

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengguna media sosial perempuan memaknai video jenama Rabbani yang berjudul "Pria yang Salah atau Wanita yang Bodoh?", sebuah konten Instagram Reels dengan topik pelecehan seksual yang viral pada akhir tahun 2022. Walau menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall, penelitian ini melihat adanya korelevansi konsep dalam Teori *Feminist Standpoint* untuk mendukung Teori *Encoding-Decoding* dalam mendalami resepsi audiens perempuan. Oleh karena itu, dirumuskan tiga unit kajian yang dihasilkan dengan merefleksikan konsep pada kedua teori, yaitu (1) sudut pandang, (2) penggunaan media sosial, dan (3) pengetahuan. Pada penelitian ini, video Reels Rabbani dianggap sebagai konten edukasi yang ditujukan untuk mendukung citra Rabbani. Resepsi audiens sendiri dikumpulkan melalui FGD bersama sepuluh narasumber dengan kriteria (1) perempuan, (2) beragama Islam, dan (3) pernah menonton video Instagram Reels Rabbani. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap narasumber yang keseluruhannya adalah perempuan tetap memiliki proses berpikir yang unik dalam memaknai video. Adapun hanya satu dari sepuluh narasumber yang berada pada *dominant/hegemonic position* di mana tiga lainnya berada pada posisi *negotiated* dan enam sisanya berada di posisi *oppositioned*. Dengan demikian, Rabbani dianggap gagal memenuhi preferensi dari pengguna Instagram perempuan yang merupakan sasaran audiens primernya.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Teori *Encoding-Decoding*, Teori *Feminist Standpoint*, Audiens Perempuan

ABSTRACT

This qualitative study explores how female social media users interpret Rabbani's viral Instagram Reels video, "Wrong Men or Stupid Women?," which delves into the topic of sexual harassment. Although it uses analytical methods Stuart Hall's reception, this research looks at the relevance of the concept in Feminist Standpoint Theory to support the Encoding-Decoding Theory in exploring the reception of female audiences. Therefore, three study units were formulated which were produced by reflecting the concepts in both theories, namely (1) point of view, (2) use of social media, and (3) knowledge. In this research, the Reels Rabbani video is considered educational content aimed at supporting Rabbani's image. The study treats the Rabbani video as educational content aimed at enhance the brand's image as a muslim brand. Data was gathered through focus group discussions with ten female Muslim participants who had viewed the video. Findings reveal diverse interpretations among participants, with only one out of ten sources is in a dominant/hegemonic position, where the other three are in a negotiating position and the remaining six are in an oppositional position. Overall, the study suggests that Rabbani's video failed to resonate with the preferences of its target female Instagram audience.

Keywords: *Reception Analysis, Encoding-Decoding Theory, Feminist Standpoint Theory, Female Audience.*