

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan audiens atau pengikut terhadap citra diri Dwi Handayani melalui akun Instagram @dwiandaanda. Selanjutnya penelitian ini juga menggali aspek-aspek yang memiliki hubungan terhadap pembentukan makna oleh pengikut. Dalam hal ini secara garis besar meliputi beberapa aspek, seperti *media habit*, latar belakang pendidikan, dan latar belakang daerah. Selain itu, terdapat pula aspek-aspek seperti pengalaman, lingkungan sosial, dan interaksi sosialnya. Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena penelitian pada studi resepsi terdahulu didominasi oleh obyek media massa terutama serial televisi atau film. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi audiens, yang merupakan audiens media baru terhadap citra diri Dwi Handayani melalui akun Instagram @dwiandaanda.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Subjek dalam penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram @dwiandaanda yang telah mengikuti akun tersebut lebih dari 6 bulan. Dalam hal ini, seluruh informan yang dipilih, secara personal mereka menyukai dan mengikuti akun Instagram @dwiandaanda, seringkali berinteraksi dengan Dwi, serta memahami citra diri yang dibahas dalam penelitian ini. Informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang yang berbeda-beda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1.) Audiens yang berbeda-beda memaknai teks dan pesan secara berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena audiens memiliki kekuatan sendiri dalam memaknai teks dan pembuat teks tidak dapat memaksakan makna tertentu kepada audiens. 2.) Aspek latar belakang yang berkaitan dengan pemaknaan audiens tidak secara sederhana memengaruhi pembentukan makna. Namun, beberapa aspek seperti pendidikan, asal, serta praktik bermedia secara kompleks mempengaruhi pemaknaan informan. 3.) Aspek yang membangun pemaknaan pembaca juga beragam. Tidak hanya terpusat pada aspek yang sudah dicantumkan di atas, aspek lain juga berpengaruh, seperti *dominant-fandom*, *media habit*, intensitas, dan interaksi. 4.) Pembaca yang diteliti menerima citra diri yang ditampilkan dalam akun Instagram @dwiandaanda, namun tidak selalu menerapkannya sebagai pengambilan keputusan dan landasan berperilaku. 5) Selain *media habit*, terdapat empat elemen lain yaitu: *Recombinant*, *Networked*, *Ubiquitous*, dan *Interactive* yang membedakan resepsi pada audiens media baru dengan resepsi pada audiens media lama (massa).

Kata kunci: resepsi, instagram, mikroselebriti, citra diri

ABSTRACT

The study aimed to determine the meaning of the audience or followers of the self-image of Dwi Handayani through an Instagram account @dwiandaanda. Furthermore, this study also explores aspects that have a relationship to the formation of meaning by followers. In this case, the outline covers several aspects, such as media habits, educational background, and regional background. In addition, there are also aspects such as experience, social environment, and social interaction. This research is important to do, because the research in the previous reception study was dominated by mass media objects, especially television or film series. Therefore, this study aimed to analyze audience receptions, which are new media audiences to Dwi Handayani's image through the Instagram account @dwiandaanda.

This research is a qualitative research with reception analysis method. The subjects in this study were followers of the Instagram account @dwiandaanda who had followed the account for more than 6 months. In this case, the informants selected were personally liked and followed the Instagram account @dwiandaanda, often interacting with Dwi, and understanding the self-image discussed in this study. Informants in this study had different backgrounds.

The results of this study indicate that: 1.) Different audiences interpret text and messages differently. This is because the audience has the power to interpret the text and the text creator cannot impose a specific meaning for the audience 2.) Background aspects related to audience, do not simply influence the formation of meaning. However, several aspects such as education, origin, and complex media practices affect the meaning of informants. 3.) Aspects that build the meaning of the reader also vary. Not only focused on the aspects listed above, other aspects also influence, such as dominant-fandom, media habit, intensity, and interaction. 4.) The reader studied receives the self-image displayed in @dwiandaanda's Instagram account, but does not always apply it as a decision-making and behavioral foundation. 5) In addition to media habit, there are four other elements, namely: Recombinant, Networked, Ubiquitous, and Interactive that distinguish reception from new media audiences with receptions to the old media audience.

Keywords: reception, Instagram, microcelebrity, self image