orang-indonesia-menggunakan-jempol-untuk-menunjuk-arrah>. Diakses pada 6 November 2024.
- Laila. (2024, November 7). *Miss Komunikasi: Pengertian, Faktor, Dampak, dan Pencegahannya*. Gramedia Blog. tersedia secara online di <https://www.gramedia.com/literasi/miss-komunikasi/>. Diakses pada 7 November 2024.
- Magnis Franz, S. S. (1984). *Etika Jawa: Sebuah Analisa Falsafi tentang Kebijakan Hidup Jawa*. PT Gramedia.
- Muchtar, K., Koswara, I., & Setiawan, A. (2019). Komunikasi Antar Budaya Dalam Perspektif Antropologi, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 113–124. DOI <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.10064>
- Mufidah, M. K. (2023). Peran Content Creator Media Sosial dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi di Era Endemi Covid-19, *Jurnal Dinamika*, 4(1), 33–52. DOI <https://doi.org/10.18326/dinamika.v4i1.33-52>

- Nashruddin, M. K., Rahmah, A. F., Faridah, N., Wardana, R. K., Wulandari, Y., & Duerawee, A. (2024). Etika Masyarakat Jawa dalam Serat Panitisastra: Suatu Kajian Hermeneutika Paul Ricoeur, *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya)*, 6(1), 01–20. DOI <https://doi.org/10.26555/jg.v6i1.9019>
- Nina, A. (2019, Januari 15). *Mengenal Makna Posisi Tangan dalam Foto Dhaup Ageng Pura Pakualaman*. Harian Jogja. tersedia secara online di <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/01/15/510/965212/mengenal-makna-posisi-tangan-dalam-foto-dhaup-ageng-pura-pakualaman>. Diakses pada 6 November 2024.
- Paramita, W. D. (2020). Makna Dan Fungsi Jemparingan Mataraman Bagi Abdi Dalem Karaton Ngayogyakarta Hadiningrat, *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 12(1), 104–115. DOI <https://doi.org/10.33153/acy.v12i1.2816>
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online, *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(2), 01–10. DOI <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i2.357>
- Puput, S. (2021, Desember 22). *Arti Swag Sebagai Kata Gaul Anak Muda Masa Kini, Ketahui Juga Artinya dalam Kamus*. Kapanlagi.Com. tersedia secara online di <https://plus.kapanlagi.com/arti-swag-sebagai-kata-gaul-anak-muda-masa-kini-ketahui-juga-artinya-dalam-kamus-a55e44.html>. Diakses pada 6 November 2024.
- Shely Cathrin, D. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall, *Education : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 32–42. DOI <https://doi.org/10.51903/education.v3i2.332>
- Sholichah, I. M. . D. M. P. A. F. S. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *Jurnal Sosia Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 32–42.
- Social Blade. (2025, Januari 25). *Chart Youtube IshowSpeed*. Socialblade.Com. tersedia secara online di <https://socialblade.com/youtube/c/ishowspeed>. Diakses pada 25 Januari 2025.
- Suparno, W. T. (2023, Oktober 29). *Sangkan Paraning Dumadi: Ajaran Filsafat Jawa untuk Menemukan Makna Hidup..Desa.Id*. tersedia secara online di <https://dero.desa.id/>. Diakses pada 11 Oktober 2024.
- Yakob, F. (2020). Context case Study of Live Communication Gamers on Facebook Gaming, *Mediasi*, 1(1), 63–72. DOI <https://doi.org/10.46961/mediasi.v1i1.402>
- Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677–690. DOI <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>
- Zhazaretta, A., & Djuhardi, L. (2023). Fenomenologi Konten Kreator Dalam Mengedukasi Masyarakat Melalui Media Sosial Tiktok. *Ikra-ITH Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 23–30. DOI <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3323>

Representasi Kesehatan Mental dan Pesan Moral dalam Komik “Beban di Balik Senyuman”: Kajian Semiotika

Representation of Mental Health and Moral Message in The Comic “The Burden Behind The Smile”: Semiotic Study

Azimah Mardiyah, Haura Azkiya, Naurah Salsabila

Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia

Korespondensi: Jl. Setiabudhi No. 229, Isola, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Surel: azimah1305@upi.edu

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1513>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 02/01/2025

Direvisi: 26/01/2025

Publikasi: 31/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Kesehatan mental;

Komik;

Pesan Moral;

Semiotika;

Keywords:

Mental Health;

Comic;

Moral Message;

Semiotic;

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat karya sastra memiliki beragam bentuk, salah satunya berbentuk komik digital yang dapat diakses di mana pun dengan mudah. Penelitian ini menganalisis komik digital berjudul “Beban di Balik Senyuman” dengan tema kesehatan mental yang diunggah dalam akun Instagram @mokhsa.jiwa. Penelitian ini merupakan kajian semiotika yang bertujuan untuk mengetahui penggambaran kesehatan mental serta pesan moral dalam komik tersebut. Adapun teori yang digunakan ialah teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mengkaji tanda berupa ikon, simbol, dan indeks. Hasil dari analisis menyatakan bahwa kesehatan mental dalam komik tersebut sebagian besar direpresentasikan melalui gambar gelas kosong berisi air sebagai penggambaran dari pikiran tokoh dalam komik yang terus diisi oleh berbagai beban pikiran dan ekspektasi orang lain. Selain itu, ekspresi yang digunakan tokoh juga menggambarkan kesehatan mental tokoh. Komik digital “Beban di Balik Senyuman” mengandung pesan moral berupa pentingnya menjaga kesehatan mental dengan lebih memprioritaskan diri sendiri serta menjaga emosi yang dimiliki.

ABSTRACT

The development of technology makes literary works have various forms, one of which is in the form of digital comics that can be accessed anywhere easily. This study analyzes a digital comic entitled “The Burden Behind a Smile” with a mental health theme uploaded on the @mokhsa.jiwa Instagram account. This research is a semiotic study that aims to find out the depiction of mental health and moral messages in the comic. The theory used is Charles Sanders Peirce's semiotic theory which examines signs in the form of icons, symbols, and indices. The results of the analysis state that mental health in the comic is mostly represented through the image of an empty glass filled with water as a depiction of the character's mind in the comic which continues to be filled with various burdens of thoughts and expectations of others. In addition, the expressions used by the characters also illustrate the mental health of the characters. The digital comic “The Burden Behind a Smile” contains a moral message in the form of the importance of maintaining mental health by prioritizing yourself and maintaining your emotions.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membuat karya sastra terkhususnya teks naratif memiliki berbagai macam bentuk menyesuaikan perkembangan zaman. Cerita dalam karya sastra pada umumnya mengandung pesan moral. Pesan moral merupakan pesan yang berisi ajaran-ajaran, wejangan-wejangan lisan maupun tulisan tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak, agar ia menjadi manusia yang baik (Zagoto, 2022). Penulis biasanya sengaja menyisipkan pesan moral ke dalam cerita yang dibuatnya. Sejalan dengan berkembangnya teknologi, media yang digunakan dalam menyampaikan cerita tidak terbatas dalam tulisan di dalam kertas yang dibukukan saja melainkan juga melalui *platform* media digital dan didampingi dengan visual yang mendukung cerita. Salah satu contohnya adalah komik. Komik yang memiliki unsur naratif serta visual yang mendukung dapat menarik perhatian pembaca untuk membacanya.

Kesehatan mental merupakan bagian dari aspek kejiwaan manusia dimana kondisi psikis seseorang mengalami keseimbangan tanpa gangguan seperti gangguan kecemasan, stress, depresi dan lainnya (Sagita & Purnamasari, 2022). Menurut KBBI, isu adalah masalah yang dikedepankan (untuk ditanggapi dan sebagainya). Menjadikan isu kesehatan mental sebagai masalah yang berkaitan dengan kejiwaan manusia.

Isu kesehatan mental juga dibawa dalam komik digital bertajuk “Beban di Balik Senyuman” yang diunggah dalam akun instagram *@mokhsa.jiwa*. Secara garis besar komik ini menceritakan tentang seseorang yang merasa tidak nyaman untuk menolak seseorang meskipun hal tersebut merugikan. Karakter utama dalam komik ini digambarkan terkadang memakai penutup muka seperti topeng ketika sedang menerima ajakan seseorang yang sebenarnya ingin ditolaknya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguraikan makna dari komik “Beban di Balik Senyuman” menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang mencakup simbol, ikon, dan indeks. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana isu mengenai kesehatan mental direpresentasikan dalam komik.

TINJAUAN PUSTAKA

Kesehatan Mental

Kesehatan merupakan suatu kebutuhan serta kondisi penting bagi manusia. Kesehatan bukan hanya merujuk pada kesehatan fisik saja, melainkan kesehatan fisik, mental, dan sosial (Ghazali, 2024). Dari ketiga jenis kebutuhan sehat bagi manusia, kesehatan mental yang paling berpengaruh. Bila kondisi mental seseorang sehat, tentunya secara fisik dan bersosial juga dalam kondisi yang baik. Hal tersebut dikarenakan kesehatan mental merujuk pada kesehatan seluruh aspek perkembangan baik fisik maupun psikis.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan kesehatan mental sebagai suatu kondisi ketenangan atau kesejahteraan yang damai di mana setiap orang dapat mencapai potensi sepenuhnya, mengelola tekanan dalam hidupnya, dan memberikan kontribusi yang positif kepada lingkungan sekitarnya (Halodoc, 2023). Ditulis juga oleh Fakhriyani (2017), bahwa kesehatan mental meliputi upaya-upaya dalam mengatasi stress, ketidakmampuan dalam menyesuaikan diri, bagaimana berhubungan dengan orang lain, serta berkaitan dengan pengambilan keputusan.

Mengelola semua fase kehidupan membutuhkan kesehatan mental. Seseorang yang memiliki kesehatan mental yang baik cenderung memiliki interaksi sosial yang positif dan mampu berkontribusi kepada

masyarakat lebih baik lagi (Pardede, 2022). Kesejahteraan kesehatan mental ini dipegang erat oleh kemampuan manusia dalam mengendalikan dirinya.

Pesan Moral

Tujuan penulis dalam menulis sering dikenal sebagai pesan yang ingin disampaikan, atau pesan moral dari penulis. Sebuah pelajaran moral disampaikan melalui elemen-elemen dasar cerita. Dengan demikian, integritas struktural cerita diperkuat. Dengan menyoroti pelajaran moral dari sebuah cerita, kita dapat menunjukkan kepada pembaca betapa menarik dan berharganya cerita tersebut. Plot, suasana, dan karakter sering digunakan untuk menyampaikan ajaran moral (Inayah, dkk., 2020).

Pesan merupakan ajaran mengenai baik dan buruk yang disampaikan melalui karya sastra, media, atau komunikasi lainnya. Menurut KBBI, moral adalah ajaran tentang baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan sebagainya. Nurgiyantoro mengkategorikan pesan moral menjadi empat jenis: hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan diri sendiri, hubungan manusia dengan sesama, dan hubungan manusia dengan lingkungan (Nurgiyantoro, 2024). Setiap kategori yang mencerminkan nilai-nilai yang diharapkan dapat membimbing perilaku individu dalam masyarakat. Penelitian juga menekankan pentingnya konteks budaya dalam memahami dan menginterpretasi pesan moral yang terkandung dalam karya sastra.

Komik

Komik merupakan sebuah susunan gambar dan kata yang bertujuan untuk memberikan informasi yang ingin disampaikan kepada pembaca. Sebuah komik selalu memanfaatkan ruang gambar dengan tata letak. Hal tersebut agar gambar membentuk cerita, yang dituangkan dalam bentuk dan tanda. Komik juga termasuk dalam karya sastra, yaitu sastra bergambar (Bonnet dalam Soedarso, 2015)

Komik yang dalam hal ini komik *strip* merupakan gambar atau rangkaian gambar yang dapat membentuk sebuah cerita (Pritandari, 2016). Komik *strip* adalah jenis komik yang terdiri dari beberapa panel gambar yang kemudian membentuk sebuah cerita. Dahulu pada saat orang-orang masih menggunakan koran sebagai media pertukaran informasi komik *strip* kadang diselipkan di dalamnya, seperti komik *strip* “Benny & Mice” yang rutin terbit dalam koran harian Kompas.

Komik dapat memberikan model yang bisa digunakan untuk mengembangkan kepribadian anak (Soedarso, 2015). Komik pada awalnya tidak dipandang sebagai hal yang positif karena buku bacaan tanpa ilustrasi dianggap lebih mendidik tidak seperti komik yang hanya menampilkan gambar-gambar saja. Padahal ilustrasi yang dihasilkan dalam komik dapat digunakan untuk mengembangkan imajinasi anak-anak atau bahkan menjadi media untuk mengkritisi sesuatu.

Semiotika

Semiotika merupakan sebuah teori atau ilmu mengenai lambang dan tanda. Istilah semiotika lahir dari seorang filsafat bernama Charles Sanders Peirce. Firmansyah (2022) menuliskan bahwa semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji individual seseorang. Semiotika juga pada dasarnya hendak mempelajari cara humaniora atau kemanusiaan memaknai hal-hal (Effendi, dkk., 2024). Hal tersebut dikarenakan dalam segala aktivitas kehidupan terdapat tanda-tanda yang dapat dimaknai. Dengan kata lain, kehidupan manusia berkaitan erat dengan semiotika.

Peirce menempatkan semiotika dalam berbagai kajian ilmiah (Lantowa, dkk., 2017). Tanda-tanda dalam kehidupan itu dapat dimaknai dengan analisis menggunakan teori Semiotika, salah satunya teori yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce yang akan digunakan dalam kajian artikel ini.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang relevan dilakukan oleh Rafiq, dkk. (2022) yang berjudul “Representasi Gaya Komunikasi Agus Harimurti Yudhoyono dalam Komik Strip: Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce Pada *Fanpage* Komikkita. Penelitian tersebut menganalisis dan membahas komik strip yang dibuat oleh *fanpage* komikkita menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce untuk merepresentasikan gaya komunikasi yang dilakukan Agus Harimurti Yudhoyono dalam komik strip tersebut. Hasil penelitian tersebut menunjukkan Agus Harimurti Yudhoyono dalam komik strip tersebut lebih banyak menggunakan komunikasi nonverbal yang banyak digambarkan melalui raut wajah yang kebanyakan terlihat frustrasi seperti wajah yang bingung, sedih, dan marah karena konflik internal Partai Demokrat.

Penelitian relevan berikutnya berjudul “Pesan Moral Komik Jihad Selfie Karya Nur Huda Ismail dan Bambang Wahyudi Serta Implikasinya dalam Pembelajaran Sastra di SMA” yang dilakukan oleh Arimurti dan Irwan (2023). Penelitian tersebut menganalisis komik berjudul “Jihad Selfie” menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce untuk melihat pesan moral yang terkandung dalam komik tersebut. Selain itu, Arimurti dan Irwan mencari implikasinya dalam pembelajaran sastra di SMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komik tersebut menyampaikan pesan moral berupa pentingnya mengontrol diri dan menghormati orang tua melalui tokoh yang ada dalam komik tersebut.

Penelitian ini memiliki kebaruan yang membedakannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu objek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan komik yang diciptakan sendiri dan diunggah dalam akun instagram *@moksha.jiwa* sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan komik yang dibuat orang lain. Selain itu, komik yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini bertema kesehatan mental sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya merupakan komik mengenai politik dan perjuangan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang menghasilkan informasi deskripsi berupa kata-kata lisan atau tertulis dari individu dan perilaku yang diamati (Marfu'ah, 2019). Peneliti berusaha untuk memahami pelajaran moral yang disampaikan oleh komik “Beban di Balik Senyuman” karya *moksha.jiwa*. Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan masalah, mengelompokkan kategori, atau menjelaskan tahapan-tahapan untuk menjawab pertanyaan seperti siapa, kapan, di mana, dan bagaimana yang dikenal sebagai penelitian kualitatif deskriptif (Neuman, 2015). Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan data teks dan data angka yang akan disajikan secara holistik (Sugiyono, 2015). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan fenomena secara mendalam dan memberikan wawasan dari sumber aslinya. Mayoritas data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari komik digital “Beban di Balik Senyuman” yang diunggah di Instagram dengan username *@moksha.jiwa*. Data primer mencakup dialog, monolog, dan karakter yang terdapat dalam komik tersebut sehingga dapat memperkaya analisis.

Informasi untuk penelitian ini dikumpulkan melalui dokumentasi yang melibatkan observasi dan pencatatan. Peneliti mengambil data dari komik instagram karya *@moksha.jiwa* yang menyangkut mencakup

pengumpulan informasi dari sumber tertulis atau visual terkait objek penelitian berupa komik digital itu sendiri serta referensi tambahan yang relevan. Fokus pengumpulan data penelitian ini adalah pada elemen-elemen dalam komik “Beban di Balik Senyuman”, termasuk dialog, monolog, dan interaksi karakter. Proses penelitian dimulai tahap observasi, di mana peneliti melakukan pengamatan terhadap objek dan subjek yang diteliti. Selanjutnya, peneliti memasuki tahap pencatatan dengan mencatat informasi yang diperoleh dari observasi dan sumber lainnya secara sistematis untuk memastikan bahwa semua data relevan tersimpan dengan baik. Pencatatan ini mencakup transkripsi dialog, deskripsi karakter, dan analisis situasi dalam komik.

Setelah data primer terkumpul, peneliti menggunakan teknik analisis semiotika model Charles Sanders Peirce. Semiotika adalah metode analisis untuk mengkaji sebuah tanda (Efendi, dkk., 2024). Charles Sanders Peirce mengemukakan teori segitiga makna yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu representasi, objek, dan interpretasi. Teori ini membantu para akademisi dalam memahami bagaimana indikasi komik berfungsi untuk mengkomunikasikan pelajaran moral dan makna kepada pembaca. Tanda-tanda (atau, dalam hal ini, “objek”) dapat dikategorikan berdasarkan proses pemaknaan dari proses semiosis melalui bagan triadik. Hoed mengutip Peirce yang mengatakan bahwa berikut ini adalah kumpulan tanda: (1) Ikon (*icon*), yaitu tanda yang didasarkan pada kecocokan bentuk atau kemiripan, (2) Indeks (*index*), yaitu tanda yang berasal dari peristiwa sebab akibat atau kesinambungan, dan (3) Simbol (*symbol*), yaitu tanda yang maknanya ditetapkan oleh tradisi sosial (Aisyah, 2023).

Dalam menganalisis gambar dan teks komik “Beban di Balik Senyuman”, peneliti menggunakan prosedur analisis data reduksi, penyajian, dan kesimpulan/validasi. Pertama adalah representasi yang meliputi identifikasi teks dan gambar komik untuk melihat bagaimana mereka berfungsi sebagai tanda. Kedua adalah objek yang menyajikan komponen-komponen pesan moral serta representasi kesehatan mental yang terdapat dalam komik guna memahami makna yang ingin disampaikan oleh pengarang. Dan ketiga adalah interpretasi yang memberikan proses makna dan penafsiran data ke dalam bentuk narasi sehingga temuan analisis dapat disajikan dengan jelas dan mudah dimengerti untuk menarik kesimpulan yang valid mengenai pesan moral dan representasi kesehatan mental yang terkandung dalam komik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tanda dalam Komik “Beban di Balik Senyuman”

Berdasarkan informasi sebelumnya, “Beban Di Balik Senyuman” merupakan sebuah komik yang diunggah dalam akun Instagram *@moksha.jiwa* yang memiliki pesan moral yang akan dibahas dalam kaitannya dengan penjabaran jenis-jenis tanda (ikon, indeks, dan simbol), objek, dan interpretasi. Representasi pesan moral tokoh utama komik “Beban di Balik Senyuman” berdasarkan visual (gambar) dan verbal (tulisan) dianalisis melalui semiotika Charles Sanders Peirce.



Gambar 1. Sampul Komik "Beban di Balik Senyuman"

Pada gambar 1 menunjukkan judul atau sampul dari komik "Beban di Balik Senyuman." Judul ini mencerminkan tema utama komik yang berkaitan dengan kesehatan mental serta menggambarkan bagaimana seseorang dapat menyembunyikan beban emosional di balik senyuman. Terdapat ikon pada gambar berupa tangan yang memegang gelas dan gelas putih yang digambarkan secara realistis. Kemudian, indeks pada gambar berupa tekanan jari yang mencengkram gelas yang ditunjukkan melalui garis tangan yang menonjol menjadi tanda fisik dari ketegangan atau beban yang sedang dirasakan. Ini mencerminkan tekanan emosional yang tersembunyi dalam diri seseorang.

Tak hanya itu saja, wajah murung pada tokoh merupakan indeks ekspresi wajah termasuk dalam indeks yang menghubungkan sebab-akibat dengan emosi atau perasaan seseorang. Wajah yang terlihat murung, datar, atau tidak ceria menunjukkan adanya beban batin dan tekanan emosional. Dengan kata lain, ekspresi wajah menjadi tanda yang menunjukkan kondisi psikologis atau emosional seseorang secara langsung. Terakhir, simbol dari gelas putih dalam gambar ini dapat diinterpretasikan sebagai simbol jiwa atau akal pikiran dalam diri manusia yang melambangkan sesuatu yang tampak "kosong" namun tetap dipegang erat, mencerminkan beban yang tidak terlihat.

Selain itu, frasa "Beban di balik senyuman" menjadi simbol linguistik yang menjelaskan realitas tersembunyi di balik ekspresi positif. Senyuman dalam hal ini menjadi simbol kepura-puraan atau cara seseorang menutupi kesulitan hidup yang mereka alami. Tokoh dalam komik ini juga ditampilkan memiliki perawakan seperti laki-laki dengan bunga di rambutnya. Ketidakjelasan dalam jenis kelamin tokoh ini menggambarkan bahwa hal ini dapat dialami baik oleh perempuan maupun laki-laki.

Dalam gambar ini, objek utamanya meliputi tangan, gelas, dan ekspresi wajah karakter. Interpretasinya adalah bahwa tidak semua yang terlihat baik-baik saja benar-benar mencerminkan keadaan batin seseorang. Beban emosional seringkali tersembunyi di balik penampilan luar yang tampak normal atau bahagia.

Selain itu, tokoh dalam komik digambar seolah berwujud laki-laki tetapi menggunakan jepit rambut berbentuk bunga yang menyimbolkan bahwa penulis tidak ingin membatasi gender dalam komik ini. Tokoh tersebut bisa menjadi perempuan atau laki-laki, sesuai dengan perspektif pembacanya.



Gambar 2. Isi Komik “Beban di Balik Senyuman”

Pada gambar 2 sebelah kiri terdapat gambar gelas kosong yang dimuat dalam gambar 1 sedang diisi oleh air. Gambar gelas berisi air tersebut merupakan ikon yang disimbolkan sebagai jiwa atau akal pikiran yang diisi oleh beban atau ekspektasi orang (air). Gelas yang tadinya kosong tersebut terisi air dikarenakan adanya beban atau perasaan terpendam yang disimpan oleh tokoh merupakan indeks atau sebab-akibat yang tampak dalam komik.

Pada gambar 2 sebelah kanan terdapat gambar tokoh sedang mengerjakan tugasnya yang harus dikumpulkan malam hari namun tiba-tiba ia mendapat pesan berupa ajakan nongkrong dari temannya yang membuat ekspresi tokoh berubah menjadi tampak berpikir dan ragu. Perubahan ekspresi tersebut merupakan bentuk indeks. Dalam gambar sebelah kanan juga terdapat simbol-simbol seperti gawai, pakaian, dan kertas.



Gambar 3. Isi Komik “Beban di Balik Senyuman”

Pada gambar 3 sebelah kiri karakter utama menggunakan penutup muka menggambarkan ekspresi yang berkebalikan dengan apa yang sebenarnya karakter rasakan setelah mengiyakan ajakan temannya meski merugikan bagi si karakter. Gambar di kanan, gelas yang merepresentasikan perasaannya yang tertahan kembali diisi lagi.



Gambar 4. Isi Komik “Beban di Balik Senyuman”

Pada gambar 4 sebelah kiri, karakter utama dimintai tolong oleh seorang temannya yang hendak pulang untuk dibawakannya beberapa buku di tangannya ke ruang guru. Karakter utama tidak bisa menolak dan berakhir menerimanya dengan beban di balik topeng tersenyum. Indeks tersebut ditunjukkan oleh beban buku yang dibawa oleh karakter utama. Buku yang banyak dan dipegang dengan tangan yang tampak terbebani menunjukkan adanya tekanan fisik dan emosional. Hal ini secara langsung berhubungan dengan perasaan atau beban yang dirasakan karakter utama setelah diminta untuk membawa buku-buku tersebut. Beban fisik ini mencerminkan beban mental atau emosional yang tidak terlihat, yaitu ketidakmampuan untuk menolak permintaan temannya.

Kemudian, simbol ditunjukkan topeng senyuman dari sehelai kertas yang tertempel di kening karakter utama. Topeng senyuman yang digunakan oleh karakter utama bisa dianggap sebagai simbol dari kepura-puraan atau cara seseorang menutupi perasaan asli mereka. Dalam budaya atau psikologi, topeng sering kali melambangkan penutupan atau penyembunyian emosi sejati, di mana seseorang terlihat bahagia atau baik-baik saja di luar, meskipun ada perasaan atau beban yang tersembunyi di dalam.

Pada gambar 4 sebelah kanan terdapat gambar gelas yang sedang terisi air dan hampir penuh. Gelas putih dengan air yang diberikan warna biru merujuk pada tanda ikon. Kemudian, indeks ditunjukkan dengan posisi air yang hampir penuh yang menggambarkan ketegangan serta beban dalam diri karakter utama yang semakin bertambah dan meningkat. Jika tidak dihentikan, maka air tersebut akan terus meluap dan tidak bisa ditahan lagi. Dan terakhir, simbol ditunjukkan dengan gambar gelas dengan air biru yang hampir tumpah karena dalam banyak budaya atau konteks, gelas yang hampir penuh bisa melambangkan keterbatasan atau ambang batas. Misalnya, batas kesabaran, ketegangan emosional, atau perasaan yang mendekati titik puncaknya.

Dalam gambar tersebut, objek utamanya meliputi tokoh utama yang dimintai tolong membawa tumpukan buku dan gelas putih berisi air yang hampir penuh. Interpretasinya adalah tokoh utama yang menjalani kehidupan normalnya dengan senyuman palsu karena sebenarnya ia tidak bisa menolak keinginan atau permintaan orang lain akibat dari pemikiran dan ekspektasi sang tokoh pada temannya bila ia menolak permintaan mereka.



Gambar 5. Isi Komik "Beban di Balik Senyuman"

Pemilihan warna pada gambar 5 sebelah kiri, kedua panel yang bersilangan saling berhubungan. Warna gelap digunakan ketika pergolakan batin karakter mengalihkan pikirannya sedangkan warna terang merupakan peristiwa di luar pikirannya. Topeng tersenyum kembali dipasang kepada si karakter dengan ketidaksenangan di balik topeng tersebut. Gambar di sebelah kanan menggambarkan kotak perasaan karakter yang penuh dan tidak dapat dibendung lagi dengan perasaan tertahan yang terus mengalir.



Gambar 6. Isi Komik "Beban di Balik Senyuman"

Kejadian yang tergambar dalam gambar 6 sebelah kiri dan kanan merupakan indeks karena keduanya terikat hubungan sebab-akibat. Pada gambar sebelah kiri terlihat tokoh yang menolak ajakan temannya secara spontan karena beban dalam kotak perasaannya sudah meluap dan gambar sebelah kanan yang memperlihatkan tindakan memaklumi yang ditunjukkan oleh teman si tokoh merupakan akibat dari penolakan tokoh tersebut.



Gambar 7. Isi Komik "Beban di Balik Senyuman"

Gambar 7 sebelah kiri menampilkan gelas yang sudah penuh dengan aliran air yang telah berhenti dan air yang tumpah dilap menggambarkan perasaan yang sudah tertahan kini berhenti diisi dengan perasaan tertahan lainnya. Gambar sebelah kanan menampilkan karakter mencoba untuk menolak hal yang di awal cerita yang tidak diinginkannya. Topeng dilepas menandakan dia kembali menjadi dirinya sendiri tanpa bersembunyi dibalik topeng senyuman.



Gambar 8. Isi Komik “Beban di Balik Senyuman”

Gambar 8 diakhiri dengan karakter yang meminum air yang menandakan pengendalian diri terhadap tekanan yang dirasakan oleh karakter. Selain itu, ekspresi tokoh yang digambar tersenyum menandakan kedamaian yang dirasakan tokoh setelah bisa mengurai isi pikirannya menjadi stabil dan tidak berlebihan.

Representasi Kesehatan Mental dan Pesan Moral dalam Komik “Beban di Balik Senyuman”

Dari hasil analisis di atas, kesehatan mental dalam komik “Beban di Balik Senyuman” direpresentasikan melalui gambar gelas sebagai kotak pikiran dan perasaan si tokoh dan gambar air yang mengisi gelas sebagai beban dan ekspektasi orang-orang yang tidak bisa ditolak oleh tokoh. Gelas yang terus diisi oleh air sampai penuh dan meluap pada bagian klimaks cerita merupakan penggambaran luapan emosi tokoh yang sudah tidak terkendali karena pikirannya terlalu banyak menyimpan beban dan ekspektasi orang lain. Setelahnya, tokoh dapat mengatasi luapan emosinya dengan cara mengatur dan mengurai emosi yang mengganggu pikirannya. Hingga pada akhir cerita, tokoh digambarkan meminum gelas berisi air tersebut sebagai simbol pengendalian diri dan emosi tokoh.

Ada pun pesan moral yang disampaikan dalam komik “Beban di Balik Senyuman” berupa pentingnya menjaga kesehatan mental dengan lebih memprioritaskan diri sendiri di atas orang lain. Selain itu, berani menyalurkan isi pikiran dan berani menolak hal-hal yang tidak disukai dapat membantu diri untuk mengontrol emosi.

SIMPULAN

Komik “Beban di Balik Senyuman” memiliki tanda yang mengandung makna mendalam bila dikaji menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Teori yang dikemukakan Peirce tersebut merupakan teori *triangle* atau segitiga makna yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu representasi, objek, dan interpretasi. Yang disebut tanda oleh Peirce ialah ikon, indeks, dan simbol.

Dalam hasil analisis ditemukan adanya objek berupa gambar dari tiap-tiap panel dalam komik, indeks berupa sebab-akibat yang terjadi dalam cerita, dan simbol berupa perumpamaan dari objek-objek yang ada

dalam komik, ekspresi yang digambarkan pada wajah tokoh, dan warna-warna yang digunakan untuk mewarnai setiap kondisi yang dialami oleh tokoh.

Dari hasil analisis objek, ikon, dan simbol tersebut dapat dilihat bagaimana kesehatan mental digambarkan dalam komik "Beban di Balik Senyuman" serta pesan moral yang terkandung dalam komik tersebut, yakni melalui gelas kosong yang diisi air terus menerus merepresentasikan pikiran tokoh yang diisi oleh beban pikiran serta ekspektasi yang disimpan orang lain terhadapnya. Dalam kehidupan, semua orang pasti merasakan hal yang sama. Yang membedakan ialah cara seseorang untuk mengatasi dan mengatur pikiran yang penuh itu hingga isinya stabil dan terhindar dari depresi karena pikiran yang berlebihan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, L. S. N. (2023). Visual Study of Animated TV Series 'Ibra': Membelah Bulan. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 4(2), 159-173.
- Arimurti, A. S., & Baadilla, I. (2023). Pesan Moral Komik Jihad Selfie Karya Nur Huda Ismail dan Bambang Wahyudi Serta Implikasinya Dalam Pembelajaran Sastra di SMA. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(3), 552-565.
- Efendi, E., Siregar, I. M., & Harahap, R. R. (2024). *Semiotika Tanda dan Makna*. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 4(1), 154-163.
- Fakhriyani, D. V. (2019). Kesehatan mental. Pamekasan: duta media publishing, 11-13.
- Firmansyah, S. (2022). Pemikiran Filsafat Semiotika Dalam Pemahaman Charles Sanders Peirce Dan Contohnya. *Al-Kauniyah*, 3(2), 81-91.
- Ghazali, H. B. (2024). Kesehatan Mental: Membangun Hidup Lebih Bermakna. Samudra Biru.
- halodoc.com. (2023, May 26). *Mengenali Definisi Tepat dari Kesehatan Mental dan Dampaknya*. Tersedia secara Online di <https://www.halodoc.com/artikel/mengenali-definisi-tepat-dari-kesehatan-mental-dan-dampaknya>. Diakses pada 23 Desember 2023 pukul 19.55 WIB.
- Inayah, U., Anwar, S., & Bahrudin, B. (2020). Representasi Dakwah dalam Komik. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 76–96.
- KBBI VI Daring. (2023). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses pada 24 Desember 2023 02.30 WIB.
- Lantowa, J., Marahayu, N. M., & Khairussibyan, M. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Deepublish.
- Marfu'ah, R. S. (2019). *Pesan Moral Dalam Komik Online (Analisis Semiotika Terhadap Line Webtoon" Sarimin" Episode 1-26 Karya Nagaterbang)* [Publikasi]. (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Moksha Jiwa [@moksha.jiwa]. (2024). [Instagram Post]. Tersedia daring <https://www.instagram.com/share/p/BAXbiEiROQ>. Diakses pada 10 Desember 2024 pukul 09.00 WIB.
- Neuman, W. L. (2015). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. PT. Indeks.
- Nurgiyantoro, B. (2024). *Sastra Anak: Pengantar Pemahaman Dunia Anak Edisi Revisi*. UGM Press.
- Pardede, J. A. (2022). *Koping Keluarga Tidak Efektif Dengan Pendekatan Terapi Spesialis Keperawatan Jiwa*.
- Pritandhari, M. (2016). Penerapan Komik Strip Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal PROMOSI: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 4(2). 1-7.
- Rafiq, A., Widaningsih, T., & Diana, R. (2022). Representasi Gaya Komunikasi Agus Harimurti Yudhoyono Dalam Komik Strip: Analisa Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Fanpage Komikkita. *Jurnal Akrab Juara*, 7(2), 238-257.
- Sagita, N. C. & Purnamasari, N. I. (2022). Strategi Komunikasi Media Sosial Indonesian Future Leaders Yogyakarta Terkait Isu Kesehatan Mental di Kalangan Remaja. *JIKOM: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 14(2). 62-69.
- Soedarso, N. (2015). Komik: Karya Sastra Bergambar. *HUMANIORA*, 6(4). 496-506.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (metode campuran). Bandung: *Alfabeta*, 28 (1), 12.
- Zagoto, A. (2022). The Moral Message Contained in the Album Maena 2 by Rusdi Group Vol. 22. *KOHESI: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3(1).

Strategi Komunikasi Pemasaran Marvel Studios,LLC: Deadpool And Wolverine 2024

Marvel Studios,LLC Marketing Communication Strategy: Deadpool And Wolverine 2024

Annisa Lailatul Qomariyah, Adiasri Putri Purbantina

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur

Korespondensi: Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya 60294

Surel: annisailatull@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1540>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 07/01/2025

Direvisi: 26/01/2025

Publikasi: 31/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Komunikasi Pemasaran
Terpadu,
Marvel Studios,LLC,
Film.

Keywords:

Integrated Marketing
Communication,
Marvel Studios,LLC,
Movie.

ABSTRAK

Perkembangan industri sinema sebagai bentuk aktivitas ekonomi kreatif membutuhkan suatu strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan sebuah produk film. Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana Marvel Studios,LLC menyusun strategi komunikasi pemasaran pada promosi film "Deadpool and Wolverine", menggunakan konsep IMC (*Integrated Marketing Communication*) oleh Kotler dan Armstrong. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mengkolaborasikan implementasi dimensi IMC dengan strategi yang digunakan Marvel Studios,LLC dengan mempromosikan "Deadpool and Wolverine". Adapun implementasi lima dimensi dari konsep IMC, yaitu "Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public and Relations, Direct and Digital Marketing". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Marvel Studios,LLC menerapkan kelima dimensi IMC dengan jelas dan konsisten untuk meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan profitabilitas, dan menjaga loyalitas konsumen terhadap produk. Marvel Studios,LLC memanfaatkan penggunaan *platform* media sosial dalam setiap proses promosinya, sehingga strategi yang digunakan dalam proses promosi film dapat menghasilkan *output* yang maksimal dan menarik perhatian *audiens* secara global.

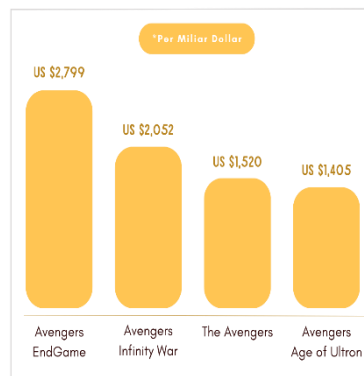
ABSTRACT

Effective marketing strategies are crucial for promoting films and driving economic growth within this sector. This study aims to analyze how Marvel Studios' has employed a successful Integrated Marketing Communication (IMC) approach, as outlined by Kotler and Armstrong, to promote their Deadpool and Wolverine films. Using a qualitative research methodology, this study descriptively analyzes the implementation of IMC dimensions within Marvel Studios' marketing strategies. The results demonstrate that the company has effectively applied all five IMC dimensions to enhance its reputation, promote films, and foster consumer loyalty. Marvel Studios' strategic use of social media platforms has been particularly impactful, maximizing the reach and effectiveness of their promotional efforts and attracting a global audience.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mendorong lini industri untuk terus berinovasi mengikuti arus kemajuan, terutama industri hiburan seperti film. Menurut Gill Branston dan Stafford (2023) dikutip dari (Ummah, 2023), industri hiburan terus berkembang sebagai bentuk aktivitas ekonomi modern dengan menggunakan suatu teknologi dalam menjangkau konsumen. Kemajuan signifikan dalam teknologi animasi dan efek visual telah meningkatkan *value* dan permintaan terhadap film di seluruh dunia, sehingga persaingan antar perusahaan film global semakin ketat (Dinç, 2023). Untuk itu, dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif sebagai sarana bagi perusahaan untuk menyebarkan, membujuk, dan menginformasikan kepada konsumen mengenai produk yang dijual (Kotler & Keller, 2014). Salah satu strategi efektif yang dapat digunakan perusahaan untuk mempromosikan produknya adalah *Integrated Marketing Communication* (IMC), strategi ini telah diterapkan Marvel Studios, LLC dalam masa promosi film “Deadpool and Wolverine”.

The Walt Disney Company, sebagai salah satu perusahaan hiburan terbesar di dunia telah melakukan akuisisi aset pada Marvel Entertainment, melalui proses ini Disney memperoleh hak cipta atas beberapa karakter Marvel serta hak distribusi untuk film-film Marvel (Littleton & Wallenstein, 2018). Produksi film Marvel Entertainment dikelola oleh anak perusahaannya yaitu Marvel Studios, LLC (Disney D23, 2024). Marvel studios, LLC merupakan studio film yang bergerak pada adaptasi karakter dan cerita dari komik *Marvel Cinematic Universe-Tie in* (MCU) menjadi film dan serial TV dengan latar belakang *superhero* (Bloomberg, n.d.). Salah satu film paling sukses produksi Marvel Studios, LLC adalah seri “Avengers” terutama “Avengers: EndGame”, yang meraih pendapatan global sebesar 2,799 miliar USD (Gambar 1).



Gambar 1. Jumlah *box office* film Avengers

Sumber. Box Office Mojo (2019). Catatan: Digambarkan ulang oleh penulis

Namun, kelanjutan film yang dirilis pasca “Avengers: EndGame” dinilai tidak mampu memenuhi ekspektasi penonton (Heritage Herald, 2024). Sejumlah kritikus berpendapat bahwa *Marvel Cinematic Universe* (MCU) mengalami penurunan kreativitas dalam menghadirkan ide dan konsep baru pada produksi filmnya (CNN Indonesia, 2023). Satu-satunya film yang berhasil mempertahankan pendapatan secara konsisten adalah film seri “Spider-Man” (Tabel 1), sementara film lainnya mengalami penurunan popularitas, penurunan ini berdampak pada melemahnya citra perusahaan. Oleh karena itu Marvel Studios melakukan berbagai inovasi untuk mengatasi masalah tersebut. Salah satu film yang dapat dikatakan berhasil membantu memulihkan penurunan popularitas MCU dalam beberapa waktu terakhir yaitu “Deadpool and Wolverine” (Tabel 1), hal tersebut terbukti dengan keberhasilan film “Deadpool and Wolverine” meraih posisi kedua dalam daftar “Worldwide Box Office 2024” setelah “Inside Out 2” (Box Office Mojo, 2024), dengan total pendapatan

sebesar 1,334 miliar USD (The Numbers, 2024). Selain itu, upaya promosi yang dilakukan sebelum film “Deadpool and Wolverine” tayang menghasilkan citra positif di kalangan penonton, salah satu contohnya dapat dilihat dari jumlah penonton *trailer* dari film tersebut mencapai 37 juta penonton (Marvel Entertainment, 2024). Dari sinilah komunikasi berperan penting dalam membangun citra film, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat dan keinginan untuk menonton serta mendorong berbagai aktivitas komersial lainnya (Panuju, 2019).

Tabel 1. Data *box office* film Marvel

Release Date	Title	Opening Weekend	Worldwide Box Office
26/04/2019	Avengers: EndGame	\$357,115,007	\$2,799,439,100
07/06/2019	Dark Phoenix	\$32,828,348	\$246,356,895
02/07/2019	Spider-Man: Far From Home	\$92,579,212	\$1,132,937,929
20/08/2020	The New Mutants	\$7,037,017	\$47,535,251
09/07/2021	Black Widow	\$80,366,312	\$379,751,131
03/09/2021	Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings	\$75,388,688	\$432,224,634
01/10/2021	Venom: Let There be Carnage	\$90,033,210	\$501,546,922
05/11/2021	Eternals	\$71,297,219	\$401,731,759
17/11/2021	Spider-Man: No Way Home	\$260,138,569	\$1,908,532,719
01/04/2022	Morbius	\$39,005,895	\$162,759,437
06/05/2022	Doctor Strange in the Multiverse of Madness	\$187,420,998	\$952,224,986
08/07/2022	Thor: Love and Thunder	\$144,165,107	\$760,928,081
11/11/2022	Black Panther: Wakanda Forever	\$181,339,761	\$853,985,546
17/02/2023	Ant-Man and The Wasp: Quantumania	\$106,109,650	\$463,635,303
05/05/2023	Guardians of The Galaxy Vol.3	\$118,414,021	\$845,468,744
02/06/2023	Spider-Man: Across The Spider-verse	\$120,663,589	\$681,222,435
10/11/2023	The Marvels	\$46,110,859	\$199,706,250
26/07/2024	Deadpool and Wolverine	\$211,435,291	\$1,317,918,955

Sumber. The Numbers (2024). Catatan: Ditulis ulang oleh penulis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh Marvel Studios,LLC dalam meningkatkan profit, memulihkan citra perusahaan, dan mempertahankan loyalitas konsumen dalam proses promosi film “Deadpool and Wolverine”. Melalui penerapan strategi IMC oleh Philip Kotler dan Gray Armstrong (2014) yang mencakup lima dimensi, mulai dari *Advertising* hingga *Direct and Digital Marketing*, Marvel Studios,LLC mengkoordinasikan langkah-langkah promosi yang efektif untuk film “Deadpool and Wolverine” dengan penggunaan media sosial.

Pada beberapa film sebelumnya, penerapan strategi IMC tidak diterapkan sepenuhnya, sebagai contoh, pada promosi film “The Marvels” terdapat keterbatasan interaksi secara langsung dengan penonton. Selain itu, situasi internal Marvel Studios,LLC juga kurang mendukung akibat pengaruh kampanye BDS (*Boycott, Divestment, and Sanction*) (Goodstats, 2024). Oleh karena itu, sebagai upaya untuk memulihkan situasi, Marvel Studios,LLC melakukan promosi besar-besaran pada film “Deadpool and Wolverine”.

TINJAUAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini, yakni artikel jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu. Pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini” oleh Ummah S. Mutiara, Hermansyah Tantan, dan Nasichah (2023), yang membahas mengenai analisis

Strategi Komunikasi Pemasaran pada Film NKCTHI menggunakan konsep IMC. Namun, dalam penelitian tersebut tidak membahas dimensi IMC secara menyeluruh, maka dari itu penelitian ini menitikberatkan pada penerapan konsep IMC secara komprehensif.

Selanjutnya pada artikel jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Netflix pada Film Gadis Kretek dalam Meningkatkan Penonton” ditulis oleh Siti Nurhafiah (2024), penelitian tersebut membahas mengenai analisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan layanan video *streaming* untuk meningkatkan jumlah penonton film menggunakan konsep IMC dan Strategi *Digital Marketing Communication*. Kebaruan dari penelitian tersebut yaitu, penelitian ini berfokus pada analisis penayangan film melalui bioskop dan layanan *streaming*.

Kemudian, pada artikel jurnal yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square dalam Menarik Minat Menonton di Tengah Maraknya Video *Streaming*” oleh Egy Gilang Maulana, Layung Paramesti Martha, dan Intan Tri Kusumaningtiastahun (2022), yang membahas penerapan strategi komunikasi pemasaran menggunakan konsep IMC pada bioskop untuk dapat bersaing dengan layanan *video streaming*.

Di sisi lain, penelitian ini berfokus pada sudut pandang perusahaan yang mendistribusikan film melalui dan layanan *streaming* dengan menerapkan konsep strategi yang serupa. Kebaruan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, terletak pada fokusnya terhadap penerapan strategi komunikasi pemasaran berbasis konsep IMC. Pada saat ini, belum ditemukan artikel jurnal di Indonesia yang secara spesifik membahas penerapan konsep IMC untuk menjangkau *audiens* global dalam studi kasus film.

IMC (Integrated Marketing Communication)

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan konsep komunikasi pemasaran oleh Philip Kotler dan Gray Armstrong, pada buku “*Principle of Marketing*” Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa, untuk menghadapi tantangan baru dalam dunia marketing yang serba digital, dibutuhkan alat untuk memahami dan melibatkan pelanggan dalam memaksimalkan proses marketing yang jelas, konsisten, dan selaras. Terdapat lima dimensi yang digunakan dalam proses IMC, yaitu:

1) *Advertising*

Segala bentuk promosi atau iklan ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan *awareness* terkait produk yang dipromosikan, iklan dapat dilakukan dalam bentuk *online*, *broadcast*, *print*, *mobile*, *outdoor*, dan sebagainya;

2) *Sales Promotion*

Merupakan sebuah insentif jangka pendek yang digunakan dengan batas waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan produk, berbentuk kupon, diskon, dan *display*;

3) *Personal Selling*

Merupakan interaksi yang dilakukan kepada konsumen dengan tujuan untuk membangun hubungan dengan konsumen, menarik konsumen, dan lain-lain;

4) *Public Relation*

Perusahaan harus membangun hubungan baik dengan konsumen dan media sebagai bentuk citra perusahaan untuk memperoleh publisitas yang menguntungkan, seperti *tour press releases*, *meet and greet*, dan *event*;

5) *Direct and Digital Marketing*

Merupakan keterlibatan perusahaan secara langsung dengan konsumen dan publik dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang dan menerima *feedback* yang baik, seperti sosial media, email, online, dan *mobile marketing* (Kotler dan Armstrong, 2014).

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penerapan strategi IMC secara holistik dalam konteks promosi film “Deadpool and Wolverine”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti persepsi, perilaku atau tindakan, dan motivasi (Anggito & Setiawan, 2018). Selain itu, sebagai langkah dalam memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda bersifat akurat dan dapat dipercaya (Miles et al., 2014).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber sekunder seperti media sosial, pernyataan resmi, artikel jurnal, dan penelitian sebelumnya yang dipilih dan dikategorikan berdasarkan kebutuhan penelitian. Pada kasus ini, pengolahan data primer sulit dilakukan, karena keterbatasan akses dan waktu yang dibutuhkan relatif panjang, sehingga penulis memutuskan untuk menggunakan data sekunder yang relevan, mengingat data tersebut berasal dari sumber resmi.

Data sekunder yang berasal dari media sosial berupa akun resmi pada akun YouTube, Instagram, TikTok, dan X dari Marvel Entertainment, The Walt Disney Company, *Talk Show*, XXI, dan akun YouTube yang khusus membahas film untuk kebutuhan informasi tambahan. Laman *website* IMDb, The Numbers, Box Office Mojo, majalah khusus film, dokumenter di balik layar film “Deadpool and Wolverine” dan Disney+ Hotstar. Serta studi kepustakaan berupa kualitas data, informasi, dan permasalahan yang berhubungan secara langsung dengan penelitian, referensi teori yang digunakan melalui berbagai sumber yang menjadi dasar dan kunci pokok dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada industri film, perusahaan perlu merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik *audiens*. Hasil studi dan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Marvel Studios, LLC menerapkan konsep IMC secara menyeluruh dengan mengadopsi strategi promosi yang inovatif, yang belum diterapkan pada film sebelumnya. Dalam proses penerapannya, strategi ini tidak hanya berhasil meningkatkan citra Marvel Studios, LLC sebagai perusahaan film *superhero*, tetapi juga menjaga loyalitas konsumen terhadap produk, serta meningkatkan pendapatan yang sempat menurun. Merujuk pada konsep IMC oleh Kotler dan Armstrong (2014), dengan mengimplementasikan lima dimensi IMC, perusahaan memperoleh manfaat jangka panjang dan mengkoordinasikan strategi promosi agar terlaksana dengan baik, jelas, dan konsisten. Adapun strategi IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang digunakan Marvel Studios, LLC pada film “Deadpool and Wolverine” yaitu:

Advertising

Advertising atau iklan merupakan suatu bentuk promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan *awareness* terkait produk yang dipromosikan dalam bentuk iklan (Kotler & Armstrong, 2014). Pada dimensi ini, Marvel Studios, LLC melakukan promosi iklan lebih banyak bertumpu pada media sosial,

seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X. Media sosial saat ini menjadi *platform* utama bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan berkomunikasi, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alat yang efektif untuk menyebarkan informasi sekaligus menarik *audiens* sebagai bagian dari kegiatan promosi film (Putra et al., 2019). Untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, Marvel Studios, LLC mengadopsi strategi iklan bertema *outdoor* guna memberikan *experience* yang lebih imersif kepada *audiens*. Dalam promosi film “Deadpool and Wolverine” tim produksi memanfaatkan berbagai bentuk iklan berupa *Trailer Video*, *Billboard*, *Display Costume* dan Patung, serta *Magazine Cover*.

Iklan yang ditayangkan di media sosial merupakan bentuk iklan pasif (hanya dapat dilihat), sehingga, diperlukan iklan yang menarik untuk mendapat perhatian dari banyak *audiens* (Pramesti, et al. 2023). *Trailer video* “Deadpool and Wolverine” telah didistribusikan melalui berbagai *platform* media sosial. Video tersebut menampilkan beragam potongan adegan yang dirancang untuk menarik perhatian dan membangkitkan rasa penasaran *audiens* terhadap film “Deadpool and Wolverine”. *Platform* yang menyediakan akses terhadap *trailer* ini adalah akun YouTube, Instagram, TikTok dan X resmi Marvel Entertainment. Pada *platform* YouTube, *trailer* tersebut berhasil menjangkau penonton sebanyak 37 juta (Marvel Entertainment, 2024), pada Instagram berhasil menjangkau 3,959 ribu penonton (Marvel Entertainment, 2024), pada TikTok menjangkau sebanyak 908,4 ribu penonton (Marvel, 2024), dan *platform* X menjangkau sebanyak 3584 ribu penonton (Marvel, 2024).

Bentuk iklan *outdoor* dalam promosi film “Deadpool and Wolverine” dilakukan dengan menggunakan *billboard* yang terpasang di beberapa wilayah di setiap negara. Bentuk dari billboard tersebut juga bervariasi, mulai dari poster *official* film, beberapa karakter individu film Deadpool and Wolverine, dan billboard berbentuk video yang menampilkan cuplikan trailer atau animasi (Marvel Entertainment, 2024). Salah satu contohnya adalah *billboard* yang terpasang di Times Square, New York, menjadi sarana untuk menayangkan konten promosi secara efektif. Keuntungan yang didapat dari peristiwa tersebut yakni, dapat menjangkau *audiens* non-Marvel *fans* yang diharapkan tertarik untuk menonton (Gambar 2.1).



Gambar 2. Billboard Deadpool and Wolverine di Times Square, New York
Sumber. Official X @Deadpool Update (2024)

Marvel Studios, LLC menerapkan strategi iklan dengan memajang *display costume* dari para pemain film “Deadpool and Wolverine” serta patung karakter untuk meningkatkan *experience audiens* melalui aktivitas swafoto. Beberapa *display* “Deadpool and Wolverine” banyak ditemukan di area bioskop dan pusat perbelanjaan di berbagai negara (Deadpool Update, 2024). *Display* tersebut tidak hanya berupa kostum, melainkan poster film, atau karakter “Deadpool” yang dengan menambahkan kesan “komedi” yang sesuai

dengan genre film. Contohnya seperti patung film “Deadpool and Wolverine” yang sengaja dibentuk bergaya “Deadpool” untuk menggambarkan ciri khas karakter “Deadpool” yang terletak di Harbour City, Hong kong (lihat Gambar 2.2), patung tersebut mendapatkan komentar positif dari *audiens*, seperti:

“This belongs in the city that rhymes with fun @VancityReynolds” (Jason Poulton, 2024)



Gambar 3. Patung Deadpool di Harbour City, Hongkong
Sumber. Official X @DeadpoolUpdate (2024)

Strategi iklan yang terakhir dilakukan melalui media cetak berupa *Magazine Cover*. Salah satu contohnya adalah “Empire Magazine”, sebuah majalah yang secara khusus membahas film dan serial televisi. Majalah ini mencakup berbagai konten film seperti ulasan film, berita terkait film terkini, serta informasi seputar film yang sedang tayang (Empire, 2024). Majalah Empire berbasis di Britania Raya dan Australia, karena perkembangan teknologi majalah tersebut dapat diakses secara *online* dengan menggunakan aplikasi, hal tersebut memudahkan para *audiens* atau kritikus dapat mengakses secara bebas (Empire, 2024). Penggunaan majalah sebagai strategi iklan tidak hanya dilakukan oleh Marvel Studios, LLC pada film “Deadpool and Wolverine”, melainkan pada setiap film yang baru diproduksi untuk kebutuhan promosi. Hal ini, dapat memberi ruang bagi para kritikus film untuk mengulas cerita dari film-film Marvel yang ada di majalah tersebut. Dengan demikian, Marvel Studios, LLC dapat mempertimbangkan aspek yang perlu diperbarui dan apa yang diinginkan dari para *audiens* melalui pendapat kritikus film.

Sales Promotion

Sales Promotion umumnya dilakukan dengan menyesuaikan jangka waktu promosi. Dalam hal ini *sales promotion* untuk film “Deadpool and Wolverine” dilakukan selama periode promosinya melalui kolaborasi antara Marvel Studios, LLC dengan jaringan bioskop di berbagai negara. Di era modern saat ini minat *audiens* lebih tertuju pada layanan digital, hal tersebut membuat suatu tantangan tersendiri untuk pihak bioskop dalam meningkatkan target penjualan, maka dari itu dibutuhkan bentuk promosi yang efektif untuk menghadapi perubahan preferensi tersebut (Maulana et al., 2022). Pada penelitian ini, difokuskan kerja sama dengan bioskop di Indonesia, seperti CGV Indonesia dan XXI Indonesia. Kedua bioskop bekerja sama melalui film “Deadpool and Wolverine” dalam bentuk *merchandise*, *gift card*, *collectible ticket*, *game experience*, *give away*, hingga promo pembayaran tiket film yang melibatkan pihak ketiga seperti bank (Cinema.21, 2024).

Karena adanya batasan waktu promosi dan hanya tersedia di bioskop di kota tertentu, produk *merchandise* mampu menarik perhatian tidak hanya dari penggemar Marvel, tetapi juga dari *audiens* umum. Hal ini bahkan menciptakan suatu tren di TikTok yang berhasil menjangkau hingga 1,2 juta penonton

(Cinema.21, 2024). Para *content creator* TikTok yang umumnya bukan penggemar Marvel membeli *merchandise* “Deadpool and Wolverine” dengan tujuan untuk memberikan ulasan mengenai kelayakan produk tersebut, sebaliknya, penggemar Marvel membeli *merchandise* ini dengan tujuan koleksi pribadi. Sebagai contoh, *content creator* TikTok yang bernama Radiansyah atau yang dikenal sebagai Agamdadam, kerap membuat konten ulasan produk, terutama *action figure*, mainan, dan *merchandise* dari berbagai film (Agamdadam, 2024). Dalam salah satu kontennya yang mengulas *merchandise* “Deadpool and Wolverine” Agam menyatakan bahwa produk tersebut dinilai *worth to buy* berdasarkan kualitas dan harganya (Agamdadam, 2024).

Merchandise yang ditawarkan dirancang untuk mengikuti tren terkini, sehingga *audiens* tidak merasa produk tersebut ketinggalan zaman saat digunakan. Variasi dalam bentuk *gift card* juga tersedia, memungkinkan *audiens* untuk memilih poster “Deadpool and Wolverine” sesuai preferensi yang diinginkan (Cinema.21, 2024). Selain itu, *gift card* ini eksklusif untuk kategori *gold class* atau *velvet class audiens*, sedangkan *collectible ticket* diperoleh *audiens* umum, namun dengan jumlah terbatas (Cinema.21, 2024). Demikian pula *game experience* yang hanya tersedia pada waktu tertentu, seperti satu minggu setelah film “Deadpool and Wolverine” (Cinema.21, 2024).

Bentuk *game experience* yang ditawarkan beragam, salah satunya adalah permainan mesin *claw* yang diisi dengan *merchandise* “Deadpool and Wolverine” dalam kemasan yang tertutup menyerupai konsep *mystery box*, permainan ini disediakan secara gratis, namun dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, aktivitas tersebut berhasil menarik perhatian *audiens* dan memperoleh ulasan yang positif (Cinema.21, 2024). Promosi serupa tidak hanya dilakukan di Indonesia, tetapi juga di Dave and Buster’s yang berlokasi di Austin City, Amerika Serikat, sebuah restoran dengan *bar* dan *arcade* yang lengkap merupakan lokasi strategis untuk menarik perhatian *audiens* dengan *game experience* yang diberikan (Spideyfilms, 2024). Bentuk promosi *Giveaway* dilakukan dengan menyesuaikan syarat dan ketentuan dari pihak bioskop, seperti yang tercantum pada postingan instagram XXI (Cinema.21, 2024). Selain itu, promosi pembelian tiket berupa “*buy 1 get 1*” juga harus memenuhi sejumlah persyaratan, salah satunya adalah transaksi pembayaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu bank (Cinema.21, 2024).



Gambar 4. Merchandise Deadpool and Wolverine di XXI Indonesia
Sumber. Official Instagram @Cinema.21(2024)

Personal Selling

Pengenalan dan penawaran suatu produk akan menjadi lebih efektif jika dilakukan melalui interaksi langsung (Kotler & Amstrong, 2014). Dalam konteks dimensi *personal selling*, para pemeran film “Deadpool

and Wolverine” berpartisipasi dalam pembuatan konten promosi berupa wawancara singkat dan *challenge* untuk menarik perhatian *audiens*. Penonton film umumnya memiliki ketertarikan untuk mengetahui dinamika dan hubungan yang terjalin antar pemeran di balik produksi, interaksi semacam ini memberikan kesan mendalam, terutama bagi para penggemar (Ummah, 2023). *Platform* media sosial yang dituju dalam konten ini adalah YouTube, namun pemilik saluran kerap membagikan cuplikan melalui TikTok dan Instagram untuk meningkatkan *exposure*.

Salah satu contohnya adalah “The Tonight Show Starring Jimmy Fallon” yang membagikan cuplikan Ryan Reynolds dan Hugh Jackman menyanyikan lagu dari film “Wicked”, lagu tersebut kemudian diadaptasi menjadi versi yang sesuai dengan “Deadpool and Wolverine” (Fallon Tonight, 2024). Video tersebut berhasil meraih 8,2 juta *likes*, 47,1 ribu komentar, dan telah dibagikan sebanyak 2,2 juta kali (Fallon Tonight, 2024). Beragam komentar positif dari *audiens global* yang menunjukkan apresiasi terhadap lirik lagu yang dinilai sangat merepresentasikan karakter keduanya.



Gambar 5. Komentar *audiens* terhadap video Ryan Reynolds dan Hugh Jackman
Sumber. Official Instagram @Fallontonight (2024)

Salah satu konten yang menarik yaitu *interview* Ryan Reynolds dan Hugh Jackman membahas secara rinci proses produksi film disertai pembahasan ringan yang tetap relevan dengan dinamika dan *chemistry* antar pemeran, sesuai dengan karakter yang diperankan (BuzzFeed Celeb, 2024). Yang menjadi menarik adalah pada film “Deadpool and Wolverine” terdapat satu karakter *iconic* yang menjadi perbincangan yakni karakter “Dogpool”. *Interview* tersebut berhasil mengingatkan *audiens* pada *chemistry* unik antara para pemeran dengan anjing, sebagaimana yang tergambarkan melalui karakter “Dogpool”. *Interview* tersebut berhasil meraih 3,1 juta penayangan, 137 ribu *likes*, dan 2,2 ribu komentar positif (BuzzFeed Celeb, 2024). Adapun konten yang membahas mengenai promosi film secara spesifik dan diringkas dengan komedi sesuai dengan karakteristik film “Deadpool and Wolverine”, contohnya *interview* Ryan Reynolds dan Hugh Jackman pada YouTube Official Jimmy Kimmel Live (Jimmy Kimmel Live, 2024).

Public Relations

Penerapan strategi komunikasi yang efektif dalam memperluas jangkauan *audiens*, meningkatkan keterlibatan *audiens*, dan mendorong penjualan, memerlukan strategi *public relations* yang mampu memahami secara mendalam dinamika media sosial dan perilaku *audiens* (Rahma, 2024). Strategi *public relations* dalam proses promosi film Deadpool and Wolverine dapat dilihat dari kegiatan “Global Press Tour” yang dilakukan di enam negara yaitu Britania Raya, Berlin, Kanada, Brazil, China, dan Korea Selatan

(Vancityreynolds, 2024). Secara garis besar, kegiatan tersebut berlangsung dengan interaksi antara pemeran film “Deadpool and Wolverine” dengan *audiens* dan media press. Bersamaan kegiatan tersebut pemeran film juga melakukan *fan event* dan *fan meeting* pada enam negara yang telah disebutkan. Interaksi langsung antar pemeran film dengan *audiens* dilakukan untuk membangun hubungan yang lebih erat antara pemeran film dengan penonton film. Melalui interaksi ini, *audiens* juga akan merasakan *experience* baru dan menarik saat interaksi terjalin, yang pada akhirnya memberikan manfaat jangka panjang dalam membentuk loyalitas dengan film tersebut.

Kegiatan *Fan Event* dan *Fan Meeting* mendapat perhatian luas di media sosial, sebagian besar disebabkan oleh kontribusi dari *social influencer*. Para *Social influencer* memanfaatkan media sosial pribadinya untuk membuat konten, termasuk aktivitas sehari-hari yang diunggah di media sosial. Dalam konteks ini, sejumlah konten yang berkaitan dengan promosi film “Deadpool and Wolverine” menunjukkan adanya kolaborasi antara para *influencer* dengan pihak produksi film. Sebagai contoh, *content creator* TikTok bernama Elijah yang menghadiri *fan event* di Britania Raya, videonya yang berisi kehadiran “Dogpool” dalam acara tersebut berhasil meraih 2,9 juta *likes* dan 4,7 ribu komentar (Itsonlyelii, 2024). Fenomena *social influencer* membantu *audiens* untuk menilai dan beropini mengenai suatu produk melalui sudut pandang konsumen yang lebih persuasif, dibandingkan dengan promosi langsung yang dilakukan oleh perusahaan (Kertanegara, 2023).

Fan Event di setiap negara melakukan berbagai aktivitas yang berbeda, di Seoul, Korea Selatan, *Fan Event* melibatkan kedua pemeran utama yaitu Ryan Reynolds dan Hugh Jackman bersama dengan produser film “Deadpool and Wolverine” Shawn Levy. Acara tersebut mencakup berbagai kegiatan *fan services* dan diakhiri dengan *Waterbomb Festival* (Bionic Buzz, 2024). Berbeda dengan acara di Korea Selatan, *Fan Event* yang diadakan di Berlin melibatkan pemeran “Deadpool dan Wolverine” seperti, Morena Baccarin, Jennifer Garner, Matthew Macfadyen, Emma Corrin, Brianna Hildebrand, dan lainnya. Kegiatan di Berlin terbatas pada aktivitas seperti *interview* singkat, *fan services*, dan *mini games* (FilmsNow Movie Bloopers & Extras, 2024).

Direct and Digital Marketing

Menurut Stokes (2011) dikutip dari (Khairunnisa, 2022), pemasaran digital menggunakan media internet sebagai media interaktif untuk menyebarluaskan suatu produk. *Direct and Digital Marketing* memainkan peran penting dalam promosi film “Deadpool and Wolverine”, karena kompleksitas strategi pemasaran digital yang diterapkan sangat bergantung pada pencapaian tujuan jangka panjang (Nurhafiah, 2024). Marvel Studios, LLC menerapkan ide baru yang *fresh* pada *platform* media sosial. Pada strategi *Direct and Digital Marketing*, pemanfaatan teknologi komunikasi *platform* media sosial seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube menjadi kunci utama dalam proses promosi film. Marvel Studios, LLC memanfaatkan aspek promosi film “Deadpool and Wolverine” sebagai sarana untuk mendapatkan pengaruh yang besar. *Platform* media sosial memiliki pola tersendiri dalam menampilkan suatu fenomena atau mempromosikan suatu produk, seperti TikTok yang berupa *short video*, *memes*, atau *bloopers* yang dibagikan untuk dapat meng-*influence* orang lain agar tertarik menonton film tersebut (Marvel Entertainment, 2024). Tidak hanya TikTok, YouTube dan X memiliki cara baru untuk menangkap respon *audiens* seperti “klik-tayang” dalam mode penelusuran yang diarahkan pada tujuan terutama film “Deadpool and Wolverine”, *audiens* dapat menyaksikan cuplikan *trailer* hingga *behind the scene* selama masa produksi (Wahab, 2020).

Pada film “Deadpool and Wolverine” terdapat satu adegan di mana karakter “Deadpool” melakukan *dance*, hal tersebut membuka kesempatan untuk kegiatan promosi bagi Marvel Studios, LLC. Pencipta *choreography dance* tersebut mengunggah gerakan dance di akun TikTok pribadinya, fenomena tersebut seketika meng-*influence* pengguna TikTok untuk melakukan hal serupa dengan tagar #Deadpool Dance di seluruh dunia, hingga saat ini tagar tersebut memperoleh sebanyak 13.3 ribu postingan, (TikTok #DeadpoolDance, 2024). Selain bentuk-bentuk promosi yang dilakukan di TikTok, Marvel Studios, LLC juga menggerakkan *platform* X dan Instagram. Dapat dilihat dari interaksi antara para casting film “Deadpool and Wolverine” dengan *audiens*, keduanya berinteraksi dengan saling membalas cuitan X atau komentar instagram sesuai dengan karakter para pemeran sebagai bentuk *fan service* (Vancityreynolds, 2024). Melalui tindakan tersebut akan memberikan *experience* bagi *audiens* seolah berinteraksi dengan karakter dari film Deadpool and Wolverine. Dengan bantuan cast film “Deadpool and Wolverine” hal tersebut dapat memberikan *feedback* positif untuk hubungan jangka panjang para penonton Marvel.



Gambar 6. Interaksi antara Ryan Reynolds dengan *audiens* di *platform* X
Sumber. Official X @VancityReynolds (2024)

SIMPULAN

Penelitian ini membahas strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh Kotler dan Armstrong yang diterapkan oleh Marvel Studios, LCC dalam upaya untuk memulihkan citra, menjaga loyalitas konsumen, dan meningkatkan profitnya dalam industri film global. Upaya tersebut dilakukan pada proses promosi film terbarunya yaitu “Deadpool and Wolverine”, dengan mengimplementasikan lima dimensi konsep IMC mulai dari *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relation*, hingga *Direct and Digital Marketing*, pada setiap bentuk promosi film “Deadpool and Wolverine”. Strategi ini tidak hanya berhasil meningkatkan profitabilitas Marvel Studios, LCC sebesar 1,334 miliar USD, tetapi juga berperan penting dalam memperbaiki citra positif Marvel Studios, LCC ditengah tantangan yang ada. Selain itu berdasarkan data dari berbagai *platform* media sosial dan aktivitas promosi lainnya, strategi ini berhasil meningkatkan antusiasme *audiens* global secara signifikan. Keunikan dalam proses penerapan strategi terletak pada inovasi dan komprehensivitas di setiap dimensi yang digunakan Marvel Studios, LLC secara optimal memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X untuk menjangkau *audiens* global secara

luas. Selain mendistribusikan berbagai bentuk promosi, tren seperti #DeadpoolDance di TikTok yang berhasil meraih 13.3 ribu penayangan, hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat keterlibatan *audiens* secara aktif dalam promosi film “Deadpool and Wolverine”. Diperoleh kesimpulan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Marvel Studios, LLC pada promosi film “Deadpool and Wolverine” terbukti efektif dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak
- Bionic Buzz [@Bionic Buzz]. (2024, July 06). Deadpool & Wolverine Fan Event and Water Bomb Festival in Seoul Korea. [YouTube] Retrieved Online September 13, 2024, from <https://youtu.be/JqfSYTgPKts?si=hPkHQEpbiJ9eAmK3>
- Bloomberg (n.d.). Marvel Studios, LLC Company Profile. Retrieved October 13, 2024 from <https://www.bloomberg.com/profile/company/MVL:US>
- Box Office Mojo. (2019). Avengers: EndGame. Retrieved September 02, 2024, from https://www.boxofficemojo.com/title/tt4154796/?ref=bo_ser1
- Box Office Mojo. (2024). 2024 Worldwide Box Office. Retrieved September 02, 2024, from https://www.boxofficemojo.com/year/world/?ref=bo_nb_csw_tab
- Branston, Gill dan Roy Stafford. (2003). *The Media Student's Book* London: Routledge.
- BuzzFeed Celeb [@BuzzFeed Celeb]. (2024, July 27). Ryan Reynolds and Hugh Jackman: The Puppy Interview. [YouTube] Retrieved Online September 12, 2024, from https://youtu.be/ca6-AbCD_WY?si=n6GURrVv5YGHrEoM
- Cinema.21 [@Cinema.21]. (2024, July 23). Cup dan Topper Deadpool & Wolverine. [Instagram] Retrieved Online September 12, 2024, from <https://www.instagram.com/p/C9wZRB0PoZc/?igsh=MXQ0enk5NHI2aXBzOQ==>
- Cinema.21 [@Cinema.21]. (2024, July 30). Giveaway Exclusive Merchandise Deadpool & Wolverine. [Instagram] Retrieved Online September 13, 2024, from https://www.instagram.com/p/C-C8qWTPYLn/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- Cinema.21 [@Cinema.21]. (2024, August 06). Buy 1 Get 1 Ticket menggunakan Aplikasi M-tix dan Kartu Kredit OCB. [Instagram] Retrieved Online September 13, 2024, from https://www.instagram.com/p/C-UOr_Wp4d9/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==
- Cinema.21 [@Cinema.21]. (2024, July 29). Borong sekarang di XXI, persediaan makin menipis! [TikTok] Retrieved Online September 13, 2024, from <https://vt.tiktok.com/ZS6GgatDh/>
- CNN Indonesia. (2023). Kritikus Film Terbelah Nilai The Marvels Soroti Ide Segar Cerita. Retrieved September 02, 2024, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20231109124029-220-1021949/kritikus-film-terbelah-nilai-the-marvels-soroti-ide-segar-cerita>
- Deadpool Updates [@DeadpoolUpdate]. (2024, June 30). A Giant Deadpool Statue has been Unveiled in Harbour City, Hongkong. [X] Retrieved Online September 12, 2024, from https://x.com/DeadpoolUpdate/status/1807104590136905936?t=FcxTuzzRL1_Cusx5GflxJQ&s=19
- Deadpool Updates [@DeadpoolUpdate]. (2024, July 02). 'DEADPOOL & WOLVERINE' has taken over Times Square with a new promotional billboard!. [X] Retrieved Online September 12, 2024, from <https://x.com/DeadpoolUpdate/status/1807837139964440684?t=o-RXdx3v3qj4Nx7vel-zQ&s=19>
- Deadpool Updates [@DeadpoolUpdate]. (2024, July 04). Life-Size Deadpool & Wolverine Statues are on Display at The New York City Center in Rio de Janeiro. [X] Retrieved Online September 12, 2024, from <https://x.com/DeadpoolUpdate/status/1808597026134970705?t=hOFMD6q1NBjILCwJpaHrTw&s=19>
- Dinç, İ. D. (2023). Animation & visual effects technologies influence on global production trends & digitalization of cinema from 1990 to 2020. *Journal of Arts*, 83-96.
- Disney D23. (2024). Marvel Entertainment. Retrieved September 12, 2024, from https://d23-com.translate.google/a-to-z/marvel-entertainment/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=id&x_tr_pto=sge#:~:text=Akuisisi%20tersebut%20Diselaikan%20pada%2031,Captain%20America:%20The%20First%20Avenger%20
- Empire. (2024). About Us. Retrieved September 12, 2024, from <https://www.empireonline.com/about-us/>
- FilmsNow Movie Bloopers & Extras [@FilmsNow Movie Bloopers & Extras]. (2024, July 08). DEADPOOL & WOLVERINE Berlin Fan Event | Ryan Reynolds, Hugh Jackman. [YouTube]. Retrieved Online September 12, 2024, from https://youtu.be/rAzKZnaibOs?si=HQ9I4Gn94cG_0RcX

- Goodstats. (2024). The Marvels Raih Pendapatan Terendah Sepanjang Sejarah MCU, Faktor Boikot Disney?. Retrieved Online January 25, 2024, from <https://goodstats.id/article/the-marvels-meraih-penonton-terendah-sepanjang-sejarah-mcu-faktor-boikot-disney-M02sR>
- Heritage Herald. (2024). Post-EndGame Marvel: The Problem with Being Too Mediocre. Retrieved Online January 24, 2024, from <https://heritageherald.com/2024/10/17/post-endgame-marvel-the-problem-with-being-too-mediocre/>
- Jason Poulton [@JasonPultonCFP]. (2024, July 30). This belongs in the city that rhymes with fun @VancityReynolds. [X]. Retrieved Online January 25, 2024, from https://x.com/JasonPultonCFP/status/1807122717940044078?t=y-A_eUMv3TK4o-WZbVnvQw&s=19
- Jimmy Kimmel [@Jimmy Kimmel Live]. (2024, July 25). Ryan Reynolds & Hugh Jackman Guest Host Jimmy Kimmel Live. [YouTube]. Retrieved Online September 12, 2024, from <https://youtu.be/CTXbOBxploQ?si=CFodahwK1Ow9O1CD>
- Kertanegara, R. (2023). The Role of Social Media Influencers in Brand Communication Strategy: Literature Review. MEDIASI, Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi, Vol. 4, No. 1
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, Vol. 05, No. 01
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). Principles of Marketing. *Global Edition, 14 Edition*, Pearson Education:204
- Littleton, C., & Wallenstein, A. (2018, November 8). Disney Unveils Moniker for Disney-Branded Streaming Service. Variety. Retrieved October 6, 2023, from <https://variety.com/2018/digital/news/disney-disney-streaming-service-launch-2019-1203023789/>
- Marvel Entertainment [@Marvel Entertainment]. (2024, April 22). Deadpool & Wolverine Official Trailer. [YouTube]. Retrieved Online September 12, 2024, from https://youtu.be/73_1biulkYk?si=xjakHdCaClrVnnBu
- Marvel Entertainment [@Marvel]. (2024, July 30). Deadpool and Wolverine Memes. [TikTok] Retrieved Online September 13, 2024, from <https://vt.tiktok.com/ZS2qs9jqW/>
- Maulana E. G., Martha, L. P., Kusumaningtias, I. T. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square dalam Menarik Minat Menonton di Tengah Maraknya Video Streaming. *Jurnal CommLine*, Vol. 02, No. 12
- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014) Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage, London.
- Motion Picture Association. (2019). A Comprehensive Analysis and Survey of The Theatrical and Home/Mobile Entertainment Market Environment for 2019. 2019. Retrieved Online January 02, 2025, from <https://www.motionpictures.org/research-docs/2019-theme-report/>
- Nurhafiah, S. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Netflix pada Film Gadis Kretek dalam Meningkatkan Minat Penonton. *Journal of Comprehensive Science*, Vol. 3. No. 5
- Panuju, Redi. (2019). Komunikasi Pemasaran, Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran Edisi Pertama. Jakarta: Kencana
- Pramesti, D. C. S., Siyami, N., Arini, A. (2023). Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial). *Jurnal Prospect STIE Rajawali*, Vol. 23, No. 3
- Putra, A. E. U., Juliarti, A., Wibowo, D. M., Ardham, F., Julianti, V. (2019). Studi Aktivitas Pemasaran Film Independen: Kasus di Indonesia. *Indonesia Business Review*, Vol. 02, No. 2
- Rahma, F. A. (2024). Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, Vol. 01, No. 02
- Spideyfilmz [@Spideyfilms]. (2024, July 17). This Movie has the best advertisement for real, can't wait to see it. [TikTok] Retrieved Online January 24, 2024 from <https://vt.tiktok.com/ZS6tBdrHN/>
- The Numbers. (2024). Box Office History for Marvel Studios Movies. Retrieved September 02, 2024, from <https://www.the-numbers.com/movies/production-company/Marvel-Studios>
- The Numbers. (2024). Deadpool & Wolverine 2024. Retrieved September 02, 2024, from [https://www.the-numbers.com/movie/Deadpool-and-Wolverine-\(2024\)#tab=summary](https://www.the-numbers.com/movie/Deadpool-and-Wolverine-(2024)#tab=summary)
- The Tonight Show Jimmy Fallon [@Fallon Tonight]. (2024, July 23). Ryan Reynolds Feels The Most Free when He's Playing Deadpool. [TikTok] Retrieved Online September 12, 2024, from <https://vt.tiktok.com/ZS2TvR9fe/>
- The Walt Disney Company. (2021). PART I. In Fiscal Year 2020 Annual Fiscal Year (p. 2). <https://thewaltdisneycompany.com/app/uploads/2021/01/2020-Annual-Report.pdf>
- TikTok [#DeadpoolDance]. (2024). Deadpool Dance Challenge. [TikTok] Retrieved Online September 13, 2024, from <https://vt.tiktok.com/ZS6GsKowe/>
- Ummah et al. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Promosi Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, Vol. 3 No. 1, 52-60.

- Vancity Reynolds [@Vancityreynolds]. (2024). Fan Event Deadpool and Wolverine in UK, Berlin, Toronto, Brazil, China, Korea. [Instagram] Retrieved Online January 24, 2024, from https://www.instagram.com/vancityreynolds?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzlxNw==
- Vancity Reynolds [@Vancityreynolds]. (2024). Easy now. Not necessary. Nobody likes a haunting, Especially this “Everyone” person you speak of. [X] Retrieved Online January 24, 2024, from <https://x.com/VancityReynolds/status/1857161536151699628?t=Q4sCWGYhoTZuwStKBz7grw&s=19>
- Wahab, A. (2020). Analisis Strategi Iklan di Media Sosial untuk Meningkatkan Efektifitas Penjualan. Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry, Vol. 03, No. 03

Pola Motivasi Intrinsik Kreator Konten Dalam Menggunakan Bahasa Inggris Pada Media Sosial

Content Creator's Intrinsic Motivation Pattern In Using English On Social Media

Rosyidah Jayanti Vijaya¹, Maria Nurharjanti¹, Netci Hesvindrati²

¹ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

² Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta

Universitas Amikom Yogyakarta, Jl. RingRoad Utara, Ngringin, Concat, Depok, Sleman, Yogyakarta

Surel: yanti_vijaya@amikom.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1541>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 06/01/2025

Direvisi: 26/01/2025

Publikasi: 31/01/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Motivasi Intrinsik,
Bahasa Inggris,
Media Sosial,
Personal Branding,
Kreator Konten.

Keywords:

*Intrinsic Motivation,
English Language,
Social Media,
Personal Branding,
Content Creator.*

ABSTRAK

Motivasi intrinsik berperan dalam keputusan kreator untuk menggunakan bahasa Inggris. Urgensi penelitian muncul karena sebagian kreator konten belum menyadari keberadaan motivasi intrinsik dalam diri yang mendorongnya menggunakan bahasa Inggris saat menyampaikan pesan dalam postingannya. Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengidentifikasi empat dimensi motivasi intrinsik (minat/kesenangan, kemampuan yang dirasakan, usaha, dan tekanan) kreator konten dalam menggunakan bahasa Inggris. Data dikumpulkan melalui sebaran kuesioner tertutup kepada 32 kreator konten yang tergabung dalam satu wadah website AllStars, berdomisili di Yogyakarta, menggunakan bahasa Inggris di sebagian kontennya, dan memiliki *engagement rate* >50%. Hasil analisis deskriptif menunjukkan adanya motivasi intrinsik yang ditemukan pada kreator konten dalam menggunakan bahasa Inggris saat mengirimkan pesannya. Hasil juga menunjukkan adanya nilai rata-rata yang menunjukkan keberadaan motivasi intrinsik para kreator konten dalam proses membuat kontennya. Hasil penelitian diharapkan berkontribusi kepada kesadaran diri terhadap motivasi intrinsik dan dapat membantu kreator membangun dan memelihara personal *branding* melalui konten media sosial berbahasa Inggris.

ABSTRACT

Intrinsic motivation plays a role in the creators' decision to use English. The urgency of this research arised because some content creators were unaware of the intrinsic motivations that drive them to use English when delivering messages. This quantiative study aims to identify content creators' four dimensions of intrinsic motivation (interest/enjoyment, perceived ability, effort, and pressure) in using English Data collection was conducted through a closed questions questionnaire disseminated to 32 creators who were scrapped from AllSyars website, used English in some of their postings, and had >50% engagement rate. The descriptive analyses results show content creators' intrinsic motivation in using English in conveying their messages. The results also indicate the average value of the intrinsic motivation during the content making process. The findings are expected to raise content creators' self-awareness of intrinsic motivation and help them build and nurture their personal branding on social media.

PENDAHULUAN

Kreator konten merupakan satu dari sekian peran di dunia digital yang menarik perhatian. Kreator konten merupakan fenomena nyata yang menghidupkan dunia digital (Oktavia & Angela, 2024). Namun, masih sedikit penelitian yang menyoroti kreator konten, seperti juga para artis visual dan manajer bisnis, walau penampakan mereka yang intens pada berbagai media sosial (Scheidt et al., 2020). Media sosial menjadi salah satu media yang mewadahi para kreator konten untuk melakukan eksplorasi diri dan menunjukkan eksistensi. (Hödl & Myrach, 2023a) mengatakan bahwa kreator konten menciptakan dan mengunggah konten ke platform media sosial. Berinteraksi secara online pun dilakukan untuk membangun dan memelihara *brand* personal dan profesional (Lan & Tung, 2024). Ditemukan fakta di lapangan bahwa melakukan *personal branding* melalui media sosial sudah menjadi fenomena tersendiri di Indonesia dengan tujuan mempromosikan diri agar menjadi bagian dari selebriti (Karenina & Luthfia, 2019). Pengguna media sosial membentuk hubungan satu sisi dengan kreator konten yang saling memengaruhi terhadap pemahaman mereka tentang rasa percaya (Lan & Tung, 2024). Menurut Kietzmann et al. (dalam Ferreira et al., 2022), platform media sosial memanfaatkan teknologi *mobile* dan yang berbasis web untuk menciptakan wadah yang memfasilitasi pengguna agar bisa berbagi, menciptakan, mendiskusikan, dan mengganti konten yang dihasilkan oleh sesama pengguna.

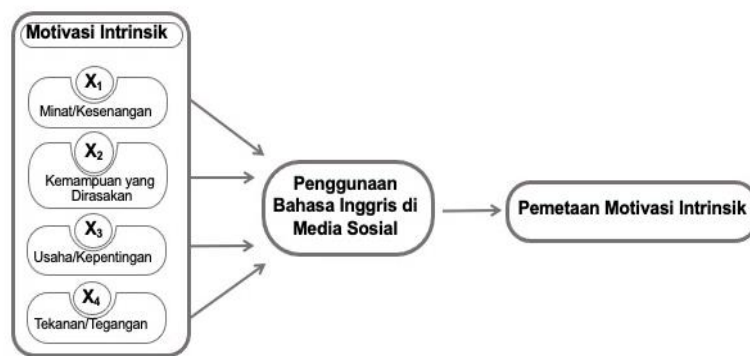
Dalam usahanya menarik *followers*, kreator konten memasukkan beberapa karakteristik penting dalam setiap unggahan mereka ke media sosial sebagai upaya membangun *personal branding*. Jacobson (dalam Ferreira et al., 2022) mengatakan bahwa proses kurasi konten tersebut membantu pengguna media sosial untuk membangun *personal brand* dengan “mengontrol dan mengklasifikasikan informasi yang bersifat pribadi dan menyediakan cerita lengkap agar orang lain mengerti dengan mudah identitas yang ditunjukkan.” Bahasa Inggris menjadi salah satu materi kurasi dan digunakan oleh kreator konten baik sekedar untuk menulis deskripsi postingan atau sebagai bahasa dalam menyampaikan pesan dalam bentuk video. Sebagian kreator konten menunjukkan adanya kepemilikan motivasi intrinsik untuk menggunakan bahasa Inggris dalam menyampaikan pesan saat mengunggah postingan di media sosial. Motivasi intrinsik yang menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu karena secara naluriah hal itu sudah ada dalam dirinya (Ibrahim, A.A., et al., 2023). (Shin et al., 2019) meyakini adanya hubungan yang positif di antara motivasi intrinsik dengan kinerja seseorang dalam pekerjaannya, (Shi et al., 2023) pun mengatakan bahwa mereka yang memiliki motivasi intrinsik yang tinggi cenderung untuk mencari tantangan dalam pekerjaan dan berkeinginan untuk melakukan pekerjaannya dengan lebih baik.

Namun, tidak semua kreator konten menyadari mengenai keberadaan motivasi intrinsik dalam diri mereka yang membuat mereka menggunakan bahasa Inggris saat mengunggah postingan pada media sosial mereka. Penggunaan bahasa Inggris sebagai media dalam membuat dan menyampaikan konten lebih digali dari sisi bagaimana proses tersebut meningkatkan keterampilan berbahasa, misalnya keterampilan berbicara (Amalia, 2022) atau menulis (Shahid et al., 2024). Ketidaksadaran itu juga yang menyebabkan sebagian kreator konten belum bisa memanfaatkan keberadaan motivasi intrinsik tersebut untuk memaksimalkan usaha dalam membangun dan memelihara *personal branding* di media sosial. Maka dari itu, urgensi penelitian ini muncul untuk membantu kreator konten menentukan langkah dalam memaksimalkan potensi motivasi intrinsik dalam menggunakan bahasa Inggris untuk membangun *personal branding* dan menjaga eksistensinya dari kepunahan karena kehilangan penikmat (*viewers*) ataupun pengikut (*followers*)nya.

Dengan merujuk pada uraian di atas, perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Motivasi intrinsik apa yang dimiliki oleh kreator konten dalam menggunakan bahasa Inggris?
2. Bagaimana kreator konten memandang hubungan motivasi intrinsik secara keseluruhan dalam menggunakan bahasa Inggris dengan eksistensi mereka sebagai kreator konten?

Motivasi intrinsik yang akan digali mencakup 4 dimensi dari Intrinsic Motivation Inventory (IMI) yang dikembangkan oleh McAuley dkk. dalam (Yin et al., 2021), yang secara luas digunakan sebagai alat untuk menilai berbagai aspek motivasi intrinsik. Empat dimensi yang umum dipakai tersebut adalah: 1) Minat/Kesenangan untuk mengukur pengalaman subyektif seseorang menemukan sesuatu yang menarik, dapat dinikmati, dan secara pribadi memuaskan; 2) Kemampuan yang Dirasakan untuk menilai persepsi seseorang terhadap kompetensi yang dimilikinya atau seberapa efektif kemampuannya untuk menyelesaikan sesuatu pekerjaan; 3) Usaha/Kepentingan menguji seberapa besar usaha yang dirasa telah dihabiskan untuk melakukan sesuatu dan tingkat kepentingan yang dirasakan untuk melakukan aktivitas tersebut; 4) dan Tekanan untuk mengukur sampai sejauh mana seseorang merasa tertekan selama melakukan suatu aktivitas. Untuk lebih jelasnya, berikut gambaran mengenai desain penelitian ini:



Gambar 1 Desain Penelitian

Walaupun telah banyak dilakukan penelitian mengenai motivasi intrinsik, dan penggunaan bahasa Inggris di media sosial, belum ditemukan penelitian yang serupa yang mengidentifikasi keberadaan motivasi intrinsik dalam menggunakan bahasa Inggris di sosial media. Kreator konten selama ini banyak disoroti dalam hal yang berhubungan dengan platform (Hödl & Myrach, 2023b; Oktavia & Angela, 2024), konten (Duffy, 2020; Ionescu et al., 2023), serta sikap dan kesadaran kreator konten terhadap fungsi mereka (Matamoros-Fernández et al., 2023; Lan & Tung, 2024). Penelitian ini dilakukan untuk mengisi *gap* tersebut dengan menganalisis motivasi intrinsik kreator konten dalam menggunakan bahasa Inggris saat berinteraksi melalui media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik merupakan penggerak seseorang untuk melakukan sesuatu dengan keinginannya sendiri, digerakkan oleh kepuasan pribadi untuk mencapai sesuatu walau tanpa imbalan. Dengan motivasi intrinsik, seseorang dapat melakukan sesuatu karena hal tersebut menyenangkan, menarik, atau memuaskan (Areepattamannil et al., 2023). Saat seseorang melakukan banyak hal termasuk yang disukainya, maka orang tersebut cenderung mengutamakan hal yang disukainya (Fishbach & Woolley, 2022). Motivasi intrinsik membantu seseorang dalam membangun ketahanan dan mendorong kreativitas seseorang dalam

mengerjakan sesuatu. Belakangan ini, motivasi intrinsik mendapat perhatian yang lebih luas saat para peneliti mulai menggali implikasi dari keberadaan motivasi intrinsik terhadap kinerja dan pembelajaran jangka panjang, terutama dalam konteks pembentukan otonomi dan kemandirian belajar. Motivasi intrinsik dalam menggunakan bahasa Inggris pun sudah menjadi perhatian utama dalam akuisisi bahasa karena orang yang menggunakan bahasa Inggris karena minatnya akan lebih berhasil menguasai bahasa Inggris dibandingkan mereka yang termotivasi karena faktor eksternal. Seseorang yang motivasi intrinsik cenderung berprestasi dalam lingkungan kampus, memiliki ketahanan yang lebih tinggi dalam menyelesaikan sesuatu, dan tumbuh dengan baik (Kotera et al., 2023).

Motivasi intrinsik pertama kali ditemukan oleh para psikolog di tahun 1970-an, membuahkan pemahaman yang lebih bermakna tentang bagaimana motivasi intrinsik mempengaruhi sikap dan proses pembelajaran antar bagian kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan pengembangan pribadi (Kácovský et al., 2023). Menurut Intrinsic Motivation Inventory atau IMI, motivasi intrinsik terbagi menjadi tujuh dimensi, dan penelitian ini berfokus pada 4 dimensi yaitu minat/kesenangan (*interest/enjoyment*) yang menilai ketertarikan dan kesenangan yang didapat dari suatu aktivitas, kompetensi yang dirasakan (*perceived competence*) yang mengukur seberapa efektif seseorang menyelesaikan tugas yang diberikan, tekanan/tegangan (*pressure/tension*) yang mengukur apakah seseorang mengalami tekanan untuk menyelesaikan sebuah tugas, dan usaha/kepentingan (*effort/importance*) mengukur bagaimana seseorang meningkatkan kebiasaan mereka dalam melakukan sesuatu (Kácovský et al., 2023).

Kreator Konten

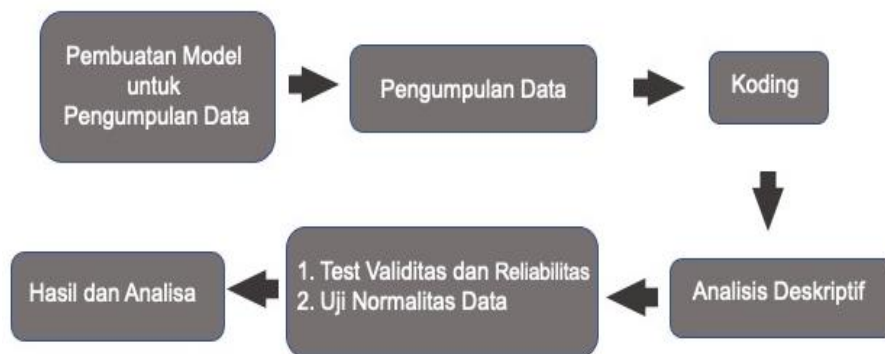
Kreator konten merupakan salah satu pekerjaan yang diburu oleh mereka yang bergerak di bidang *digital marketing* di era yang penuh dengan platform media sosial ini karena pendapatan yang menjanjikan. Akhir-akhir ini, para kreator konten mengumpulkan pendapatan yang mampu menopang hidup melalui platform seperti YouTube, TikTok, atau Instagram (Ionescu et al., 2023). Dalam menyiapkan kontennya, para kreator konten mempersiapkan kontennya dengan tujuan untuk mengundang banyak *viewers* dan *followers*. Bahasa Inggris oleh kreator konten menjadi salah satu daya tarik sekaligus tantangan tersendiri yang ditawarkan oleh sebagian kreator konten. Dalam lingkup ruang berbagai media sosial, para kreator konten berlomba untuk menggunakan berbagai alat bantu untuk menarik perhatian *viewers*-nya dan meningkatkan keterlibatan pengguna media sosial dalam kontennya (Stuppy et al., 2023). Kreator konten yang menggunakan bahasa Inggris untuk membangun hubungan personal dengan *viewer* dan *followers* memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan yang tidak menggunakan bahasa Inggris. Hubungan personal yang dibangun oleh kreator konten mampu membangun kepercayaan pengguna untuk menikmati konten yang disajikan (Lan & Tung, 2024).

METODE

Sebagai batasan masalah dalam penelitian ini, responden yang dilibatkan dalam pengumpulan data adalah kreator konten lokal non-selebriti. Khamis dkk dan Senft (dalam Jacobson, 2020) menyebutnya sebagai selebriti mikro. Teknik *purposive sampling* yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini berdasarkan 4 kriteria yaitu kreator konten berdomisili di Yogyakarta, ada dalam satu website AllStars, menggunakan bahasa Inggris pada sebagian atau lebih kontennya, dan memiliki tingkat interaksi (*engagement rate*) lebih dari 50%. Diawali dengan penyisiran kreator konten Yogyakarta yang memiliki tingkat

interaksi (*engagement rate*) di atas 50% melalui website All Star yang menyediakan informasi mengenai data kreator konten berupa nama, foto, alamat akun media sosial, jumlah pengikut (*followers*) dan *engagement rate*. Langkah selanjutnya adalah menyaring data untuk mendapatkan kreator konten yang pernah menggunakan bahasa Inggris pada sebagian postingan di akun media sosialnya.

Setelah daftar calon responden didapatkan, kuesioner motivasi intrinsik yang mengadopsi model Intrinsic Motivation Inventory (IMI) dan 4 pilihan jawaban yang disiapkan dalam bentuk Skala Likert mulai disebar. Test validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan keabsahan data yang akan digunakan. Gambar 2 di bawah memuat deskripsi mengenai alur penelitian:



Gambar 2 Alur Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk melihat nilai tengah masing-masing dimensi motivasi intrinsik sebagai variabel X dan frekuensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang berhubungan dengan keempat dimensi. Selain itu, uji normalitas data dilakukan untuk melihat penyebaran data.

Hasilnya diharapkan menggambarkan pola keempat dimensi motivasi intrinsik yang diteliti pada kreator konten. Sehingga, hasil penelitian bisa memberikan kontribusi untuk memaksimalkan dimensi yang menjadi potensi untuk membangun dan memelihara *personal branding* kreator konten. Aspek inti dari *personal branding* adalah keunikan nilai yang ditawarkan individu (Mulder & Delport, 2021), individu yang dimaksud dalam hal ini adalah kreator konten. (Gorbatov et al., 2024) mendefinisikan *personal branding* sebagai proses seseorang untuk menciptakan, memposisikan, dan memelihara kesan positif untuk ditunjukkan sebagai janji terhadap target audiensnya. Sehingga penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi informasi yang dibutuhkan oleh para kreator konten untuk lebih sadar terhadap keberadaan motivasi intrinsik dalam menggunakan bahasa Inggris saat bermedia sosial dan menjadikannya fitur unik dalam setiap kontennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Seluruh Variabel

Analisis deskriptif merupakan pendekatan statistik yang digunakan untuk merangkum dan mendeskripsikan karakteristik data. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran jelas dan ringkas mengenai data yang dikumpulkan, tanpa membuat inferensi atau generalisasi lebih lanjut (Render et al., 2012). Pada bagian ini akan diperlihatkan nilai rata-rata jawaban responden, uji validitas and reliabilitas, normalitas

Berdasarkan Tabel 4 di bawah, terlihat rata-rata jawaban seluruh responden pada seluruh variabel adalah 3 atau setuju. Tetapi untuk variabel PC dan PT rata-rata jawaban responden adalah tidak setuju. Untuk lebih detailnya akan disajikan pada tabel-tabel berikutnya.

Tabel 4. Rerata Jawaban Responden terhadap 5 Variabel

		Statistics				
		AVE_IE	AVE_PC	AVE_EI	AVE_PT	AVE_OM
N	Valid	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.44	2.81	3.25	2.66	3.09
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Mode		3	3	3	3	3
Minimum		2	2	2	1	2
Maximum		4	4	4	4	4

Berikut adalah detail jawaban responden pada setiap variabel. Pada tabel 5 di bawah, terlihat jawaban terhadap variabel Minat/Kesenangan (*Interest/Enjoyment*) di mana ada 16 orang setuju dan 15 orang sangat setuju. Artinya, 75,6% responden menunjukkan minat dan merasakan senang saat bersosial media menggunakan bahasa Inggris.

Tabel 5. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Minat/Kesenangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	3.1	3.1	3.1
	Setuju	16	50.0	50.0	53.1
	Sangat Setuju	15	46.9	46.9	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Pertanyaan pada variabel Kemampuan yang Dirasakan (*Perceived Competence*) menggambarkan tingkat kepercayaan diri responden terhadap kompetensinya dalam menggunakan bahasa Inggris saat membuat konten.

Tabel 6. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Kemampuan yang Dirasakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	34.4	34.4	34.4
	Setuju	16	50.0	50.0	84.4
	Sangat Setuju	5	15.6	15.6	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Tabel 6 di atas menunjukkan respon terhadap pertanyaan mengenai kemampuan yang dirasakan, dan 16 orang (50%) setuju dan 5 orang (15,6%) sangat setuju. Artinya, sebagian besar responden menyadari terhadap kompetensi yang dimiliki terkait dengan penggunaan bahasa Inggris saat membuat konten pada media sosial. Sebanyak 11 orang (34 %) menyatakan tidak setuju, dan hasil investigasi menunjukkan bahwa responden menggunakan bahasa Inggris untuk konten hanya sebatas berupa lagu/musik latar, penggunaan kata dalam status, atau *hashtag*, sehingga tidak menunjukkan kompetensi dalam penggunaan dalam bahasa Inggris.

Pada tabel berikutnya, terlihat gambaran jawaban responden terhadap pertanyaan terhadap variabel Usaha/Kepentingan (*Effort/Importance*) yang menanyakan tentang usaha keras yang dilakukan responden untuk meningkatkan keterampilan dalam berbahasa Inggris dan bagaimana pentingnya kualitas konten berbahasa Inggris yang mengarah pada kepuasan terhadap pencapaian pribadi, bukan karena harapan

terhadap hasil yang sepadan. Sebanyak 62,5% atau 20 orang setuju dan 31,3% atau 10 orang sangat setuju terhadap pernyataan pada variabel ini.

Tabel 7. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Usaha/Kepentingan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	6.3	6.3	6.3
	Setuju	20	62.5	62.5	68.8
	Sangat Setuju	10	31.3	31.3	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Frekuensi jawaban terhadap pertanyaan mengenai Tekanan/Ketegangan (*Pressure/Tension*) ditunjukkan oleh Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Tekanan/Tegangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	6.3	6.3	6.3
	Tidak Setuju	8	25.0	25.0	31.3
	Setuju	21	65.6	65.6	96.9
	Sangat Setuju	1	3.1	3.1	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Tabel 9. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Tekanan/Tegangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	4,9	6,3	6,3
	Tidak Setuju	8	19,5	25,0	31,3
	Setuju	21	51,2	65,6	96,9
	Sangat Setuju	1	2,4	3,1	100,0
	Total	32	78,0	100,0	
Missing	System	9	22,0		
Total		41	100,0		

Pada bagian ini, responden menunjukkan respon terhadap pertanyaan apakah mereka merasa tertekan, tegangan, atau cemas saat membuat konten berbahasa Inggris. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 21 (65,6%) orang menyatakan setuju dan 1 (3,1%) orang merespon sangat setuju. Data tersebut menunjukkan adanya motivasi intrinsik untuk melakukan yang terbaik saat membuat konten menggunakan bahasa Inggris.

Pengukuran terhadap Motivasi Secara Keseluruhan (*Overall Motivation*) yang ditunjukkan oleh Tabel 9 merupakan penambahan variabel yang ditujukan untuk menegaskan hasil yang didapat pada keempat variabel utama dalam hubungannya dengan *personal branding* yang dimiliki. Pada bagian ini, 21 orang (65,6%) menyatakan setuju dan 7 orang (21,9%) sangat setuju bahwa dengan menggunakan bahasa Inggris, mereka merasakan adanya peningkatan *personal branding* dan membuat mereka lebih menonjol dibanding kreator konten yang tidak menggunakan bahasa Inggris.

Tabel 9. Frekuensi Jawaban terhadap Variabel Motivasi Secara Keseluruhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	12.5	12.5	12.5
	Setuju	21	65.6	65.6	78.1
	Sangat Setuju	7	21.9	21.9	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen adalah proses untuk memastikan bahwa kuesioner sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan sejauh mana hasil yang diperoleh dari instrumen dapat mencerminkan konstruk atau konsep yang diinginkan secara akurat (Puspasari et al., n.d.) (Dunda, 2021). Asumsi dasar yang digunakan adalah 1) bila nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) $>0,6$, maka analisis faktor bisa diterima; 2) nilai p signifikan ($p < 0,05$) pada Bartlett's Test of Sphericity menunjukkan adanya korelasi antar item yang cukup untuk melakukan analisis faktor; 3) Eigenvalue pada Total Variance Explained >1 dianggap signifikan, dan; 4) umumnya nilai *loading item* pada faktor (*Loading Factors*) $>0,4$ atau $0,5$ dianggap signifikan.

Hasil faktor loading (*loading factor*) pada tabel 10 di bawah menggambarkan nilai muatan faktor $\geq 0,5$ kecuali pada variabel IE2 dan PT4; sehingga selanjutnya variabel yang tidak valid tersebut dihilangkan dari analisis.

Tabel 10. Loading Factor

Variabel	Faktor Loading
E1	0,668
E2	0,150
E3	0,767
E4	0,705
E5	0,546
PC1	0,770
PC2	0,891
PC3	0,735
PC4	0,650
PC5	0,814
EI1	0,754
EI2	0,686
EI3	0,607
EI4	0,833
EI5	0,620
PT1	0,744
PT2	0,724
PT3	0,673
PT4	0,321
PT5	0,857

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat tingkat kebebasan pengukuran bias atau kesalahan (Yusup, 2018) dan seberapa stabil serta konsisten instrumen pengukuran dalam mengukur konsep dengan menghitung *Cronbach Alpha Coefficient*. Alat ukur dinyatakan reliabel bila *Cronbach Alpha Coefficient* lebih besar dari $0,7$ atau $> 70\%$. Data pada Tabel 11 menunjukkan *Cronbach Alpha Coefficient* $> 0,7$ pada setiap variabel, sehingga indikator pertanyaan untuk semua variabel dinyatakan memiliki konsistensi yang baik dalam pengukuran variabel dan dapat digunakan untuk pengujian model selanjutnya.

Tabel 11. Tabel Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Status
EI	0,823	Reliabel
EI	0,840	Reliabel
EI	0,825	Reliabel
EI	0,829	Reliabel
EI	0,824	Reliabel
PC1	0,819	Reliabel
PC2	0,818	Reliabel
PC3	0,824	Reliabel
PC4	0,845	Reliabel
PC5	0,824	Reliabel
EI1	0,829	Reliabel
EI2	0,821	Reliabel
EI3	0,824	Reliabel
EI4	0,834	Reliabel
EI5	0,825	Reliabel
PT1	0,859	Reliabel
PT2	0,853	Reliabel
PT3	0,856	Reliabel
PT4	0,845	Reliabel
PT5	0,842	Reliabel
OM1	0,823	Reliabel
OM2	0,826	Reliabel
OM3	0,826	Reliabel
OM4	0,832	Reliabel
OM5	0,833	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024

Uji Normalitas

Dari 1.381 data yang didapat dengan cara *scrapping* website AllStars, hanya 58 yang memenuhi kategori. Selanjutnya dalam proses investigasi dan pengumpulan data, hanya didapatkan 32 sampel. Dengan jumlah data yang kecil ini, uji normalitas yang digunakan untuk melihat perbedaan median antara dua atau lebih sekelompok independen adalah uji Kruskal-Wallis karena data dianggap tidak memenuhi asumsi distribusi normal sehingga perlu digunakan uji nonparametrik yaitu uji Kruskal-Wallis (Fitri & Maryanti, 2022). Hasil uji normalitas menggunakan Kruskal-Wallis tersaji pada Tabel 11 di bawah menunjukkan nilai $P=0,200$, sehingga data dianggap normal karena nilai $P>0,05$.

Tabel 12. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.72552183
Most Extreme Differences	Absolute	0.044
	Positive	0.031
	Negative	-0.044
Test Statistic		0.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

SIMPULAN

Dari 1.381 kreator konten yang tercatat berdomisili di Yogyakarta, terdeteksi hanya 59 kreator konten yang memiliki engagement rate di atas 50% dan menggunakan bahasa Inggris dalam menciptakan konten. Responden (kreator konten) yang berhasil kami kumpulkan data sejumlah 32. Hasil analisis data terhadap frekuensi jawaban responden menunjukkan adanya pola motivasi intrinsik yang ditemukan pada kreator konten dalam menggunakan bahasa Inggris saat mengirimkan pesan melalui kontennya. Hasil analisis data juga menunjukkan adanya nilai rata-rata yang menunjukkan keberadaan motivasi intrinsik para kreator konten saat dalam proses membuat kontennya. Dari hasil olah data terhadap variabel Minat/Kesenangan (*Interest/Enjoyment*), ditemukan bahwa 96,9% responden menunjukkan minat dan merasakan senang saat bersosial media menggunakan bahasa Inggris. Terhadap variabel Kompetensi yang Dirasakan (*Perceived Competence*), (65,6%) dari responden menyadari terhadap kompetensi yang dimiliki terkait dengan penggunaan bahasa Inggris saat membuat konten pada media sosial. Hal ini terjadi karena 34,4% responden menggunakan bahasa Inggris untuk konten hanya sebatas berupa lagu/musik latar (*backsound*), penggunaan kata dalam status, atau *hashtag*, sehingga tidak menunjukkan kompetensi dalam penggunaan dalam bahasa Inggris. Untuk variabel Usaha/Kepentingan (*Effort/Importance*), 93,8% responden menyatakan melakukan usaha keras untuk meningkatkan keterampilan dalam berbahasa Inggris dan menyadari pentingnya kualitas konten berbahasa Inggris yang mengarah pada kepuasan terhadap pencapaian pribadi. Sedangkan terhadap variabel Tekanan/Ketegangan (*Pressure/Tension*), hanya 24,7% responden menyatakan merasa tertekan, tegang, atau cemas saat membuat konten berbahasa Inggris.

Hal ini menunjukkan adanya motivasi intrinsik untuk melakukan yang terbaik saat membuat konten menggunakan bahasa Inggris. Terakhir, hasil pengukuran terhadap variabel tambahan Motivasi Secara Keseluruhan (*Overall Motivation*) menunjukkan bahwa 87,5% responden merasakan adanya peningkatan *personal branding* dan membuat mereka lebih menonjol dibanding kreator konten yang tidak menggunakan bahasa Inggris.

Kendala yang dihadapi saat melakukan penelitian adalah pengumpulan data. *Scrapping* data dari internet dengan kata kunci yang dibutuhkan menghasilkan data yang tidak seratus persen sesuai dengan yang dibutuhkan. Informasi profil kreator konten yang tidak sesuai profil sebenarnya menjadi salah faktor penyebab ketidakakuratan data yang diperlukan. Beberapa kreator konten menggunakan data lokasi pada akun media

sosial yang berbeda dengan domisili sebenarnya. Hal lain yang menghambat adalah respon dari responden yang kurang terhadap proposal kuesioner yang dikirimkan. Hal ini dimungkinkan karena tidak tertarik mereka untuk terlibat dalam penelitian, tingkat kepercayaan yang belum terbangun antara peneliti dan responden, atau lalu lintas pesan yang padat sehingga tidak memungkinkan responden untuk menindaklanjuti pesan satu persatu. Hasil *scrapping* data dengan kata kunci yang ditentukan pun bisa jadi memengaruhi. *Engagement rate* dan penggunaan bahasa Inggris yang dimaksudkan dan terbaca oleh sistem termasuk lagu dan lirik lagu yang dipakai sebagai musik latar saja, kreator konten tidak menggunakan bahasa Inggris sebagai media komunikasi secara verbal. Beberapa hal di atas menjadi beberapa faktor yang menyebabkan kreator konten merasa kuesioner tersebut tidak pas dan kurangnya respon yang diharapkan.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menjangkau obyek dan wilayah yang lebih luas sehingga bisa di dapat jumlah data yang lebih memadai untuk diolah. Selain itu perlu disiapkan waktu dan teknik yang tepat dalam mengumpulkan data. *Scrapping* data pun diharapkan menggunakan kata kunci yang lebih tepat dan detail agar menghasilkan data yang lebih akurat untuk dikumpulkan dan diolah. Selain itu, perlu diberikan pemahaman kepada konten kreator untuk bisa bekerja sama dalam melakukan penelitian karena pastinya hasil penelitian ini akan bisa dimanfaatkan untuk menambah wawasan semua pihak yang terlibat. Bahasa Inggris adalah bahasa pergaulan internasional, sehingga penggunaan bahasa Inggris dalam konten sosial media membuat postingan kreator konten dapat dinikmati oleh pengguna sosial media yang lebih luas. Hal yang terjadi saat kita menikmati sajian kionten berbahasa Inggris yang disajikan oleh para konten kreator dari belahan bumi lain. Mengadakan pelatihan bahasa Inggris bagi para kreator konten juga menjadi salah satu jalan untuk meningkatkan kemampuan dalam penggunaan bahasa Inggris, membuat mereka lebih percaya diri, dan akhirnya diharapkan dapat meningkatkan personal branding para kreator konten pada sosial media.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini terlaksana atas dukungan program Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) 2024. Untuk itu, diucapkan terima kasih dan penghargaan kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Universitas Amikom Yogyakarta, dan semua pihak yang terlibat atas dukungan penuhnya dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmed Abdel-Al Ibrahim, K., Karimi, A. R., Abdelrasheed, N. S. G., & Shatalebi, V. (2023). Group dynamic assessment vs. computerized dynamic assessment: impacts on L2 listening development, L2 students' perfectionism, foreign language anxiety, and intrinsic motivation. *Language Testing in Asia*, 13(1), 1–29. <https://doi.org/10.1186/s40468-023-00245-1>
- Amalia, R. (2022). An Analysis of Indonesia Social Media Users Reaction on English Speaking Content Creator. *Journal on Education*, 4(3), 884–890. <https://doi.org/10.31004/joe.v4i3.421>
- Areepattamannil, S., Khurma, O. A., Ali, N., Al Hakmani, R., & Kadbey, H. (2023). Examining the relationship between science motivational beliefs and science achievement in Emirati early adolescents through the lens of self-determination theory. *Large-Scale Assessments in Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40536-023-00175-7>
- Duffy, B. E. (2020). Social Media Influencers. *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, July 2020, 1–4. <https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc219>
- Dunda, A. (2021). Upaya Meningkatkan Kemampuan Membaca Permulaan Melalui Media Gambar Pada Siswa Kelas I SDN 5 Bulango Selatan. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 1179. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1179-1184.2021>

- Ferreira, C., Robertson, J., & Reyneke, M. (2022). How Many Likes Are Good Enough? An Evaluation of Social Media Performance. *Journal of Internet Commerce*, 21(3), 341–363. <https://doi.org/10.1080/15332861.2021.1966724>
- Fishbach, A., & Woolley, K. (2022). The Structure of Intrinsic Motivation. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 9, 339–363. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012420-091122>
- Fitri, I., & Maryanti, Y. (2022). Pengaruh Metode Mendongeng Wayang Kulit Terhadap Keterampilan Menyimak Anak. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 6(2), 120–138. <https://doi.org/10.19109/ra.v6i2.15500>
- Gorbatov, S., Oostrom, J. K., & Khapova, S. N. (2024). Work does not speak for itself: examining the incremental validity of personal branding in predicting knowledge workers' employability. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 33(1), 40–53. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2023.2276533>
- Hödl, T., & Myrach, T. (2023a). Content Creators Between Platform Control and User Autonomy: The Role of Algorithms and Revenue Sharing. *Business and Information Systems Engineering*, 65(5), 497–519. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00808-9>
- Hödl, T., & Myrach, T. (2023b). Content Creators Between Platform Control and User Autonomy: The Role of Algorithms and Revenue Sharing. *Business and Information Systems Engineering*, 65(5), 497–519. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00808-9>
- Ionescu, S., Hannák, A., & Pagan, N. (2023). The role of luck in the success of social media influencers. *Applied Network Science*, 8(1). <https://doi.org/10.1007/s41109-023-00573-4>
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: social media managers' personal branding and "the future audience." *Journal of Product and Brand Management*, 29(6), 715–727. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Káčovský, P., Snětinová, M., Chvál, M., Houfková, J., & Koupilová, Z. (2023). Predictors of students' intrinsic motivation during practical work in physics. *International Journal of Science Education*, 45(10), 806–826. <https://doi.org/10.1080/09500693.2023.2175626>
- Karenina, & Luthfia, A. (2019). Youtuber personal branding content analysis. A study on indonesian youtuber "atta halilintar." *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(6), 3074–3080. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/66862019>
- Kotera, Y., Taylor, E., Fido, D., Williams, D., & Tsuda-McCaie, F. (2023). Motivation of UK graduate students in education: self-compassion moderates pathway from extrinsic motivation to intrinsic motivation. *Current Psychology*, 42(12), 10163–10176. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02301-6>
- Lan, D. H., & Tung, T. M. (2024). Exploring fake news awareness and trust in the age of social media among university student TikTok users. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2302216>
- Mulder, D., & Delpont, M. (2021). Tricky Two-Some: the Interplay Between Radio Personalities' Personal Online Identities and Online Personal Brands. *Communitas*, 26, 53–69. <https://doi.org/10.18820/24150525/Comm.v26.4>
- Oktavia, T., & Angela, S. (2024). Factors Influencing Content Creators' Choice of Social Media Platform. *Journal of System and Management Sciences*, 14(1), 15–26. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0102>
- Puspasari, H., Puspita, W., Farmasi Yarsi Pontianak, A., & Barat, K. (n.d.). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards Elections Health Supplements in Facing Covid-19. In *Jurnal Kesehatan* (Vol. 13, Issue 1). Online.
- Render, Barry., Stair, R. M., & Hanna, M. E. (2012). *Quantitative analysis for management*. Pearson Prentice Hall.
- Scheidt, S., Gelhard, C., & Henseler, J. (2020). Old Practice, but Young Research Field: A Systematic Bibliographic Review of Personal Branding. *Frontiers in Psychology*, 11(August). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01809>
- Shahid, M., Ahmad, B., & Khan, M. R. (2024). English Language Learners as Digital Content Creators: An Exploration of Social Networking on the Perceived Development of Language Skills. *Call-Ej*, 25(1), 46–63.
- Shi, W., Yang, J. F., Sun, T., Zeng, Y., & Cai, Z. (2023). Do people become more proactive at work as they grow older? Examining the mediating roles of intrinsic motivation, emotional exhaustion, and career aspiration. *Frontiers in Psychology*, 14(April), 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1154861>

- Shin, Y., Hur, W. M., Moon, T. W., & Lee, S. (2019). A motivational perspective on job insecurity: Relationships between job insecurity, intrinsic motivation, and performance and behavioral outcomes. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph16101812>
- Stuppy, A., Landwehr, J. R., & McGraw, A. P. (2023). The Art of Slowness: Slow Motion Enhances Consumer Evaluations by Increasing Processing Fluency. *Journal of Marketing Research*, 61(2), 185–203. <https://doi.org/10.1177/00222437231179187>
- Yin, J., Goh, T. T., Yang, B., & Xiaobin, Y. (2021). Conversation Technology With Micro-Learning: The Impact of Chatbot-Based Learning on Students' Learning Motivation and Performance. *Journal of Educational Computing Research*, 59(1), 154–177. <https://doi.org/10.1177/0735633120952067>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>

The Perceptions Of Novice EFL Teachers On Addressing Comprehension Issues In Students' Reading

Herman Resyadi¹, Nurfajriah Basri², Ferawaty Syam³

¹Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri BONE

²Fakultas Sastra, Universitas Sawerigading Makassar

³Jurusan Komunikasi, Politeknik Negeri Media Kreatif

Korespondensi: Jl. HOS Cokroaminoto, Watampone, Sulawesi Selatan, Indonesia

Surel: hermanresyadi24@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1545>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 09/01/2025

Direvisi: 26/01/2025

Publikasi: 31/1/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

ABSTRACT

The main concern of this research is to expose the Perceptions of Novice EFL Teachers on Addressing Comprehension Issues in Students' Reading in junior high school setting. The research objective is to figure out the strategies of novice EFL teachers use to help students overcome reading comprehension issues. Qualitative research used as the research method with the case study design, involving two novice EFL teachers with advanced level and fewer years of experiences. Interview was used as the main instrument of this research, and Interactive Model by Miles and Huberman was also used as the technique of data analysis. The findings of this research expose that the novice EFL teachers face challenges in addressing students reading comprehension issues due to limited experiences and training. Despite these obstacles, they adapt by using strategies like pre-reading activity and vocabulary support. This highlights the need for targeted professional development to better equip novice EFL teacher in supporting students' comprehension.

Keywords:

Novice EFL teachers;

Reading comprehension;

Reading strategies;

INTRODUCTION

Reading for EFL students is an essential skill in language learning, which provides access to develop vocabulary acquisition, grammar, and also cultural understanding. Through reading, students develop greater awareness of linguistic units and train core process for better language skills (Huetting & Pickering, 2019). Additionally, reading also offers contextualized language exposure that can assist in language development. Reading comprehension as one of the biggest skills in reading activity has a significant impact on academic success. Students who can understand complex texts in social studies for instance can increase students' academic achievement (Ozensoy, 2021). In EFL contexts, the reading comprehension skills become even more important. Some scholars report that reading proficiency and comprehension is one of the strongest predictors of academic success, particularly for EFL students (Bastung, 2014; Francisco & Madzaro, 2019; Yogurtcu, 2013).

However, in the actual fact, EFL students often face significant issues in reading comprehension, for instance lack of vocabulary limitations, cultural differences, and less understanding in contextual reading content. Vocabulary gaps make it challenging for students to grasp the meaning of sentences, particularly when they encounter unfamiliar idioms or technical terms (Hezam, et al, 2022). Cultural differences can further complicate comprehension, as texts may contain references or assumptions that are specific to native speakers' backgrounds, which EFL learners may not share (Erten & Razi, 2009). Hence, without proper English skill, students may struggle to understand the content of the text, which may lead to misinterpretations of the text.

Teachers as the educator and instructor play important role in managing students through better reading comprehension, especially in EFL context where language barriers are higher. Recently, Indonesia has seen a significant increase in the number of novice EFL teachers due to the growing demand for English proficiency. Novice EFL teachers are educators who are relatively new to teaching English as a Foreign Language and are still developing their skills and approaches. These teachers often bring enthusiasm and fresh perspectives to the classroom, but their limited experience can make managing diverse learning needs challenging (Amin & Rahimi, 2018). Unlike experienced teachers, novices are still exploring instructional techniques and learning how to adapt materials to their students' language levels. They frequently rely on trial and error to find effective strategies, making their classroom experiences both rewarding and demanding as they navigate through this critical early stage in their careers (Li & De Costa, 2018). Another challenges related to self-efficacy, teaching ability, classroom management, and lack of resources also a significant problem (Lomi & Mbato, 2020). Despite this increase, limited research has examined the specific strategies and perception of novice EFL teachers in managing reading comprehension issues.

Addressing reading comprehension issues can be especially challenging for novice EFL teachers due to their limited experience and training. Without a well-developed repertoire of strategies, novice teachers may struggle to identify the underlying causes of comprehension difficulties, such as gaps in vocabulary or cultural knowledge, and may lack the confidence to modify lessons on the spot. Additionally, many new teachers may not have received in-depth training on how to support students with varied reading levels, leaving them uncertain about the best ways to help struggling readers. This can lead to frustration for both teachers and students, underlining the need for targeted support and professional development for novice educators in EFL settings. Therefore, this research focused on a single research question "What strategies do novice EFL

teachers use to help students overcome reading comprehension issues?”. Understanding how novice EFL teachers perceive and address comprehension issues is vital for supporting both teachers and students. This research will expose the understanding of how novice EFL teacher use strategies to help students overcome reading comprehension issues and the specific challenges that students face in reading comprehension.

REVIEW OF LITERATURE

Reading Comprehension

Reading comprehension can be defined as the process of constructing meaning from text by assimilating cognitive skills and prior knowledge. It is also considered an essential skill for language learning especially reading, it assists learners to understand and engage with written materials effectively. In the context of English as a Foreign Language (EFL), reading comprehension plays a crucial role in academic success, as it allows students to access knowledge across disciplines and improve their language proficiency. Several factors influence reading comprehension, including vocabulary knowledge, background knowledge, and reading strategies. Vocabulary knowledge is often cited as the most critical determinant of reading success, as limited vocabulary hinders students' ability to understand texts. As stated by Sulistiyaningsih, Ardianingsih, and Mardayanti (2023), mastering a large amount of vocabulary is the main and most important thing to understand English learning materials. As reported by Kusumawati, Puspitasari, & Rahayu (2024) the implementation of the SQ4R method is effective to improve students' reading comprehension.

In the context of reading comprehension, EFL students often face difficulty interpreting cultural references, idiomatic expressions, and context-specific meanings, which can lead to misinterpretations or confusion. This highlights the need for culturally relevant materials and pre-reading activities to build background knowledge. To address comprehension issues, researchers suggest integrating explicit reading strategy instruction and scaffolding techniques into the curriculum. Encouraging extensive reading of varied and level-appropriate materials has also been shown to improve vocabulary acquisition and comprehension skills. Teachers can further support students by using pre-reading activities, such as activating prior knowledge, and post-reading discussions to reinforce understanding. By implementing these strategies, educators can help EFL learners develop stronger reading comprehension skills and greater confidence in engaging with texts.

Reading comprehension issues often stem from limited vocabulary and language proficiency, particularly in EFL learners. A lack of sufficient vocabulary knowledge hinders students' ability to decode and understand text effectively, as they struggle with unfamiliar words and complex sentence structures. Additionally, grammatical complexity in texts can pose challenges, especially for learners with lower proficiency levels, further limiting their comprehension. Addressing these foundational language gaps is critical for improving overall reading comprehension. This is in line with research by Alotaibi (2022) who revealed vocabulary limitations and difficulties in understanding the meaning of texts negatively impact on learners' reading comprehension ability. Likewise, the research results from Hezam, Ali, Imtiaz, Saifi, and Islam (2022) found that EFL Arabic students face problems in reading comprehension caused by a lack of vocabulary and grammar knowledge thus hindering their ability to comprehend texts effectively.

Student motivation and confidence also significantly influence reading comprehension. Learners who lack confidence in their reading skills may avoid engaging with texts, which negatively impacts their progress.

Moreover, reading anxiety, often fueled by challenging materials or fear of failure, can reduce students' willingness to engage in the reading process. Educators must create supportive environments and use strategies to boost motivation, such as incorporating engaging texts and celebrating small achievements, to address these affective barriers. The above statement is supported by Rozaini and Anti's (2017) research which states that learning motivation and student confidence have a positive and significant effect on learning achievement. Although not specifically discussing reading comprehension, the learning achievement in question covers various aspects, including the ability to understand text.

Novice EFL Teachers

Novice EFL teachers can be defined as a teacher who are in the early stages of their teaching careers, especially in teaching environment on public school, they are typically with less than three years of classroom experience. These teachers are often transitioning from formal teacher training programs to real-world teaching environments, where they must apply theoretical knowledge to practical situations. As newcomers to the profession, they bring enthusiasm and fresh perspectives but may lack the confidence and expertise required to handle complex classroom dynamics effectively (Akcór & Savasci, 2020). Despite their enthusiasm, novice EFL teachers often face a range of challenges that can hinder their effectiveness. They may struggle with managing diverse student needs, creating engaging lesson plans, and adapting instructional materials to different proficiency levels. Classroom management can be particularly demanding, as these teachers may lack the experience to handle behavioral issues or maintain discipline effectively. Moreover, the pressures of meeting institutional expectations and navigating unfamiliar work environments can impact their confidence and professional growth. This relates to the results of research by Amin dan Rahimi (2018) & Salehi and Farajnezhad (2020) which found that there are pressure from institution to novice EFL teacher about the work and performance.

The transition from training to practice highlights the importance of effective pre-service education and ongoing mentorship. While teacher training programs provide foundational knowledge of pedagogical principles, many novice teachers feel underprepared for the realities of the classroom. Mentorship from experienced colleagues can play a crucial role in bridging this gap, offering guidance on instructional strategies, curriculum adaptation, and student engagement. Structured mentorship programs not only help novice teachers build confidence but also foster a culture of collaborative professional development. A model of teacher professional development that involves various parties, including novice and experienced teachers, in a constructivist and collaborative framework can improve teachers' abilities and foster self-confidence (Sumardjoko, 2018).

METHOD

This study employed a qualitative research method with a case study design to explore the perceptions and strategies of novice EFL teachers in addressing students' reading comprehension issues. The research setting was in the junior high school context, the students proficiency level in pre-intermediate, and the socio cultural setting where English as foreign language. The research involved two novice EFL teachers selected through purposive sampling to ensure participants had relevant teaching experience and familiarity with the study context. The participants were in advanced level and fewer teaching experience. Data were collected using semi-structured interviews, allowing flexibility to probe deeper into the teachers' experiences and

insights. In collecting the data, researchers spent 30 minutes for each participants and several specific questions about reading comprehension. To address the validity and reliability, the researchers did the observation and verified the participants by member checking. The data analysis followed Miles and Huberman's interactive model, which using data reduction, data display, and conclusion drawing/verification to identify patterns in the novice EFL teachers' responses.

FINDINGS AND DISCUSSION

1. Common reading comprehension issues among EFL students

Extract 1

Teacher A:

"there a lot of students who have limited vocabulary."

"..when they find unfamiliar words, they stop reading and get confused"

"They tend to translate words by words..which leads to misunderstand the meaning"

Extract 2

Teacher B:

"The common problem is the students often do not know the meaning of the words".

Both novice EFL teachers identified significant challenges related to reading comprehension that their students commonly face. A primary issue highlighted by Teacher A is the limited vocabulary among students, particularly at the elementary and middle school levels. This deficiency leads to confusion when students encounter unfamiliar words, often causing them to stop or become perplexed, which ultimately hinders their overall understanding of the text.

Teacher A also noted that students frequently engage in word-by-word translation, a practice observed across various educational stages, from elementary to university. This method of translating each word individually disrupts their reading flow and prevents them from grasping the contextual meaning of sentences, leading to misunderstandings. Teacher B succinctly echoed these challenges by mentioning "less vocabulary" and "less understanding," emphasizing that these issues collectively contribute to a significant barrier in students' reading comprehension.

Overall, the responses indicate a clear need for targeted vocabulary instruction and the teaching of effective reading strategies that encourage contextual understanding, rather than reliance on literal translations. By addressing these foundational challenges, novice EFL teachers can better support their students in developing essential reading comprehension skills.

2. Adapting materials through comprehension issues

Extract 3

Teacher A:

"I always tend to see the students' ability and interest"

"..I always choose text with simple and understandable sentences"

"I try to use the relevant and interesting topic for their enthusiasm"

Extract 4

Teacher B:

"I often choose reading text with familiar vocabulary for my students"

In their responses regarding how they select or adapt reading materials to make them more comprehensible for students struggling with reading comprehension, both novice EFL teachers emphasized the importance of considering students' abilities and interests. Teacher A highlighted a thoughtful approach to choosing texts by selecting materials with simple language and easily understood sentences, particularly for

younger students with limited vocabulary. The inclusion of illustrations serves as a valuable aid to help students visualize the content.

Furthermore, Teacher A makes a conscious effort to choose topics that are relevant and engaging, tailoring selections based on the students' age group, such as using short stories about animals for elementary students and more relatable texts for high school or college students. To support students when using more complex materials, Teacher A prepares summaries and lists of key vocabulary to prevent overwhelming them and to ensure they can follow along. Teacher B, who teaches elementary school, also focuses on visual aids by providing texts with pictures and underlining challenging words to draw attention to them. Additionally, Teacher B employs read-aloud techniques, reading the text aloud with appropriate intonation to model proper pronunciation and comprehension. The integration of technology, such as using an LCD projector and resources like Read Aloud Asia, further enhances the reading experience by providing access to a variety of stories and engaging materials.

Overall, both teachers demonstrate a commitment to adapting reading materials in ways that make comprehension more accessible and enjoyable for their students, highlighting the significance of tailored instructional strategies in fostering reading development.

3. How to encourage students' engagement with comprehension issues

Extract 5

Teacher A:

"I encourage students to interact with text and using interactive approach to improve students' confidence"

"I often ask the students about the topic or keywords to connect them with the text"

"I involve them in discussion with simple question to which support them to think about the text"

Extract 6

Teacher B:

"I ask the students to read the reading text several times until they understand"

"If there is a difficult part of the text I will help them"

Both novice EFL teachers described effective strategies to encourage student engagement with texts and address difficulties in reading comprehension. Teacher A emphasized an interactive approach that aims to build students' confidence while fostering their active participation in reading. Before diving into a text, Teacher A prompts students with questions related to the topic or key vocabulary, helping them make connections to the content. During the reading process, Teacher A facilitates discussions by posing simple questions that encourage students to make predictions and think critically about the text, thus keeping them actively involved. Additionally, Teacher A teaches essential reading strategies such as skimming for main ideas and scanning for important details, while providing positive reinforcement for students' efforts to ensure they feel supported. If students still struggle, Teacher A offers summaries and key vocabulary assistance and encourages them to retell the story in their own words, making reading a more manageable and enjoyable experience.

In contrast, Teacher B adopts a more structured approach by implementing a method where students read aloud in turn, starting with individual sentences and gradually progressing to entire paragraphs. This step-by-step strategy allows each student to contribute to the reading process at their own pace, promoting a sense of ownership and involvement in the material. By giving every student a chance to participate, Teacher B

fosters a collaborative environment that can help mitigate anxiety associated with reading aloud while reinforcing comprehension through practice.

Together, these strategies reflect a commitment from both teachers to engage students actively and supportively in their reading journeys, highlighting the importance of both interactive discussions and structured reading practices in overcoming comprehension challenges.

4. Strategies to assist students understand difficult text

Extract 7

Teacher A:

"I divide the text into small parts so they can understand before move to next part"

"I also use list of vocabulary before starting the reading activity...."

"I also apply close reading and group discussion..."

"Lastly, I encourage them to make summary"

Extract 8

Teacher B:

"I make list of vocabulary for them"

"...then I ask the students to translate the vocabulary"

In their responses regarding the strategies, they employ to help students understand challenging texts, both novice EFL teachers outlined structured and interactive methods aimed at enhancing comprehension. Teacher A described a systematic approach by breaking down difficult texts into smaller, more manageable sections, allowing students to focus on understanding one part before moving on to the next. To prepare students for reading, Teacher A provides a list of important vocabulary and key concepts at the beginning of the lesson, ensuring that they are equipped with the necessary tools to tackle the material.

Additionally, Teacher A employs the technique of close reading, where students read slowly and take notes on main ideas or significant information within the text. This method not only promotes careful consideration of the content but also encourages deeper engagement. Collaborative group discussions further enhance understanding, as students can share their interpretations and assist each other in clarifying complex points. Finally, by encouraging students to create summaries or retell the content in their own words, Teacher A fosters a process of internalization that significantly aids comprehension.

On the other hand, Teacher B incorporates a more communal approach to reading by engaging in shared reading experiences with students. This strategy involves reading together and incorporating a question-and-answer segment to facilitate discussion and reinforce understanding. To make the reading experience more engaging, Teacher B also encourages students to predict what might happen in the next paragraph, which not only fosters excitement but also promotes critical thinking and anticipation. Together, these strategies reflect a strong commitment from both teachers to create supportive and interactive learning environments that help students navigate and comprehend challenging texts more effectively.

5. Assessing effectiveness of teachers' strategies for reading comprehension

Extract 9

Teacher A:

"I give some comprehensive questions after reading..."

"I ask them to make summary or retelling the text using their own words"

"I observe them in group discussion"

Extract 10

Teacher B:

"When they correctly answered the questions from the passage"

"When they are able to retell the story without reading the text"

In discussing how they assess the effectiveness of their strategies in improving students' reading comprehension, both novice EFL teachers emphasized various evaluative methods. Teacher A described a comprehensive approach that includes observing students' understanding through multiple assessment techniques. After reading activities, Teacher A often administers comprehension questions in the form of discussions or short quizzes to gauge students' ability to accurately answer questions and grasp the main ideas of the text. Additionally, Teacher A requires students to create summaries or retell the text in their own words, which allows for a deeper evaluation of their comprehension beyond rote memorization. The level of student participation during group discussions is also a critical indicator for Teacher A; increased engagement and willingness to contribute are viewed as signs of improved understanding. Finally, Teacher A tracks the progression of students' comprehension skills by comparing their performance on tasks or comprehension tests over time, looking for measurable improvements.

Conversely, Teacher B employs a more straightforward strategy by asking students to retell the story or answer specific questions related to the text. This method serves as an immediate indicator of comprehension, allowing Teacher B to assess whether students can articulate their understanding of the material effectively. Together, these approaches reflect both teachers' dedication to monitoring and enhancing students' reading comprehension skills through direct engagement and reflective practices, ensuring that their instructional strategies are tailored to meet the needs of their learners.

The responses from the two novice EFL teachers reveal common challenges and innovative strategies in addressing reading comprehension issues among students.

Identified Challenges

Both teachers identified limited vocabulary and the tendency to translate word-for-word as significant barriers to reading comprehension. Teacher A elaborated on how students often struggle when encountering unfamiliar words, which can lead to confusion and a lack of understanding of the overall text. This is particularly evident among younger learners, where vocabulary limitations can hinder their ability to grasp key concepts and ideas. Teacher B echoed this sentiment more succinctly, underscoring the direct impact of vocabulary deficits on students' comprehension skills. These insights indicate a pressing need for targeted vocabulary instruction and strategies that help students develop contextual understanding, rather than relying solely on translation. This is in line with the research from Jamali. Et.al (2021) which exposed that students who taught well in vocabulary can have better reading comprehension. Hence, the vocabulary and the reading comprehension has strong bond which both of two are supporting each other.

Instructional Strategies

To combat these challenges, both teachers employed tailored instructional strategies to enhance students' reading comprehension. Teacher A emphasized a structured approach by breaking texts into manageable segments, providing vocabulary lists, and employing close reading techniques. This method allows students to focus on understanding smaller parts of the text before integrating their understanding into the larger context. Additionally, Teacher A's incorporation of group discussions and summarization tasks fosters an interactive learning environment where students can collaborate and support each other in overcoming comprehension difficulties. This is supported with the research by Sun. et al (2021) reading strategies of all the four categories reading may have contribution to the reading text comprehension. So, it is highly needed a strategy for teaching reading to make sure that the students can have better comprehension.

On the other hand, Teacher B's approach centers on shared reading experiences and interactive predictions, which actively engage students in the learning process. By reading together and facilitating question-and-answer sessions, Teacher B creates a communal atmosphere that can help alleviate anxiety associated with reading aloud and encourages students to participate more fully. This method not only promotes engagement but also helps students practice articulating their thoughts about the text, reinforcing their comprehension skills. A finding from Banditvilai (2021) can support this finding by stating that the strategies in reading activity be important for students reading comprehension.

Assessment of Effectiveness

Both teachers demonstrated a clear commitment to evaluating the effectiveness of their strategies. Teacher A employed a multifaceted assessment approach that includes comprehension questions, summarization tasks, and tracking student participation in discussions. This reflective practice allows Teacher A to monitor progress over time and make necessary adjustments to instruction. Teacher B, while more direct in assessment, uses retelling and questioning to gauge students' understanding, which provides immediate feedback on comprehension. This is supported by the research from Oo, Magyar & Habok (2021) who found that teacher reflection on the instructional context of reading activity have an impact in raising students' comprehension in reading.

Overall, the insights gained from these interviews highlight the importance of recognizing common reading comprehension challenges faced by students and the necessity of implementing effective instructional strategies. By fostering an engaging and supportive learning environment, both teachers strive to enhance their students' reading skills, ultimately aiming to improve their overall comprehension. The responses underscore the need for ongoing professional development and collaboration among educators to share successful strategies and address the evolving needs of EFL learners. These insights can also inform future research and practices aimed at enhancing reading comprehension in diverse classroom settings.

CONCLUSION

In conclusion, novice EFL teachers employ a variety of effective strategies to help students overcome reading comprehension issues. The insights gained from the interviews reveal a focus on understanding the specific challenges that students face, such as limited vocabulary and the tendency to translate text literally, which often hinders comprehension. To address these challenges, the teachers implement structured approaches, including breaking texts into manageable segments, providing vocabulary support, and utilizing close reading techniques that encourage careful analysis of the text.

Furthermore, the integration of interactive and collaborative strategies, such as group discussions, shared reading experiences, and prediction exercises, enhances student engagement and facilitates a deeper understanding of the material. These strategies not only help students connect with the text but also promote a supportive classroom environment where they can learn from each other.

Assessment plays a crucial role in determining the effectiveness of these strategies, with both teachers utilizing various methods, such as comprehension questions and summarization tasks, to monitor student progress and adapt their instruction accordingly. Overall, the research highlights that novice EFL teachers are committed to employing diverse and adaptive strategies to foster reading comprehension, ultimately enhancing their students' reading skills and confidence in navigating complex texts. This exploration underscores the

importance of ongoing professional development and collaboration among educators to continuously refine and share effective practices in addressing reading comprehension challenges in the EFL context.

Future research should explore how the strategies mentioned vary by cultural context or teacher training, and whether longer teaching experience leads to different approaches to reading comprehension. Future research also suggested by involving a larger and more diverse sample of novice EFL teachers across different schools or regions to increase the generalizability of the research findings. Including years of experience could also help highlight how perceptions and strategies evolve overtime.

ACKNOWLEDGEMENT

We express our deepest gratitude to all parties who contributed to the successful completion of this article. This study was carried out independently, without financial support from any institution or funding body. We sincerely appreciate the collaboration and collective efforts among the authors from three esteemed institutions: Institut Agama Islam Negeri Bone, Universitas Sawerigading Makassar, and Politeknik Negeri Media Kreatif. Our teamwork and shared commitment have been instrumental in producing this scholarly work. Finally, we extend our heartfelt thanks to the editorial team of MEDIASI for the opportunity to publish our article in this journal.

REFERENCES

- Akcor, G., & Savasci, M. (2020). A Review of Challenges and Recommendations for Novice EFL Teachers in Turkey. *Novitas-ROYAL (Research on Youth and Language)*, 14(2), 16-37.
- Alotaibi, A. M. (2022). Reading Difficulties among EFL Learners in Saudi Arabia. *Online Submission*.
- Amin, M.Y.M., & Rahimi, A. (2018). Challenges faced by novice EFL teachers. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 5 (1)
- Banditvilai, C. (2020). The effectiveness of reading strategies on reading comprehension. *International Journal of Social Science and Humanity*, 10 (2) 46-50
- Bastug, M. (2014). The structural relationship of reading attitude, reading comprehension and academic achievement. *International Journal of Social Sciences and Education*, 4 (4) 931-946
- Erten, I. H., & Razi, S. (2009). The effects of cultural familiarity on reading comprehension. *Reading in a foreign language*, 21, (1), 60-77
- Francisco, L.D., & Madrazo, C.A. (2019). Reading habits, reading comprehension, and academic performance of grade V pupils. *Asian ESP*, 15 (2), 138-165
- Hezam, T.A., Ali, J.K.M., Imtiaz, S., Saifi, M.A., & Islam, M.R. (2022). Challenges and Problems of reading comprehension experienced by EFL learners. *Journal of English Studies in Arabia Felix*, 1 (2), 11-21
- Huettig, F., & Pickering, M.J. (2019). Literacy advantages beyond reading: Prediction of spoken language. *Trends in cognitive sciences*, 23 (6). 464-475
- Jamali Kivi, P. Namaziandost, E., Fakhri Alamdari E., Ryafikovna Saenko, N., Inga-Arias, M., Fuster-Guillen, D.,& Nasirin, C. (2021). The comparative effects of teacher versus peer-scaffolding on EFL learners' incidental vocabulary learning and reading comprehension: A socio-cultural perspective. *Journal of psycholinguistics research*, 50, 1031-1047
- Kusumawati, R., Puspitasari, I., & Rahayu, D. (2024, December). The Comparison between Using SQ4R and Jigsaw Techniques Toward the Students' Reading Comprehension. In *Proceeding of International Conference on Islamic Education and Science Development* (Vol. 2, No. 1, pp. 204-212).
- Li, W., & De Costa, P.I. (2018). Exploring novice EFL teachers' identity development: A case study of two EFL teachers in China. *Language teacher psychology*, 86-014
- Lomi, A. N. K., & Mbato, C. L. (2020). Struggles and strategies in constructing professional identity: The first-year teaching experiences of Indonesian EFL novice teachers. *Journal of English Education and Teaching*, 4(1), 1-19.
- Oo, T.Z., Magyar, A., & Habok, A. (2021) Effectiveness of the reflection-based reciprocal teaching approach for reading comprehension achievement in upper secondary school in Myanmar. *Asia Pacific Education Review*, 22 (4)

- Ozensoy, A.U. (2021). The effect of critical reading skill on academic success in social studies. *Eurasian Journal of Educational Research*, 93, 319-337
- Rozaini, N., & Anti, S. D. (2017). Pengaruh motivasi belajar dan kepercayaan diri siswa terhadap prestasi belajar. *Jurnal Niagawan*, 6(2), 1-6.
- Salehi, H., & Farajnezhad, Z. (2020). The challenges that novice EFL teachers deals with and the ways of coping with them. *Available at SSRN 3903122*.
- Sulistiyarningsih, R., & Ardianingsih, A. (2023). Analisis Pemahaman Bahasa Inggris: Pengantar Pembelajaran. *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, 3(3), 164-181.
- Sumardjoko, B. (2018). Model Pengembangan Profesi Guru Berbasis Konstruktivis-Kolaboratif. *Jawa Tengah: Sukoharjo*.
- Sun, Y., Wang, J., Dong, Y., Zheng, H., Yang, J., Zhao, Y., & Dong, W. (2021). The relationship Between reading strategy and reading comprehension: A meta-analysis. *Frontiers in psychology*, 12,
- Yogurtcu, K. (2013). The impact of self-efficacy perception on reading comprehension on academic achievement. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 70, 375-386

Representation Of The Turkish Government in Palestinian-Israel War News On Hürriyet.com: A Discourse Analysis

Raisa Alatas¹, Fathul Qorib²

¹Department of Communication Sciences, Kocaeli University, Türkiye

²Communication Department, University of Tribhuwana Tunggaladewi, Indonesia

Korespondensi: Kabaoğlu, Baki Komsuoğlu bulvarı No:515, Umutepe, 41001 İzmit/Kocaeli, Turki

Surel: raisaalatas.ra@gmail.com,

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i1.1566>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 22/1/2025

Direvisi: 29/1/2025

Publikasi: 31/1/2025

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Analisis Diskursus,
Hürriyet.com,
Palestine-Israel,
Pemerintah Turki,
Berita Perang

Keywords:

Discourse Analysis,
Hürriyet.com,
Palestine-Israel,
Turkish Government,
War News

ABSTRACT

This study analyzes the representation of the Turkish government in news published on Hürriyet.com during May 2024, following the Gaza events of 7 October 2023. Using Norman Fairclough's critical discourse analysis, the research examines text (micro), discursive practice (meso), and social practice (macro) dimensions. At the micro level, the study identifies the use of formal diplomatic terms like *güven mektubu* (letter of credentials) and *büyükelçi* (ambassador), as well as emotionally charged diction and complex sentence structures that blend formality with criticism of Israeli policies. At the meso level, the online platform facilitates broad information dissemination to shape public opinion and bolster Turkish diplomacy under Erdoğan's leadership. At the macro level, the coverage reveals a bias favoring Palestine and critiquing Israel, reflecting Türkiye's political stance. The findings highlight Hürriyet.com's role in portraying Türkiye as a supporter of human rights and international justice, reinforcing its positive image domestically and globally.

INTRODUCTION

October 7, 2023, the world witnessed another significant escalation in the long-simmering conflict between Palestine and Israel (Hirschfeld, 2024). This conflict, which has been going on for decades, has heated up again and created tensions involving various international parties. This war is not simply a dispute between two entities, but reflects geopolitical complexity involving many countries and interests (Bhattacharya, 2023).

Additionally, the general public on both sides was affected by this conflict. As a result of Israeli air strikes in Gaza, thousands of people had to flee their homes. An already severe humanitarian crisis continues to worsen, with many people lacking food, clean water, and essential medical services (Burgess & Morris-Grant, 2024; Farhat et al., 2023). In contrast, many countries in the Middle East and the international community condemned Israel's actions as a violation of international law and a disproportionate use of force. The Palestine-Israel war is an international and regional problem (Hokayem, 2023). Dynamic geopolitical processes influence international stability and global security. These developments in the Middle East could affect energy security, international trade and diplomatic relations between major countries (Bhattacharya, 2023).

Many Western media outlets, such as CNN, the BBC, and The New York Times, often highlight Israel's right to defend itself while also covering the humanitarian impact experienced by Palestinians (Wolfsfeld, 2018). They tend to provide a platform for voices from both sides, although they are often accused by some of favoring Israel.

During the First Intifada, the New York Times published nearly 16,000 articles about Israel and Palestine. Of them, approximately 40% mention Palestinian organizations or individuals, whereas approximately 93% mention Israeli organizations or individuals. The logistic regression analysis revealed that aggressive language was used in 11.9% of all references to Palestinians and just 5.9% of all mentions to Israelis. The first part of the period saw a marked increase in the usage of aggressive language when referring to Palestinians as opposed to Israelis. As the Intifada drew to an end, these figures grew somewhat closer. It is noteworthy that during this period, Israeli violence was notably higher than Palestinian violence, indicating that equality of metrics does not equate to equality of representation (Jackson, 2024).

In 15.7% of the Times reports, Palestinians were mentioned in the passive voice. However, reports stated that Israelis only used the passive voice 6.4% of the time. This indicates that over twice as many references to Palestinians as to Israelis were made in the passive voice by the Times. Those to Palestinians were not only more common in the passive voice, but they also tended to be more disparaging in tone, whereas those to Israelis were more objective. The rhetorical consequence of utilizing the passive voice is to minimize the guilt of Israeli aggressors in causing Palestinian misery by de-emphasizing or hiding those who are doing such bad actions against Palestinians (Jackson, 2024).

Turkish-Palestinian relations over the years have been characterized by solidarity with the Palestinian cause. Palestine has been under Turkish rule since the era of the Ottoman Empire, and Türkiye became the first country to recognize Israel after the emergence of the state of Israel in 1948 (Bayraktar, 2019). However, Türkiye also has strong historical ties with the Arab and Muslim world, and supports Palestinian rights. During this period, Turkish media took a different position in the narrative of the Israeli-Palestinian conflict; they criticize Israeli policies and sympathize with the Palestinians (Ovali, 2012).

Politically, the Turkish government, especially under the leadership of Recep Tayyip Erdoğan, has taken a more vocal and critical stance towards Israel (Ceylan, 2021). Erdoğan often voices his support for Palestine in international forums and uses this issue to strengthen his position at home and in the Islamic world. Independent and opposition media in Türkiye, meanwhile, while sharing sympathy with the Palestinians, have adopted a more critical approach to the government's handling of the issue, including the way Erdoğan has used the conflict for domestic political gain. This media also criticizes Türkiye's foreign policy which is considered inconsistent or opportunistic (Abumayyaleh, 2018).

Hürriyet.com, as one of Türkiye's largest newspapers and news portals, plays a significant role in shaping the public narrative about the Israeli-Palestinian conflict. In general, Hürriyet tends to have a more moderate approach compared to some pro-government media in Türkiye. Nevertheless, their political and editorial stances still influence how they cover international issues, including the Israeli-Palestinian conflict (FURMAN et al., 2019; Günaydın, 2017).

In its coverage of the conflict, Hürriyet.com usually emphasizes the humanitarian aspects of the crisis. Its news articles highlighted the civilian victims, especially Palestinian women and children, who suffered from Israeli military attacks (FURMAN et al., 2019; Günaydın, 2017). The images and video accompanying this article are designed to evoke sympathy and concern from readers. Such narratives are consistent with Turkish media's broader efforts to show solidarity with Palestinians and criticize Israeli military actions as disproportionate and a violation of human rights.

Reports on the Turkish government's response to the escalation of violence in Gaza may include official statements as well as analysis of how Türkiye's position in the conflict affects its relations with other countries, including the United States and European Union countries. This analysis often shows how Türkiye's support for Palestine strengthens its position as a leader in the Muslim world and helps find a way out of the ongoing conflict (Genc, 2019).

In a proceedings article written by Hülya Günaydın with the title "Türk Medyasında El-Aksa İntifadası" described in this study, Turkish researchers examine developments that could trigger a large-scale war in the Middle East, such as the Al-Aqsa Intifada. Considering the interests of the media and the media's relationship with state policies and government actions will be examined. In the formation of news and news discourse, the ideological attitude of the media and the reciprocal relationship it develops with politics is crucial in determining this.

Considering the coverage of the Al-Aqsa Intifada in Türkiye's leading media newspaper, Hürriyet, Cumhuriyet and this will be studied through the news offered. Yeni Şafak newspaper to its readers. In this study, the Turkish press reported that the news on the first page and foreign news pages of the newspapers Cumhuriyet, Hürriyet and Yeni Şafak was evaluated to convey it to the newspaper readers. While a positive editorial contribution to the news provides justification for the evaluation of a story, a negative editorial intervention makes the news negative. In the Turkish press in the 1 month period after the Al-Aqsa Intifada, that is the main aim of this research.

In the news sampled in this research, there is a relationship between ideology and news, based on Van Dijk's discourse analysis. Yeni Şafak newspaper, Hürriyet and Cumhuriyet newspapers display Palestinian resistance with religious motives, apart from showing Palestinian resistance with religious motives they mostly avoid using expressions that could cause identification. The three newspapers included in this research

population were published within a period of one month (28 September 2000 – 28 October 2000) (Günaydın, 2017).

The focus and methodology used in this article and previous research are very different. Hülya Günaydın concentrates on a specific time period and uses Van Dijk's discourse analysis to look at how three major newspapers reported the Al-Aqsa Intifada, with special attention to religious reasons and editorial interventions. The main focus of this research is the relationship between media ideology and politics in news making. Nevertheless, this article employs Fairclough's broader analysis temporally and methodologically, with particular emphasis on the representation of the Turkish government in the context of Palestinian-Israeli news on *Hürriyet.com*, an online platform. This method looks at how news texts are not only created but also consumed and distributed, taking into account the broader ideologies and power structures that influence and influence discursive practices.

One of the striking research gaps between these two studies is the difference in the media platforms used for analysis and the methodology used. While Hülya Günaydın's research places more emphasis on religious motifs in reporting, Fairclough's analysis will emphasize more on how government representation in online media is more dynamic and interacts in a digital context, while Fairclough's analysis uses CDA to understand government representation in older print media and uses more traditional discourse analysis. Therefore, this article will look at the representation of the Turkish government in reporting on the Israeli Palestinian war using Norman Fairclough's discourse analysis method.

REVIEW OF LITERATURE

The media's coverage of the Palestine-Israel conflict has evolved significantly with the advent of digital and social media platforms, leading traditional news organizations to adopt new communication tools for cost-effective and widespread coverage (Zahoor & Sadiq, 2021). Critical discourse studies have revealed media bias in major news outlets favoring Palestine as the victim over Israel, emphasizing the importance of understanding language in media discourses (Suwarno & Sahayu, 2020). Peace communication interventions, such as Israeli and Palestinian versions of Sesame Street, aim to mitigate negative inter-group attitudes and stereotypes through media targeted at children, highlighting the impact of media on socialization and political opinions (Warshel, 2021).

Through a variety of techniques impacted by elements including political affiliation, ownership structure, and ideological orientation, Turkish media plays a key role in influencing public opinion on conflicts like the Palestine war (FURMAN et al., 2019). Factors like as ownership structure, political pressure, legislation, mainstream news values, and market conditions significantly impact how news reports about disputes are framed, which can result in a tendency towards accusation, blame, and distrust of the 'other' side (Ersoy, 2016). Furthermore, the media plays a critical role in conflict situations because governments use it as a tool to sway public opinion and shape the conflict's narrative (Тарханова, 2023). The way that Turkish media covers conflicts goes beyond covering internal matters; it also uses propaganda tactics aimed at Arab nations to highlight foreign policy goals and strategic alliances (Çakir, 2022). The way that conflicts such as the Palestine War are portrayed in Turkish media is influenced by a complicated combination of ownership, political forces, and strategic communication goals.

Research interests in the Turkish government's media-portrayed stance in the Israel-Palestine conflict has been considerable. Under the AKP government, Türkiye has made several attempts to mediate and encourage peace initiatives between Israel and the Palestinians (Bozorgmehri & Hosseini, 2021). But following incidents like the 2008 Gaza War, the 2009 Davos incident, and the 2010 Mavi Marmara incident, tensions increased and a public political dispute with Israel resulted (Aviv, 2019). A normalization agreement was reached in June 2016 as a result of these tense relations, signaling a reevaluation of Türkiye's foreign policy stance. Türkiye has gained international backing for its opposition to Israel's activities by taking a posture that has been critical of Israeli policy, particularly with relation to the blockade of Gaza (FURMAN et al., 2019). The media has played a crucial role in shaping public perceptions of Türkiye's stance on the Palestine-Israel conflict, reflecting the complex dynamics of this geopolitical issue.

The methodological technique known as Critical Discourse Analysis (CDA), developed by Norman Fairclough, looks at texts to identify underlying power structures and social critiques (Fairclough, 2003). Fairclough's paradigm comprises three primary steps that aid in comprehending the construction and influence of discourse: text analysis, discourse practice, and sociocultural practice. Researchers can explore the connections between language, power, and society through CDA, demonstrating how texts both reflect and influence social realities. Since it provides a critical lens through which to examine media portrayals, political speeches, and cultural norms, Fairclough's approach is especially helpful in examining modern social and political communication. Scholars can gain a greater understanding of discourse creation and consumption in many contexts by using CDA to unearth hidden meanings, ideologies, and power structures inherent within texts (Fairclough, 1989, 1995, 2003; Widdowson, 2004).

The essential question of Norman Fairclough's research is how to connect the microtext with the larger community context. By fusing a legacy of textual analysis that always sees in a constrained space with a larger community context, Fairclough hopes to develop a discourse analysis model that adds to the social and cultural study. Fairclough is interested in how language users convey particular ideological beliefs. A detailed analysis is required in this instance. In a dialectical interaction with the social system, social and critical language is a form of activity. As a result, the study needs to be divided into the language that is generated and shaped by certain social settings and social connections (Fairclough, 1995, 2003).

METHOD

In this research, the main focus is to understand how Hürriyet.com depicts the actions and policies of the Turkish government regarding the events in Gaza that began on October 7, 2023 and how the news influences and reflects public perception as well as domestic and international politics. This study will use Norman Fairclough's discourse analysis approach. Norman Fairclough's CDA combines three dimensions of analysis: text, discursive practice and social practice (Fairclough, 1995, 2003). This approach allows us to understand how news texts are produced, distributed and consumed, and how they reflect and shape social and power structures (Fairclough, 1989). To achieve this goal, researchers will analyze five news articles published on Hürriyet.com during May 2024.

Table 1. Hürriyet.com Analysis Units

DATE	HEADLINE	LINK
13 May, 2024	Türkiye'nin BM Daimi Temsilcisi Yıldız: Gazze'de kan dökülmesini durduramamak kınanacak bir durum	https://www.hurriyet.com.tr/gundem/turkiyenin-bm-daimi-temsilcisi-yildiz-gazze-de-kan-dokulmesini-durduramamak-kinanacak-bir-durum-42461491
15 May, 2024	Dışişleri Bakanı Hakan Fidan: ABD kayıtsız şartsız İsrail'i destekliyor	https://www.hurriyet.com.tr/gundem/disisleri-bakani-hakan-fidan-abd-kayitsiz-sartsiz-israeli-destekliyor-42462495
22 May, 2024	Erdoğan'dan Netanyahu çağrısı: Artık dur denilmeli	https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogandan-netanyahu-cagrisi-artik-dur-denilmeli-42465583
24 May, 2024	Filistin'i tanıma kararından sonra İspanyol elçi Beştepe'de	https://www.hurriyet.com.tr/gundem/filistini-tanima-kararindan-sonra-ismanyol-elci-bestepe-de-42466734
24 May, 2018	Filistin sorunu ve Türkiye-İsrail ilişkileri	https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/oquz-celikkol/filistin-sorunu-ve-turkiye-israil-iliskileri-40846459

This research will use five news stories published by Hürriyet.com in May 2024 as the unit of analysis. These news stories were selected based on their relevance to the ongoing conflict in Gaza as well as the Turkish government's involvement or statements regarding the conflict. This sample selection aims to gain representative insight into how Hürriyet.com depicts the position and actions of the Turkish government in a certain time period that is quite specific and relevant to the peak of the conflict escalation.

FINDINGS AND DISCUSSION

This research aims to provide a comprehensive understanding of how Hürriyet.com represents the role of the Turkish government in the Palestinian-Israeli conflict, especially in the context of events in Gaza after 7 October 2023. Using Norman Fairclough's discourse analysis approach, this approach involves three main dimensions: analysis texts, discursive practice analysis, and social practice analysis (Fairclough, 2003). These three dimensions will be used to understand how the news on Hürriyet.com shapes and is influenced by broader structures of power and ideology.

Text: Micro Level Analysis

Critical discourse analysis according to Norman Fairclough involves three levels of analysis. In the initial stage, the focus will be on micro-level analysis which includes linguistic and textual elements in the discourse seen from the five news stories which are the unit of analysis in this article. In the news with the headline "*Filistin'i tanıma kararından sonra İspanyol elçi Beştepe'de*", this news uses official and diplomatic terms such as "*güven mektubu*" (letter of credentials), "*büyükelçi*" (ambassador), and "*tanıma kararı*" (recognition decision). The use of these terms indicates the formal and official nature of the event and emphasizes the importance of diplomacy and protocol in international relations. For example, "*güven mektubu*" indicates the trust and legitimacy accorded by the sending country to the receiving country, which is a common practice in diplomacy. The sentence structure in this text is long and complex, combining several clauses that are closely related to diplomacy and state protocol. For example, sentence:

"Cumhurbaşkanı Erdoğan, İspanya'nın Filistin devletini tanıyacağını açıklamasından bir gün sonra Beştepe'ye çıkan İspanya Büyükelçisi Sancho ile birlikte Brunei Büyükelçisi Noni Zurainah Haji ve Somali Büyükelçisi Fathudin Ali Muhammed'i kabul etti" (Hürriyet.com, 2024e).

"President Erdoğan received Spanish Ambassador Sancho, Brunei Ambassador Noni Zurainah Haji and Somali Ambassador Fathudin Ali Muhammed, who went to Beştepe one day after Spain announced that it would recognize the state of Palestine."

This sentence describes the sequence of events chronologically and reflects formality. Sentences like these show how the information was carefully structured to provide a clear and detailed picture of the diplomatic event. The language style used is formal and objective, in accordance with the official nature of the event and topic discussed. Phrases such as "*Büyük memnuniyet duyduğum*" and "*vicdanlı kararlarından dolayı liderlerini tebrik ediyoruz*" reflect appreciation and recognition of decisions taken by other countries, highlighting President Erdoğan's positive attitude and support. This creates a formal and respectful tone, which is appropriate to the diplomatic context.

In the next headline, "*Dışişleri Bakanı Hakan Fidan: ABD kayıtsız şartsız İsrail'i destekliyor*", this news uses very strong and political diction. Words such as "*kayıtsız şartsız*" (unconditional), "*destekliyor*" (support), "*soykırım*" (genocide), and "*katliam*" (massacre) are used to indicate the clear and strong position of the speaker, namely Foreign Minister Hakan Fidan. This choice of words provides a sharp critique of the United States' support for Israel and describes Israel's actions in Gaza in very negative terms.

The sentences in this news report are long and complex, reflecting an attempt to provide a detailed and in-depth explanation of the situation being discussed. For example, "*Gazze meselesinde şu anda ABD'nin askeri desteği olmadan İsrail'in bu denli cüret içerisinde soykırım yapması mümkün değil*" (Hürriyet.com, 2024b). This sentence explains the link between United States military support and Israel's actions in Gaza, showing how the United States is held responsible for Israel's courage in carrying out the actions it criticizes.

The main actors in this news are Hakan Fidan, the United States (especially his government), Israel, Hamas, as well as other countries such as Qatar and Egypt which are involved in the mediation process. Fidan is described as a figure who is firm and critical of the foreign policies of the United States and Israel. The United States is depicted as a strong supporter of Israel, while Israel is depicted as a perpetrator of genocide. Hamas is depicted as the party negotiating for the *ateşkes* (ceasefire).

The next news headline, "*Türkiye'nin BM Daimi Temsilcisi Yıldız: Gazze'de kan dökülmesini durduramamak kınanacak bir durum*", this news uses strong and emotional diction to describe the situation in Gaza and Türkiye's position. Words such as "*kan dökülmesi*" (bloodshed), "*insan eliyle ortaya çıkarılan kıtlık*" (human-caused hunger), "*utanç vericidir*" (shame), and "*kınanacak*" (must be condemned) express deep concern and condemnation of the situation in Gaza and Israel's actions. For example, sentences like:

"Bu tasarrufların kabulü, Filistin'in devlet olma yolunda önemli bir kilometre taşı olmanın yanı sıra Güvenlik Konseyi ile uluslararası toplumun kolektif sesi arasında büyüyen uçuruma da işaret etmektedir" (Hürriyet.com, 2024a).

"The adoption of this bill is not only an important milestone on Palestine's path to statehood, but also points to the growing gap between the Security Council and the collective voice of the international community."

The news piece in this sentence explains the important role of this resolution and its relationship to international dynamics. The main actors in this news are Büyükelçi Ahmet Yıldız, Israel, Palestine and various international bodies such as the UN and UNRWA. Yıldız is portrayed as a firm and pro-Palestinian spokesperson, while Israel is portrayed as the perpetrator of cruel and inhumane acts. The UN and other related bodies are portrayed as entities that are trying to overcome the crisis but are experiencing various challenges from dissenting countries.

The depiction of emotions in news texts makes it possible to explain the country's position. In the hürriyet.com news headline "*Erdoğan'dan Netanyahu çağrısı: Artık dur denilmeli*", this news text uses very strong and emotionally laden diction, especially in criticism of Israel. Words such as "*soykırım politikası*"

(genocidal politics), "*gözü dönmüş hükümeti*" (insane government), "*katliam*" (massacre), and "*zulüm*" (atrocities) are used to describe Israel's actions in Gaza. This diction not only reflects a critical position, but also confirms Türkiye's firm and tough stance towards Israeli policy.

Sentences such as "*Netanyahu ve gözü dönmüş hükümeti kendi vatandaşlarının güvenliğini tehlikeye atma mahalsına soykırım politikasına devam ediyor*" (Hürriyet.com, 2024c) emphasize the negative impact of Israeli policies on both Palestinians and Israelis themselves. The use of sentences like this shows how the complexity of the problem is presented in detail to provide a deep understanding to the reader.

The main actors in this news are President Erdoğan, Romanian Prime Minister Marcel Ciolacu, and the Israeli government led by Netanyahu. Erdoğan is described as a leader who is firm and vocal in criticizing policies. Netanyahu and his government are portrayed very negatively, in terms that describe their policies as inhumane and dangerous.

In the fifth news with the headline "*Filistin sorunu ve Türkiye-İsrail ilişkileri*", the text in this news uses words that reflect a critical and firm attitude towards Israeli policies, especially regarding the Palestinian issue. Phrases such as "*kendi vatandaşlarının güvenliğini tehlikeye atma mahalsına soykırım politikasına devam ediyor*" describe the harsh and condemnatory stance on the Turkish side towards Israel. In addition, the terms "*katliam*", "*zulüm*", and "*mezalim*" continue to be used as symbols to describe Israel's actions (Hürriyet.com, 2024d).

The sentence structure in this news includes a lot of information in one sentence as a form of conveying in-depth and argumentative views. For example, sentences discussing the long history of Türkiye-İsrail relations and the political dynamics influencing these relations are very informative and provide rich context. The actor representation depicted in this news depicts Türkiye as a party that is fair and supports peace, while Israel is depicted as an aggressive and uncooperative party. Erdoğan and the Turkish government are portrayed as protectors of Palestinian rights and staunch opponents of Israel's expansive policies. On the other hand, Netanyahu and the Israeli government are portrayed as those who carry out repressive and unjust actions against Palestinians. This depiction shows Türkiye's proactive stance in supporting Palestinian rights and condemning actions deemed unjust by Israel.

Through micro analysis of several examples of these news stories, we can see several general patterns and characteristics that reflect the use of language and discourse in political and diplomatic contexts. In all news examples, word choice is highly calculated to reflect the political position and subjective views of the author or news source. Terms such as "*güven mektubu*," "*soykırım*," "*katliam*," "*zulüm*," and "*kan dökülmesi*" are chosen to emphasize diplomatic formality or to evoke strong emotions about a particular situation. The choice of words not only describes events factually but also provides moral or political judgments. For example, the words "*soykırım*" and "*katliam*" carry very negative and accusatory connotations, while "*güven mektubu*" and "*büyük memnuniyet duydum*" carry positive and formal connotations.

The language style in news tends to be formal and objective, especially in a diplomatic context. However, in the context of political criticism or condemnation of other countries' actions, the language style becomes more emotional and firm. For example, news about Hakan Fidan's criticism of the United States' support for Israel uses strong and political diction. The depiction of actors in the news is very dependent on the context and objectives of the discourse. Actors such as President Erdoğan, Foreign Minister Hakan Fidan, and ambassadors are depicted as firm figures and have clear positions on certain issues. Meanwhile, other actors,

such as Israel and the United States, are often portrayed in a negative light when criticized for certain actions or policies. These depictions reflect the bias or political position of the news source and serve to shape readers' perceptions of those actors.

Discursive Practices: Meso Level Analysis

Meso Level Analysis (Discursive Practices) in critical discourse analysis according to Norman Fairclough focuses on how texts are produced, distributed and consumed in certain social and institutional contexts. This level of analysis digs deeper into the relationship between the text and its social context, including how the text reflects and influences power dynamics and ideology in society.

In the headline "*Filistin'i Tanıma Kararından Sonra İspanyol Elçi Beştepe'de*", the production of this news text is not only about conveying information, but also aims to build a positive image of Turkish diplomacy under Erdoğan's leadership. The choice to report on the Spanish ambassador's visit following the recognition of Palestine reflects an attempt to strengthen the narrative that Türkiye is the main supporter of Palestine on the international stage. This narrative was produced in a context where Türkiye wanted to assert its role as a regional leader and strong supporter of Palestinian rights, which could also increase domestic support for the government.

Distribution of this news via the online media platform *hürriyet.com* ensures that the news reaches a wide audience, both domestically and internationally. *Hürriyet.com* plays an important role in strengthening the message that the government wants to convey, by repeating and spreading the news to various levels of society. This distribution aims not only to inform but also to influence public opinion and shape perceptions about Türkiye's position on international issues.

The main audiences for this news text are Turkish citizens, the international community, and diplomatic officials. News consumption is aimed at domestic audiences which serves to strengthen support for Türkiye's foreign policy and Erdoğan's image as an active leader on the international stage. For the international community, this text confirms Türkiye's position in supporting Palestine and calls for international recognition of the country. The consumption of texts by diplomatic officials is also important, as these texts can be used as references in diplomatic relations and in understanding Turkish foreign policy.

The next headline is "*Dışişleri Bakanı Hakan Fidan: ABD Kayıtsız Şartsız İsrail'i Destekliyor*", the text of this news was produced by mass media which quoted a direct statement from Hakan Fidan in an interview with NTV. The production of this text not only aims to report the government's official statement, but also to emphasize Türkiye's critical stance towards United States foreign policy which supports Israel. The production of this text occurred in a political context in which the Turkish government wanted to demonstrate to the public that it actively opposes policies deemed detrimental to Palestinian interests and supports Palestinian rights at the international level.

This news was distributed through television news channels (NTV) and also through the online news platform *hürriyet.com*. Distribution through these various platforms allows this news text to reach a wide audience, both domestically and internationally. The main audience for this text is the Turkish public and the international community interested in the political dynamics of the Middle East. Consumption of these texts influences public views on the foreign policies of Türkiye, the United States, and Israel. For the Turkish public, this text confirms the government's firm stance towards the United States and Israel, and strengthens the narrative that Türkiye is the main supporter of Palestinian rights.

In the third news with the headline "*Türkiye'nin BM Daimi Temsilcisi Yıldız: Gazze'de Kan Dökülmesini Durduramamak Kınanacak Bir Durum*", the text of this news was produced by *hürriyet.com* which quoted a direct statement from Ahmet Yıldız in an official UN forum. This news production aims to disseminate the official views of the Turkish government regarding the Israeli-Palestinian conflict and the role of the international community. The production of this news text was also carried out in a diplomatic context where Türkiye wanted to emphasize its position as a strong supporter of Palestinian rights and criticize the failure of the international community in handling the crisis in Gaza.

Distribution via *hürriyet.com* media also allows the text to participate in international discourse about the Israeli-Palestinian conflict and the role of the UN. For the international community, this news text confirms Türkiye's position in the Israeli-Palestinian conflict and its criticism of the role of the UN and other international bodies.

The next news headline is "*Erdoğan'dan Netanyahu Çağrısı: Artık Dur Denilmeli*", The text of this news was produced by *hürriyet.com* which quotes an official statement from President Erdoğan during a joint press conference with the Romanian Prime Minister. The production of this text aims to disseminate the official views of the Turkish government regarding the Israeli-Palestinian conflict as well as promote bilateral relations with Romania. The distribution of this news also allows this news text to interact with other texts and with broader discourses about the Israeli-Palestinian conflict and Türkiye's bilateral relations with other countries. For the Turkish people, this news text confirms the commitment and position of President Erdoğan and his government in supporting Palestinian rights and criticizing Israeli policies.

The fifth news with the headline "*Filistin Sorunu ve Türkiye-İsrail İlişkileri*", the choice of words and sentence structure in the text of this news was carefully considered to create a narrative that supports this view. The production of this text was also carried out in a context where Türkiye wanted to demonstrate that its foreign policy was fair and supportive of peace. Readers' consumption of this news text can be influenced by their political and ideological views. Readers who support Palestinian rights will be more likely to accept and support the views expressed in this story, while readers who are pro-Israel will reject them.

The production of these texts took place in a political and diplomatic context in which Türkiye wanted to assert its position as a supporter of Palestinian rights and as a regional leader. These texts reflect the Turkish government's efforts to build a positive image in the international and domestic arenas. These texts exist to interact with other texts and with broader discourses on the Israeli-Palestinian conflict. These news texts function to shape narratives and ideologies that support Turkish foreign policy. The word choice and sentence structure in these news texts are carefully considered to create a narrative that supports the view that Türkiye is a strong supporter of Palestinian rights and a critic of Israeli policies.

Social Practice: Macro Level Analysis

In Norman Fairclough's critical discourse analysis, the macro level involves understanding how texts reflect and influence broader social and political structures. This analysis emphasizes the relationship between texts and ideology, power and social relations. By examining five headlines related to the Israeli-Palestinian conflict and Turkish foreign policy, we can see how these texts not only report events but also play a role in shaping and reflecting complex social, political, and ideological dynamics.

For example, in the headline "*Filistin'i tanıma kararından sonra İspanyol elçi Beştepe'de*", at the macro level, this news appears in the context of complex international political dynamics. Spain's decision to

recognize Palestine, supported by President Erdoğan, has significant geopolitical implications. Recognition this not only reflects a change in foreign policy but also shows strong solidarity with Palestine. In this context, Türkiye's support for Palestine is not only a diplomatic act but also an ideological statement (Bostanci, 2023). strengthening Türkiye's image as a supporter of Palestinian rights and international justice (Karmon & Barak, 2018). The news text in this headline also shows how relations between countries are built and maintained through diplomacy. This news text describes countries supporting each other on issues which is considered morally and politically important, creates international solidarity that can influence global power structures.

In the headline "*Dışişleri Bakanı Hakan Fidan: ABD kayıtsız şartsız İsrail'i destekliyor*", this news reflects the power dynamics between the United States, Israel and Türkiye in the context of the long-standing conflict between Israel and Palestine. Hakan Fidan's statement criticized the United States' unconditional support for Israel, indicating ideological and political tensions between the two countries. The ideology of international humanity and justice is emphasized through criticism of Israel's actions and support for Palestinian rights. Open criticism of United States policy also reflects changes in geopolitical dynamics, with countries such as Türkiye taking more assertive and vocal positions on international issues (Haugom, 2019).

In a social and historical context, this news emerged amidst the latest situation in Gaza which was marked by Israeli military attacks and blockade. This indicates increasing global awareness of the situation in Gaza and international efforts to achieve a ceasefire. This statement not only reflects Türkiye's historical position in favor of Palestine but also indicates social change in the form of increasing global awareness and criticism of United States and Israeli policies (Christison, 2023).

In the news "*Türkiye'nin BM Daimi Temsilcisi Yıldız: Gazze'de kan dökülmesini durduramamak kınanacak bir durum*", underlining Türkiye's role in international forums such as the UN and its historical position in support of Palestine. Ahmet Yıldız's remarks at the UN reflect Türkiye's diplomatic strength and support for Palestine, as well as international efforts to resolve the humanitarian crisis in Gaza. This news text depicts the UN and other related bodies as entities that are trying to overcome the crisis but facing various challenges, especially from Israel and its supporters.

The power dynamics depicted in this news show how large countries and international actors interact on global issues. Türkiye uses UN forums to voice criticism of Israel's actions and support Palestinian rights. The ideology of international humanity and justice is affirmed through this criticism, demonstrating Türkiye's commitment to these principles. This news also indicates social change in the form of increased global awareness of the situation in Gaza and international efforts to reach a peaceful solution. Open criticism of United States and Israeli policies reflects changes in geopolitical dynamics, with countries such as Türkiye taking more assertive and vocal positions on international issues. Support for Palestine as a full UN member state reflects a push for change in international power structures.

In the headline "*Erdoğan'dan Netanyahu çağrısı: Artık dur denilmeli*", in a social and historical context, this news comes amidst the ongoing conflict between Israel and Palestine, as well as Türkiye's efforts to play a greater role in international and regional politics. Erdoğan's statement reflects Türkiye's consistent historical position of supporting Palestine and opposing Israel's aggressive policies. It also highlights Türkiye's efforts to strengthen its strategic alliance with countries such as Romania, which has an important geographical and political position in the region.

The power dynamics depicted in this news text show how Türkiye, through Erdoğan's statements, shows its diplomatic strength and commitment to justice and human rights (Genc, 2019; Karmon & Barak, 2018). This critical position towards Israel shows Türkiye's courage to oppose the policies of a powerful country like the United States which usually supports Israel. The underlying ideology is support for humanity, international justice, and the rights of the Palestinian people. This news indicates social and political change in the form of increased global awareness of the situation in Gaza and international efforts to reach a peaceful solution. Erdoğan's tough stance towards Israel and efforts to strengthen relations with Romania indicate a change in geopolitical dynamics in which Türkiye seeks to strengthen its position on the international stage (Bhattacharya, 2023; Ceylan, 2021).

In the next headline "*Filistin sorunu ve Türkiye-İsrail ilişkileri*", this news reflects the long history of the Israeli-Palestinian conflict and the fluctuating diplomatic relations between Türkiye and Israel. Since Israel's creation in 1948, Türkiye has gone through various phases in its relations with Israel, often influenced by developments in the Israeli-Palestinian conflict. This context is important to understand why this story takes such a critical stance toward Israel.

This news reflects the strong anti-colonial and pro-Palestinian ideology, which has become a hallmark of Turkish foreign policy, especially under Erdoğan's rule (Haugom, 2019). Criticism of Israel also reflects Türkiye's efforts to strengthen its position in the Muslim world and among countries that support Palestine. In addition, this news shows how the media is used as a tool to spread ideology and influence public opinion. This news text also reflects social and political changes in the Middle East region, where support for Palestine is often an important issue in domestic and regional politics. By vocally criticizing Israel, Türkiye seeks to position itself as a leader in the struggle for justice for Palestine, which in turn could influence political dynamics and international relations in the region.

Macro-level analysis of these five news stories shows how these texts reflect and influence broader social and political structures. These news stories not only report events but also play a role in shaping public opinion and international policy. In this context, the role of *hürriyet.com* is also very important in spreading political messages and shaping ideologies that support Türkiye's foreign policy. Türkiye, through diplomacy and public statements, demonstrated its strength in supporting the principles of international humanity and justice. These news stories also reflect social and political changes in the form of increasing global awareness of the situation in Gaza and international efforts to reach a peaceful solution.

CONCLUSION

A critical discourse analysis approach through three dimensions was used in this research and concluded that at the level of text analysis (micro level), this research identified the use of official and diplomatic terms which indicate the formality and importance of diplomacy in international relations. The sentences in this news are long and complex, often combining several clauses related to state protocol, and using diction that is full of emotion in criticizing Israeli policies.

At the level of discursive practice (meso level), this research explores how news texts are produced, distributed and consumed in certain social and institutional contexts. Distribution of news through online media platforms such as *Hürriyet.com* causes wide dissemination of information, both domestically and internationally. The presentation of the news aims to build a positive image of Turkish diplomacy under

Erdoğan's leadership, strengthening the narrative that Türkiye is the main supporter of Palestine in the international arena, with the main audience being Turkish citizens, the international community and diplomatic officials.

At the final level of social practice (macro level), this analysis evaluates how these news texts reflect and shape social and power structures. Reporting on *Hürriyet.com* shows a certain bias reflecting the political position of the Turkish government, especially in criticism of Israeli policies and support for Palestine. This representation not only influences public perception but also plays a role in domestic and international politics, strengthening Türkiye's image as a country that is proactive on issues of human rights and international justice.

REFERENCE

- Abumayyaleh, S. (2018). Roots of the Palestine-Israel issue and the current image of Turkey and Erdogan in the online news [Master's thesis]. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aviv, E. (2019). The Turkish government's attitude to Israel and Zionism as reflected in Israel's military operations 2000–2010. *Israel Affairs*, 25(2), 281–306. <https://doi.org/10.1080/13537121.2019.1577040>
- Bhattacharya, S. (2023). Economic, Social and Geopolitical Impact of Israel Hamas Conflict in 2023. *International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP)*, 6(6), 330–334.
- Bostanci, M. (2023). Turkish-Arab Relations in the Axis of the Question of Palestine and the Establishment of Israel State. *Journal Of History And Future*, 9(2), 244–257. <https://doi.org/10.21551/jhf.1294348>
- Bozorgmehri, M., & Hosseini, F. M. (2021). Turkish Foreign Policy and Palestinian Issue: An Iranian Perspective (2002-2020). *Iranian Review of Foreign Affairs*, 11(1), 169–195.
- Burgess, A., & Morris-Grant, B. (2024, May). As the world reacts to Israel's deadly air strike on Rafah, here are key events from the Gaza war leading up to the attack. ABC News (Australian Broadcasting Corporation). https://www.abc.net.au/news/2024-05-28/israel-gaza-war-time-line-before-fatal-rafah-air-strike/103901144?utm_campaign=abc_news_web&utm_content=link&utm_medium=content_shared&utm_source=abc_news_web
- Çakır, G. (2022). News Published in British, Italian and French Press about the Great Offensive and its Reflections in the Turkish Press. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.1143233>
- Ceylan, T. E. (2021). Israel and Turkey: Once Comrades Now Frenemies. *Contemporary Review of the Middle East*, 8(3), 338–355. <https://doi.org/10.1177/23477989211019822>
- Christison, K. (2023). Perceptions of Palestine: Their Influence on U.S. Middle East Policy (1st ed.). University of California Press. <https://doi.org/10.2307/ji.2711691>
- Ersoy, M. (2016). War–peace journalism in the Turkish press: Countries come to the brink of war. *International Communication Gazette*, 78(3), 247–266. <https://doi.org/10.1177/1748048516630717>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Farhat, T., Ibrahim, S., Abdul-Sater, Z., & Abu-Sittah, G. (2023). Responding to the Humanitarian Crisis in Gaza: Damned if You do... Damned if You don't! *Annals of Global Health*, 89(1), 53. <https://doi.org/10.5334/aogh.3975>
- Furman, I., Saka, E., Yildirim, S., & Elbeyi, E. (2019). News Coverage of the Gulf Crisis in the Turkish Mediascape: Agendas, Frames, and Manufacturing Consent. *International Journal of Communication*, 13, 28.
- Genc, K. (2019). Erdogan's Way: The Rise and Rule of Turkey's Islamist Shapeshifter. *Foreign Affairs*; New York, 98(5), 28–34.
- Günaydın, H. (2017). Türk Medyasında El-Aksa İntifadisi. Filistin Meselesi ve Türkiye. Filistin Meselesi ve Türkiye Uluslararası Kongresi, Konya.
- Haugom, L. (2019). Turkish foreign policy under Erdogan: A change in international orientation? *Comparative Strategy*, 38(3), 206–223. <https://doi.org/10.1080/01495933.2019.1606662>
- Hirschfeld, Y. (2024). October 7, 2023: The Horror, Causes, Impact, and Working on the Way Forward. In Y. Hirschfeld, *The Israeli–Palestinian Peace Process* (pp. 1–21). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43285-9_1

- Hokayem, E. (2023). The Gaza War and the Region. *Survival*, 65(6), 57–66. <https://doi.org/10.1080/00396338.2023.2285603>
- Hürriyet.com. (2024a, May 13). Türkiye'nin BM Daimi Temsilcisi Yıldız: Gazze'de kan dökülmesini durduramamak kınanacak bir durum. Hürriyet.Com.Tr. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/turkiyenin-bm-daimi-temsalcisi-yildiz-gazgede-kan-dokulmesini-durduramamak-kınanacak-bir-durum-42461491>
- Hürriyet.com. (2024b, May 15). Dışişleri Bakanı Hakan Fidan: ABD kayıtsız şartsız İsrail'i destekliyor. Hürriyet.Com.Tr. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/disisleri-bakani-hakan-fidan-abd-kayitsiz-sartsiz-israili-destekliyor-42462495>
- Hürriyet.com. (2024c, May 22). Erdoğan'dan Netanyahu çağrısı: Artık dur denilmeli. Hürriyet.Com.Tr. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogandan-netanyahu-cagrisi-artik-dur-denilmeli-42465583>
- Hürriyet.com. (2024d, May 24). Filistin sorunu ve Türkiye-İsrail ilişkileri. Hürriyet.Com.Tr. <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/oguz-celikkol/filistin-sorunu-ve-turkiye-israil-iliskileri-40846459>
- Hürriyet.com. (2024e, May 24). Filistin'i tanıma kararından sonra İspanyol elçi Beştepe'de. Hürriyet.Com.Tr. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/filistini-tanima-kararından-sonra-ıspanyol-elci-bestepe-42466734>
- Jackson, H. M. (2024). The New York Times distorts the Palestinian struggle: A case study of anti-Palestinian bias in US news coverage of the First and Second Palestinian Intifadas. *Media, War & Conflict*, 17(1), 116–135. <https://doi.org/10.1177/17506352231178148>
- Karmon, E., & Barak, M. (2018). Erdogan's Turkey and the Palestinian Issue. *Perspectives on Terrorism*, 12(2), 74–85.
- Ovalı, S. (2012). Revisiting the Turkish Identity: Debate in Turkish-Israeli Relations. *Journal of South Asian and Middle Eastern Studies*, 35(4), 28–53.
- Suwarno, S., & Sahayu, W. (2020). Palestine and Israel Representation in the National and International News Media: A Critical Discourse Study. *Jurnal Humaniora*, 32(3), 217. <https://doi.org/10.22146/jh.52911>
- Warshel, Y. (2021). *Experiencing the Israeli-Palestinian Conflict: Children, Peace Communication and Socialization* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108622714>
- Widdowson, H. G. (2004). *Text, context, pretext: Critical issues in discourse analysis*. Blackwell Pub.
- Wolfsfeld, G. (2018). The role of the media in violent conflicts in the digital age: Israeli and Palestinian leaders' perceptions. *Media, War & Conflict*, 11(1), 107–124. <https://doi.org/10.1177/1750635217727312>
- Zahoor, M., & Sadiq, N. (2021). Digital public sphere and Palestine-Israel conflict: A conceptual analysis of news coverage. *Liberal Arts and Social Sciences International Journal (LASSIJ)*, 5(1), 168–181. <https://doi.org/10.47264/idea.lassij/5.1.12>
- Тарханова, Ж. Д. (2023). On The Issue of Azerbaijani-Turkish Information Cooperation During The Second Karabakh War: September – November 2020 (Based On The Turkish Print Media). *Kavkaz-forum*, 14(21), 117–127. <https://doi.org/10.46698/VNC.2023.21.14.006>

PETUNJUK BAGI PENULIS

Ketentuan Umum

Tema dan ruang lingkup permasalahan artikel berhubungan dengan media, bahasa, dan komunikasi dalam arti kajian maupun pengalaman praktis.

Artikel didasarkan pada hasil penelitian, pengabdian masyarakat, atau pendidikan pada bidang media, bahasa, komunikasi baik berupa kajian maupun pengalaman praktik baik (*best practice*) yang setara dengan penelitian, dan belum pernah dipublikasikan di jurnal lain. Artikel ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang baik dan benar dengan jumlah halaman 12—20 halaman A4, margin normal (atas, bawah, kiri, kanan: 2 cm), spasi 1.5, ukuran 12, jenis font Arial dengan menggunakan Microsoft Word.

Setiap naskah yang masuk akan direviu oleh mitra bebestari (*reviewer*) yang memiliki kepakaran dalam bidangnya masing-masing dan selanjutnya dilakukan penyuntingan oleh dewan penyunting.

Artikel dikirim paling lambat 2 (dua) bulan sebelum bulan penerbitan (Januari, Mei, September) ke alamat: Redaksi Jurnal Mediasi d.a. Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12560 Telp 021-78885557, surel: jurnalmediasi@polimedia.ac.id. Narahubung: +6281214641260 (Putri Surya Cempaka) atau +6285719296262 (Laelatul Pathia).

Artikel ilmiah akan dicek oleh dewan editor tingkat kemiripannya menggunakan aplikasi plagiarism checker. Batas toleransi tingkat kemiripan naskah artikel ilmiah maksimal 15%.

Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis melalui surel.

Sistematika Penulisan Artikel Hasil Penelitian

Judul, disusun maksimal 14 kata dalam tulisan bahasa Indonesia, 12 kata dalam tulisan bahasa Inggris.

Nama penulis, ditulis tanpa gelar akademik atau gelar kebangsawanan disertai lembaga afiliasi tempat penulis bekerja dan alamat yang dapat dihubungi, baik surel, alamat kantor, ataupun rumah serta mencantumkan No HP untuk memudahkan komunikasi dengan bagian redaksi (boleh dicantumkan di *body text email*).

Abstrak, ditulis dalam dua bahasa: Indonesia dan Inggris disusun dalam satu paragraf berisi latar belakang penelitian, tujuan, metode, dan hasil penelitian. Abstrak maksimal 150 kata dengan spasi 1.

Kata kunci, berupa kata-kata penting (kata kunci dalam tulisan, maksimal 5 kata).

Pendahuluan, berisi uraian tentang latar belakang, tujuan, dan manfaat. Pendahuluan ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Tinjauan Pustaka, berisi rangkuman kajian teoretis. Tinjauan pustaka dapat diikuti subjudul yang berisi landasan teori atau kajian teoretis yang terkait, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Metode, berisi rangkuman metodologi penelitian. Metode ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Hasil dan Pembahasan, berisi uraian tentang hasil penelitian dan implikasi yang dihasilkan dari penelitian, disusun maksimal 40% dari keseluruhan tulisan.

Simpulan, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Daftar Rujukan, menggunakan sumber buku dan jurnal maksimal 10 tahun terakhir.

Sistematika Penulisan Artikel Hasil Pemikiran (nonpenelitian)

Judul, disusun maksimal 14 kata dalam tulisan bahasa Indonesia 12 kata dalam tulisan bahasa Inggris.

Nama penulis, ditulis tanpa gelar akademik atau gelar kebangsawanan disertai lembaga afiliasi tempat penulis bekerja dan alamat yang dapat dihubungi, baik email, alamat kantor, ataupun rumah.

Abstrak, ditulis dalam dua bahasa: Indonesia dan Inggris disusun dalam satu paragraf berisi latar belakang penelitian, tujuan, metode, dan hasil penelitian. Abstrak maksimal 150 kata.

Kata kunci, berupa kata-kata penting (kata kunci dalam tulisan, maksimal 5 kata)

Pendahuluan, berisi uraian tentang latar belakang, masalah tujuan, dan manfaat, ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Pembahasan, terdiri atas beberapa subjudul berisi tentang uraian masalah yang dibahas. Pembahasan ini merupakan inti dari artikel jurnal, disusun maksimal 70% dari keseluruhan tulisan.

Simpulan, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Daftar Rujukan, menggunakan sumber buku dan jurnal maksimal 10 tahun terakhir.

FORMAT PENULISAN DAFTAR RUJUKAN

Daftar rujukan ditulis dengan tata cara *APA style* (*American Psychological Association*) seperti contoh berikut ini dan diurutkan secara alfabetis dan kronologis.

Buku

McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory 6th Edition*. New York: SAGE Publications.

Buku kumpulan artikel

Wibowo, W. (Ed.). (2013). *Kedaulatan Frekuensi*. Jakarta: Kompas.

Artikel dalam buku kumpulan artikel

Nesic, M. & Nesic, V. (2015). Neuroscience of Nonverbal Communication. Dalam Kostic, A. & Chadee, D (Eds.). *The Social Psychology of Nonverbal Communication*. (hlm 31-65). Palgrave Macmillan.

Jurnal terpublikasi

Carah, N. & Shaul, M. (2016). Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile Media & Communication*, 4(1), 69-84.

E-Journal dengan DOI

Cempaka, P. S. & Haryatmoko. J. (2018). Hyperreality Among Defense of the Ancients 2's Players. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, VII(3), 225-234. DOI <https://doi.org/10.7454/jki.v7i3.9678>

Artikel dalam jurnal atau majalah

Sudibyo, A. (2019). Pemilu, Media Sosial dan Kejahatan Elektoral. *Jurnal Dialog Kebijakan Publik*, 29: 11-29

Artikel dalam koran

Basyari, I. 19 Februari 2020. Pemikir Mobil Listrik. *Kompas*, hlm.16

Tulisan/berita dalam koran (tanpa nama pengarang)

Kompas, 19 Februari, 2020, *RUU Cipta Karya Terkait Pers di Pertanyakan*, hlm.10

Dokumen resmi

Komisi Penyiaran Indonesia. (2020). *Prosedur Perizinan Penyiaran*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia. Peraturan Menteri No. 18 Tahun 2016 Persyaratan dan Tata Cara Perizinan Lembaga Penyiaran. 2016. Jakarta.

Buku terjemahan

Devito, J. A. (1996). *Komunikasi Antar Manusia*. Terjemahan oleh Agus Maulana. (1997). Jakarta: Professional Books.

Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Laporan Penelitian

Chairani, T. (2014). *Distinction, Personal Branding, dan Instagram (Strategi Investasi Simbolik Syahrini)* [Tidak terpublikasi]. Universitas Indonesia.

Makalah seminar, lokakarya, penataran

Manoliu, M.M. (2007). *The animacy fallacy: Cognitive categories and noun classification*. Makalah disajikan dalam lokakarya terkait Indo-European Linguistics pada Konferensi Internasional, Montreal, 2007.

Dokumen Internet

Tambunan, Geofanny. (2017, May 11). *7 Fashion Influencer Indonesia*. *Harper's Bazaar Indonesia*. Harper's Bazaar Indonesia. http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/5/2017/3926/7-Fashion-Influencer-Indonesia#.WRRRAN08s_0.facebook

Podcast/Siniar

Hill, D. (Speaker). (2012, April 4). *Australian media representation of Asia* [Audio podcast]. In *Australia in Asia* (FDN 110). Murdoch University. <https://lectures.murdoch.edu.au/lectopia/casterframe.lasso?fid=375705&cnt=true&usr=S940025F&name=not-indicated>

Media Sosial

Remotivi [@Remotivi]. (2020, Februari 10). *Beberapa jurnalis memilih untuk mendramatisir hasil liputan orang lain daripada bikin liputan sendiri* [Tweet]. <https://twitter.com/remotivi/status/1226715764222115840>

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 6 No. 1 (2025): January

p-ISSN 2721-9046

e-ISSN 2721-0995

<https://ojs2.polimedia.ac.id>