

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan pengikut akun instagram @weddingku terhadap tren pernikahan. Selanjutnya penelitian ini juga menggali mengenai bagaimana pembacaan media yang dilakukan oleh khalayak dikonstruksi melalui pernikahan impian berdasarkan pengalaman mereka dalam mengonsumsi media. Dalam hal ini secara garis besar meliputi beberapa aspek, seperti latar belakang pendidikan, latar belakang budaya, motivasi khalayak untuk mengonsumsi media serta kebiasaan bermedia oleh khalayak. Selain itu, terdapat pula aspek-aspek seperti lingkungan sosial, keluarga, profesi, dan interaksi sosialnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Menggunakan teori resepsi Stuart Hall, penelitian ini akan melihat bagaimana khalayak memaknai tren pernikahan dalam akun *instagram* @weddingku dan apakah resepsi tersebut menghasilkan konstruksi pernikahan impian pada khalayak atau tidak. Penelitian ini akan melihat bagaimana pemaknaan yang dilakukan oleh tiga responden dengan latar belakang yang berbeda. Secara keseluruhan, resepsi khalayak tidak dapat diklasifikasikan ke dalam tiga posisi pemaknaan Stuart Hall: dominant, negotiated dan oppositional karena pemaknaan responden yang terlalu beragam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kesamaan isi pesan media dari akun instagram @weddingku tetap memiliki pembacaan yang berbeda bagi khalayak. Meski dengan pesan, cara penyampaian dan media yang sama, audiens akan meresponnya dengan cara yang berbeda. Hal ini tergantung dari sudut pandang yang digunakannya saat memaknai sebuah pesan. Dengan demikian, perbedaan pendapat audiens satu dengan yang lainnya tidak menjadi masalah besar, sebab mereka mempunyai pendapat berbeda dalam memaknai sebuah pesan.

Kata Kunci : *Analisis Resepsi, Tren Pernikahan, Media Sosial, Instagram*

ABSTRACT

This research aims to know @weddingku Instagram followers interpretation toward wedding trend. Moreover, this research also study how media literacy constructed by wedding dream based on media consumption experiences. In this case, it includes several aspects such as educational and cultural background, media consumption motivation and media habits of the audience itself. It also affected by another aspect including social environment, family, profession and their social interaction.

Using Stuart Hall theory through qualitative and reception analysis methods, this research will observe the interpretation of wedding trend on @weddingku Instagram account and its influence on dream wedding construction in the society. This research will examine the interpretation of three respondents with the different background. Overall, the reception of the audiences isn't suitable to be classified into the three reception position that stated in Stuart Hall theory: dominant, negotiated and oppositional because of the diversity of the respondents' reception.

The result shows that the similarity of media messages in @weddingku Instagram account has various interpretations by the audiences. The same message through the same media and delivery responded differently by the audiences. It depends on the perspectives of the media interpretation. Therefore, the differences in audience reception isn't an issue since they have different arguments on the message interpretation.

Keywords : *Reception Analysis, Wedding Trend, Social Media, Instagram*