

Pemaknaan Ibu & Anak Terhadap Video Cerita Edukasi Covid-19 (Analisis Stuart Hall Pada Video Kumparan #Ceritaanak di Youtube)

Mifta Aulia Feliani, Clara Evi C. Citraningtyas

Universitas Pembangunan Jaya

ifta.auliafeliani@student.upj.ac.id, clara.citraningtyas@upj.ac.id

Article Information

Submitted :
September 29,
2022

Accepted :
October 26, 2022

Abstract

Given the number of victims who died and the number of people who were afflicted by this virus, several parties, including the Indonesian government, adopted various efforts to avoid the corona virus. A health campaign is one way that the media and the government can help. In the context of dealing with Covid-19, film or audio-visual media can be used to educate the public about socializing during the pandemic. YouTube can be used to educate the public, particularly children. This study aims to discover the significance of mother and child in Covid-19 educational narrative videos on YouTube Kumparan #Ceritaanak. The qualitative research method was applied, along with reception analysis. Based on the findings of the interviews with the four pairs of informants, the reader's position, namely the three informants, was in a dominant-hegemonic reading position, implying that the informant interpreted the message conveyed in the story video #Ceritaanak to provide education on Covid-19 and how to prevent children from Covid-19. While an informant is in a negotiated reading position, which means that the informant's recipient is likewise tailored to their social circumstances, acceptance is flexible.

Keywords: Covid-19, Mother & Kids, Video Stories, Reception

Abstrak

Melihat dari banyaknya korban yang meninggal dunia dan juga banyak yang terkena virus ini, tentu saja banyak pihak termasuk juga pemerintah Indonesia untuk melakukan berbagai pencegahan virus corona. Adapun cara yang dapat dilakukan oleh media dan juga pemerintah ialah kampanye kesehatan. Dalam rangka penanganan Covid 19, video atau audio visual dapat dipilih sebagai salah satu cara mengedukasi sosialisasi kepada masyarakat di masa pandemi. Penggunaan media sosial seperti Youtube juga telah digunakan sebagai media promosi untuk mencegah penyebaran virus corona, hal ini pun dilakukan oleh Kumparan untuk memanfaatkan platform Youtube untuk mengedukasi masyarakat khususnya untuk anak-anak. Penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui pemaknaan ibu & anak terhadap video cerita edukasi Covid-19 pada Youtube Kumparan #CeritaAnak. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis resepsi. Berdasarkan hasil wawancara dengan keempat pasangan informan menghasilkan posisi pembaca yaitu ketiga informan berada dalam posisi *dominant-hegemonic reading*, artinya informan memaknai pesan yang disampaikan di dalam video cerita #CeritaAnak untuk memberikan edukasi Covid-19 bagaimana cara-cara agar anak terhindar dari Covid-19. Sedangkan seorang informan berada dalam posisi *negotiated reading*, artinya penerima informan juga disesuaikan dengan kondisi sosial mereka, penerimaan tersebut bersifat fleksibel.

Kata Kunci: Covid-19, Ibu & Anak, Video Cerita, Resepsi

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang tersebar diseluruh dunia telah membuat banyak perubahan, bukan hanya kepada orang dewasa saja namun juga kepada anak-anak. Covid-19 merupakan penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-Cov-2 yang terdapat dalam golongan *Coronavirus* (Yuliana, 2020). Sejak kasus pertama penyakit coronavirus 2019 (COVID-19) dilaporkan di Wuhan, Cina, pada 8 Desember 2019, sindrom pernafasan akut yang parah Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) telah menyebar dengan cepat ke seluruh negeri dan 227 negara lainnya (Covid19.co.id, 2022).

Dampak Covid-19 bukan hanya dirasakan oleh orang dewasa saja, namun anak-anak juga turut terdampak dengan adanya Covid-19. Satuan Tugas Penanganan Covid-19 telah mencatat ada sebanyak 13% penderita virus ini merupakan anak-anak berusia dibawah 18 tahun (Jayani, 2021). Prevelensi kejadian kasus Covid-19 masih ada, maka anak-anak sangat perlu diberikan pembelajaran dan pemahaman terkait pentingnya mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19 (Doddy, 2020).

Dampak yang dialami anak-anak sebagian besar menunjukkan gejala ringan yang mirip dengan infeksi virus di musim lain, seperti batuk, pilek dan demam biasa, namun hal-hal seperti itu biasanya tidak menarik banyak perhatian orang tua kecenderungan diabaikan padahal itu merupakan ancaman nyata bagi lingkungan sosial terkecil apabila infeksi tanpa gejala pada anak-anak diabaikan mereka bisa menyebarkan virus ini keanggota keluarga lainnya (Yang, Liu, Li, & Zhao, 2020).

Melihat dari banyaknya korban yang meninggal dunia dan juga banyak yang terkena virus ini, tentu saja banyak pihak termasuk juga pemerintah Indonesia untuk melakukan berbagai pencegahan virus corona. Telah banyak kebijakan yang dibuat dengan tujuan agar upaya penanganan Covid-19 yang dilakukan oleh pemerintah di Indonesia seperti pembatasan aktivitas diluar rumah, kegiatan sekolah dirumah, memakai masker, dan lain sebagainya (Mungkasa, 2020). Adapun cara yang dapat dilakukan oleh media dan juga pemerintah ialah kampanye kesehatan. Rogers dan Storey berpendapat bahwa kampanye ini merupakan serangkaian ataupun tindakan komunikasi yang memiliki perencanaan, serta adanya tujuan guna menghasilkan suatu efek kepada khalayak luas (Armani, Nursanti, & Ramdhani, 2021). Kampanye tidak mungkin bisa lepas dari sosialisasi. Menurut Soekarto dalam jurnal (Triyandra, 2017) mengatakan bahwa sosialisasi merupakan suatu proses yang dapat menempatkan beberapa anggota masyarakat yang mempelajari norma-norma baru, maupun suatu nilai dari masyarakat yang dapat dipelajari.

Dalam rangka penanganan Covid-19, video atau audio visual dapat dipilih sebagai salah satu cara mengedukasi sosialisasi kepada masyarakat di masa pandemi (Sarkadi, Vidanti, & Astuti, 2021). Media audio visual atau video ini dapat dipilih karena bukan hanya dapat menyajikan cara yang efektif dengan waktu yang cukup singkat, namun juga informasi atau pesan yang diterima ini relatif lebih bertahan lama dalam ingatan seseorang (Meidina, 2018). Melalui video juga dapat memberikan dampak besar pada perubahan tingkah laku ataupun perilaku seseorang, khususnya dalam aspek informasi dan juga persuasi (Seki, 2019).

Untuk mengkampanyekan pentingnya menjaga jarak, memakai masker, dan juga tetap berada dirumah, dapat dicapai melalui sosialisasi kepada masyarakat luas. Penggunaan media sosial seperti *Youtube* juga telah digunakan sebagai media promosi untuk mencegah penyebaran virus corona. Menurut Iswah pengguna internet sering menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pengguna lainnya untuk mencegah penyebaran Covid-19 (Suryani, Zulfikri, & Maharani, 2021).

Kumparan memanfaatkan *platform Youtube* untuk mengedukasi masyarakat, khususnya untuk anak-anak. Terdapat empat video yang menceritakan Covid-19 yang telah ditonton sebanyak 937 ribu *viewers*. Dapat dikatakan bahwa kumparan diminati oleh masyarakat, dan dengan menonton video tersebut maka banyak ibu atau anak yang diedukasi. Video ini menceritakan tentang pentingnya menjaga kesehatan, kebersihan diri sendiri, serta memberikan edukasi bagaimana menerapkan protokol kesehatan yang baik agar terhindar dari virus corona dan juga tidak menyebarkan virus ke orang lain.

Video #CeritaAnak Covid-19 ini dibuat pada tahun 2020 yang ditulis oleh Waitek sebagai penulis cerita dan Luluk Nailufar sebagai ilustrator cerita. Menurut Waitek, alasan mengapa cerita ini dibuat adalah untuk memberikan edukasi tentang Covid-19 kepada anak-anak, karena mereka juga memiliki hak yang sama dalam mendapatkan edukasi Covid-19. Anak-anak juga bingung dengan situasi saat ini sehingga mereka perlu diberikan penjelasan mengenai media yang menyenangkan (KumparanWoman, 2021). Memberikan edukasi kepada anak memang menjadi tantangan tersendiri untuk orang tua, maka dari itu penting untuk menggunakan cara yang mudah dimengerti agar pesan yang tersampaikan dengan baik. Dengan bentuk edukasi video kumparan menyajikan gambar yang menarik serta penggunaan Bahasa yang mudah dimengerti oleh anak-anak.

Para ahli psikologi berpendapat bahwa masa kanak-kanak adalah masa keemasan (*the golden ages*). Anak usia balita sedang mengalami masa pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan otak dan kepala anak lebih cepat daripada pertumbuhan organ yang lain (Hidayah, 2009). Suryadi menjelaskan bahwa menurut psikologi, masa anak-anak adalah masa yang penuh dengan imajinasi, anak yang memiliki imajinasi yang lebih beragam dari pada orang dewasa (Subiyantoro, 2015). Ada banyak bentuk edukasi yang bisa diberikan kepada anak tergantung pada usia anak. Edukasi yang dapat diberikan dalam bentuk dongeng, video, gambar, atau bernyanyi, sehingga pesan yang disampaikan relatif lebih mudah dipahami dengan kapasitas pemikiran anak (CNBC Indonesia, 2020). Dalam menerima edukasi ini, anak-anak masih membutuhkan bantuan orang dewasa untuk memahami apa yang disampaikan melalui video cerita tersebut. Di sinilah seorang ibu biasanya berperan (Dariyo, 2013). Ibu bisa membuat edukasi yang baik agar anak paham bahwa Covid-19 ini berbahaya untuk kesehatannya.

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka terlebih dahulu yang digunakan sebagai rujukan untuk melaksanakan penelitian. Rujukan pertama adalah penelitian yang berjudul (Lestari, 2017) **“Penonton Anak dan Remaja Terkait Program Acara Indonesian Idol Junior 2016: Studi Resepsi Pada Kontestan Anak yang Menyanyikan Lagu-Lagu Orang Dewasa”** penelitian ini mengkaji pemaknaan penonton anak-anak dan remaja mengenai kontestan anak yang menyajikan lagu dewasa pada talent show Indonesian Idol Junior 2016. Penelitian ini menyimpulkan bahwa anak usia Sekolah Dasar rentan terkena dampak negatif media. Sehingga, diperlukannya literasi media sejak dini bagi anak-anak. Penelitian kedua (Wardhani, 2020) dengan judul **“Edukasi Pencegahan Penularan COVID-19 Pada Anak Usia Dini Melalui Media Pembelajaran Audio Visual”** penelitian ini mengenai edukasi pencegahan Covid-19 pada anak usia dini melalui media pembelajaran audio visual. Dalam penelitian tersebut didapatkan hasil jika pembelajaran melalui audio visual cukup efektif dalam memberikan edukasi tentang cara mencuci tangan yang benar, dan kebiasaan hidup sehat.

Hubungan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini yakni sama-sama membahas tentang pemaknaan tontonan yang dilihat oleh khalayak khususnya anak-anak melalui media video. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian ini akan berfokus pada pemaknaan ibu dan anak setelah menonton video cerita edukasi Covid-19 di *Youtube*. Sehingga penelitian ini penting dilakukan karena media lebih

banyak memberikan sosialisasi Covid-19 kepada orang tua atau dewasa saja. Padahal edukasi tentang covid juga sangat penting untuk anak-anak, agar terhindar dari virus ini. Maka dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi media dan juga orang tua untuk memilih video cerita sebagai metode yang tepat digunakan dalam pengenalan Covid-19 kepada anak usia dini. Serta juga dengandilakukannya penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak terhadap sosialisasi yang dilakukan oleh kumparan melalui video cerita #CeritaAnak.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, peneliti merumuskan sebuah masalah yakni untuk menganalisis bagaimana pemaknaan ibu dan anak terhadap video cerita edukasi Covid-19 pada *Youtube* Kumparan #CeritaAnak. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemaknaan ibu dan anak terhadap video cerita edukasi Covid-19 pada *Youtube* kumparan #CeritaAnak. Untuk menjawab permasalahan penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis resepsi yaitu pendekatan untuk mempelajari tentang khalayak, bagaimana mereka menerima pesan yang diterima dari sebuah media (Toni & Fajariko, 2017).

METODE

Paradigma yang akan digunakan oleh peneliti adalah paradigma konstruktivisme. Menurut (Creswell J. W., 2014) paradigma konstruktivisme sosial individu-individu berusaha memaknai makna-makna yang beragam. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan interaksi dengan ibu dan juga anak yang telah menonton #CeritaAnak di *Youtube* Kumparan, hal tersebut adalah informan yang dapat memberikan informasi terhadap tema penelitian ini. Untuk mengetahui pemaknaan dari video cerita tentang Covid-19 sebagai sosialisasi untuk anak-anak.

Menurut Sugiyono, (Sugiyono, 2012) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan data kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat pemaknaan ibu dan anak mengenai edukasi sosialisasi melalui video cerita yang dibuat oleh *channel Youtube* Kumparan dengan data yang akan digunakan berupa catatan-catatan verbal dari hasil wawancara semi- terstruktur. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam buku (Creswell J. W., 2014) penelitian kualitatif ini berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang makna yang diberikan oleh publik kepada peneliti. Menurut Noor (2011) Pendekatan metode kualitatif ini menekankan sifat realistik yang terbangun secara sosial, hubungannya sangat erat antara penelitian subjek yang ingin diteliti (Intiha, 2020).

Metode Penelitian ini akan dijabarkan melalui analisis deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono, (Sugiyono, 2017) metode deskriptif ini ialah penelitian yang melukiskan, menggambarkan, serta memaparkan keadaan objek yang akan diteliti sebagai ada adanya. Ini tentu saja sesuai dengan situasi dan juga kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Alasan menggunakan metode tersebut karena metode kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan dan juga kondisi sebenarnya yang ada di lapangan terutama berkaitan dengan tema penelitian yang diambil.

Analisis resepsi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap edukasi Covid-19 pada video cerita yang dibuat oleh *channel Youtube* Kumparan. Analisis resepsi merupakan pendekatan alternatif untuk mempelajari tentang khalayak, serta bagaimana memaknai pesan yang diterima dari sebuah media. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi, yang memusatkan pada aspek komunikasi dalam media sosial. Penelitian ini berusaha untuk mencari bagaimana resepsi khalayak pada penonton #CeritaAnak tentang Covid-19 yang memberikan penggambaran berupa video cerita untuk anak. Penelitian

dengan menggunakan analisis resepsi dapat melihat bagaimana informan memaknai isi video cerita tersebut yang tentu saja dengan latar belakang seseorang yang berbeda-beda.

Hall dalam (Intiha, 2020) menjelaskan bahwa, terdapat tiga hipotesis yang dapat dimiliki oleh khalayak atau informan dalam memaknai isi media, yakni:

1. *Dominant-Hegemonic Reading*, Pembaca atau khalayak sejalan dengan kode-kode program (yang didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, serta keyakinan dan asumsi) dan juga secara penuh menerima makna yang diberikan oleh media tersebut. Khalayak menerima dan jugapercaya terhadap video cerita yang dibuat oleh Youtube Kumparan tentang Covid-19.
2. *Negotiated Reading*, Khalayak dalalam batas-batas tertentu sejalan dengan kode-kode program dan pada dasarnya menerima makna yang diberikan oleh media tersebut, namun mengubahnya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan juga minat pribadinya. Khalayak dapat menerima atau menyukai video-video yang dibuat oleh Kumparan dan juga percaya apayang ditampilkan bahwa cara- cara terhindar Covid-19 yang ditampilkan dapat mencegah anak dari virus tersebut, akan tetapi khalayak juga memberikan pandangan persepsi yang berbeda-beda terhadap video-video #CeritaAnak.
3. *Opposition Reading*, Menurut Hall (2011) dalam (Intiha, 2020) khalayak tidak sejalan dengan kode-kode program serta menolak makna pembacaan yang diberikan, dan kemudian menentukan alternatif sendiri dalam menginterpretasikan atau memaknai pesan. Khalayak tidak menyukai video-video pada rubrik #CeritaAnak tentang Covid-19 yang dibuat oleh Kumparan.

Lokasi penelitian dilakukan di Jabodetabek dengan masyarakat urban. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer yakni wawancara. Dalam teknik pengumpulan data ini, peneliti akan menggunakan jenis wawancara semistruktur dengan menggunakan serta mengajukan pertanyaan kepada informan berdasarkan pedoman pertanyaan yang telah dibuat. Peneliti juga ingin meminta pendapat serta ide-ide dari informan. Wawancara penelitian ini akan dilakukan pada 4 informan kelompok yakni ibu dan anak. Akibat dari adanya pandemi Covid-19, peneliti melakukan wawancara secara daring dengan informan melalui Zoom Meeting. Namun apabila keadaan sudah mulai membaik peneliti akan bertemu langsung dengan informan. Serta data sekundernya yakni dengan dokumentasi dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori resepsi ini mementingkan tanggapan khalayak pada suatu teks, seperti tanggapan umum yang sifatnya penafsiran dan penilaian terhadap teks yang terdapat dalam waktu tertentu. Pesan-pesan yang tersalurkan dari media tersebut, itu merupakan gabungan berbagai tanda yang kompleks yang dimana sebuah "*Preferred Reading*" sudah ditentukan, tetapi masih memiliki potensi diterima oleh khalayak dengan cara yang berbeda, dari bagaimana pesan itu dikirimkan (Intiha, 2020). *Preferred Reading* dalam penelitian ini yaitu pesan yang ingin disampaikan oleh Waitek ini sebagai penulis dari ceritanya yang berkolaborasi dengan Kumparan mengenai bagaimana caranya anak terhindar dari virus Covid-19, dimana virus ini bukan hanya menyerang orang dewasa saja namun juga anak-anak rentan untuk terpapar virus ini. Sehingga anak juga sangat harus diberikan sosialisasi mengenai virus ini, dan Kumparan melakukan sosialisasi ini dalam bentuk video cerita. Disebutkan oleh Baran (2010) dalam (Pujileksono, 2015) bahwa analisis resepsi berfokus pada kemampuan seseorang dalam memaknai bentuk konten tertentu dan kemungkinan untuk tujuan pribadi yang relevan. Berfokus pada isi pesan merupakan salah satu ciri utamanya.

Menurut Hall dalam (Intiha, 2020) menjelaskan bahwa, terdapat tiga posisi yang berbeda pada saat khalayak dapat memaknai pesan yang diterima (decoding) yakni *dominant – hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan

oppositional reading. *Dominant-hegemonic reading* terjadi ketika penonton atau penerima pesan sesuai dengan dominan (*Preferred reading*) yang dimana ditawarkan oleh media. *Negotiated reading* terjadi ketika khalayak menerima makna dominan yang ditawarkan oleh media, namun khalayak memberikan pandangan yang berbeda sesuai dengan kondisi sosial mereka. Sedangkan pada posisi Oposisional yang berarti bahwa khalayak menolak terhadap teks atau pesan yang berlawanan dengan *preferred reading*.

Namun, satu informan dalam penelitian ini berada dalam posisi pemaknaan *negotiated reading* artinya penerima informan penelitian ini juga disesuaikan dengan kondisi sosial mereka. Hal ini dikarenakan, menurut informan sosialisasi melalui video ini memang efektif namun hanya untuk orang tua yang bermain sosial media, sehingga orang tua yang tidak bermain sosial media kurang mengetahui informasi ini. Meski disini lain, informan ini sependapat dengan pesan #CeritaAnak yang diberikan oleh kumparan cara-cara agar anak terhindar dari Covid-19.

Menariknya penelitian ini tidak ditemukannya pemaknaan oposisi. Hal ini diduga disebabkan kuatnya pesan di video tersebut sehingga tidak adanya posisi oposisi, dan juga informan penelitian ini merupakan masyarakat urban yang tinggal di perkotaan, yang mana akses informasi dan internet lebih mudah diperoleh, informan dalam penelitian ini juga memiliki pendidikan menengah atas, dan S1. Akibatnya para informan diasumsikan telah menerima sosialisasi terkait dengan Covid-19. Hal ini dapat dikatakan terdapat informan penelitian ini berada dalam posisi pemaknaan *dominant-hegemonic reading* dan *negotiated reading*. Berikut penjelasan terkait *dominant-hegemonic reading*.

A. Dominant-Hegemonic Reading

Pembaca sejalan dengan dengan kode-kode program yang dimana didalamnya terkandung nilai-nilai, sikap, keyakinan dan asumsi. Penerima pesan sesuai dengan makna dominan (*preferred reading*) yang ditawarkan oleh media. Pada posisi pemaknaan *dominant-reading*, informan memaknai pesan yang disampaikan oleh Kumparan#CeritaAnak untuk memberikan

Preferred Reading dalam penelitian ini yaitu pesan yang ingin disampaikan oleh Waitak ini sebagai penulis dari ceritanya yang berkolaborasi dengan Kumparan mengenai bagaimana caranya anak terhindar dari virus Covid-19. Informan 1,2, dan 4 memberikan penjelasan bahwa ia menyukai isi video cerita #CeritaAnak tentang edukasi Covid-19 di Youtube Kumparan, hal tersebut maka dapat dikategorikan bahwa informan 1,2, dan 4 masuk kedalam kategori *dominant-hegemonic reading*, dimana pada posisi tersebut tersebut khalayak dapat menerima pesan yang diberikan oleh media, berikut penjelasan informan 1:

“Pesannya sih yang saya maknainya sih yah, bahaya agar terhindar dari Covid ini, terus juga kita harus bisa bersosialisasi dengan anak juga, bahaya covid itu apa.” (Ibu informan 1)

“terus emm cara mencegahnya juga, bahayanya juga.” (Anak informan 1)

Informan 1 mengatakan bahwa ia menangkap pesan yang ingin disampaikan pada setiap video #CeritaAnak ini ialah bahaya agar terhindar dari Covid-19. Begitupun informan anak mengatakan bahwa pesan yang diterima olehnya ialah cara mencegah Covid-19. Hampir sama dengan informan 2, berikut penjelasannya:

“emmm secara umumnya sih setelah saya menonton jadi tau secara apa yah emmm ngejelasin virus itu apa, kenapa juga berbahaya. Lebih ke cara agar terhindar dari covid sih menurut saya pesan yang ingin disampaikan.” (Ibuinforman 2)

“emmm untuk apa tuh namanya emm agar terhindar dari covid-19.” (Anak informan 2)

Informan 2 mengatakan bahwa secara umum ia menangkap pesan yang ingin disampaikan ialah penjelasan tentang covid, kenapa bahaya lebih ke bagaimana cara agar terhindar dari Covid-19. Berikut penjelasan informan 4:

“kalau menurut saya pesan yang ingin disampaikan dari si pembuat video adalah bagaimana anak-anak itu bisa paham bagaimana menjaga diri mereka khususnya dimasa pandemi ini dan emm khususnya anak-anak yang mungkin di masa pandemi ini mereka itu emmm anak-anak itu kan masa- masanya mereka untuk bersosialisasi yah apalagi anak usia dini 0-8 atau 8-10 tahun yah apalagi 8-10 itu mereka memang lagi emm senang-senangnya bermain gitu diluar.” (Ibu informan 4)

“biar gak kena covid.” (Anak informan 4)

Informan 4 mengatakan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh sipembuat video ialah bagaimana nak- anak dapat paham bagaimana menjaga diri mereka si masa pandemi khususnya anak-anak yang dimana mereka masih senang-senangnya bermain diluar.

Selanjutnya ketika ditanyakan kepada ketiga informan yakni informan 1, 2, dan 4 terkait apa pendapat mereka tentang sosialisasi melalui video cerita yang dilakukan oleh Kumparan, dapat diperoleh jawaban yang beragam. Namun ada kesamaan jawaban dari ketiganya yakni sosialisasi melalui videocerita ini cukup efektif untuk anak mengetahui cara agar terhindar dari Covid-19. Berikut penjelasan informan 1:

“Menurut saya ini berhasil, karena anak-anak jadi lebih paham kan. Kaya kadang anak-anak kan susah yah buat disuruh pake masker karena pengap atau apa lah, nah dengan adanya edukasi kaya gini bagus sih anak jadi paham kalau pakai masker ternyata tuh penting apalagi kalau ada yang lagi batuk cepet nular” (Ibu Informan 1)

Informan 1 menjelaskan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh kumparan ini berhasil, karena membuat anak-anak menjadi lebih paham tentang virus ini. Hampir mirip dengan informan2, berikut penjelasannya:

“Cukup efektif sih iya untuk anak-anak apalagi kan emang kalau video singkat kaya gini kan juga bisa di share di sosialmedia kan. Terus juga kalau video ini kan kaya cocok juga yah buat anak seusia anak saya dimana dia lebih senang tuh liat video dari pada cuma dikasih tau lewat omongan doang tapi mereka itu butuh contoh, jadi edukasi lewat video ini sangat bagus dan bikin anak paham.” (Ibu Informan 2)

Informan 2 menjelaskan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh kumparan ini cukup efektif untuk anak- anak yang dimana video ini singkat dan juga mudah untuk di share ke banyak orang. Hampir mirip dengan informan 4, berikut penjelasannya:

“Iya sangat sekali efektif dengan adanya emm kumparan membuat video dabbing atau video cerita yang dibuat oleh mba watik itu dengan bentuk video ini dengan gampang tersebar oleh orang banyak.” (Ibu Informan 4)

Informan 4 menjelaskan bahwasosialisasi yang dilakukan oleh kumparan ini sangat efektif dengan adanya video dabbing serta video inimudah untuk tersebar ke banyak orang.

B. Negotiated Reading

Khalayak dalalam batas-batas tertentu sejalan dengan kode-kodeprogram dan pada dasarnya menerima makna yang diberikan oleh media tersebut, namun mengubahnya sedemikian rupa sehingga mencerminkan posisi dan juga minat pribadinya. Khalayak dapat menerima atau menyukai video-video yang dibuat oleh Kumparan dan juga percaya apayang ditampilkan bahwa cara-cara terhindar Covid-19 yang ditampilkan dapat mencegah anak dari virus tersebut, akan tetapi khalayak juga memberikan pandangan persepsi yang berbeda-beda terhadap video-video #CeritaAnak.

Informan 3 menjelaskan bahwa video ini sudah sangat bagus dan cukup efektif, namun hanya untuk ibu-ibu yangbermain media sosial sedangkan ibu-ibuatau orang tua yang tidak bermainmedia sosial mungkin tidak akan tau informasi ini. Faktor yang mempengaruhi informan 3 berada dalam posisi negosiasi adalah pendidikan S1 dan budaya, ia menyatakan bahwa sebagai berikut:

“Menurut saya ini cukup efektif, tapi buat orang tua yang bermedia sosial yah tentunya. Tapi menurut saya buat anak-anak yang orang tuanya tidak bermain media sosial kurang yah mereka kurang mengetahui informasi ini.”
(Ibu Informan 3)

Informan 3 menjelaskan bahwa video tersebut sudah cukup efektif untuk orang tua yang bermain media sosial, namun untuk anak-anak yang orang tuanya tidak bermain media sosial tentu saja kurang informasi terkait ini. Kemudian informan 3 memberikan pendapat hal yang harus dilakukan oleh kumparan, berikut penjelasan informan 3:

“Seharusnya kumparan juga harus membuat cara lain untuk menyampaikan informasi tersebut tapi bukan hanya melalui media sosial saja gitu agar semua ibu-ibu yang gak punya media sosial juga tau bagaimana cara mencegah covid untuk anak-anaknya gitu aja sih.” **(Ibu Informan 3)**

Informan 3 menjelaskan bahwa seharusnya kumparan juga membuat cara-cara lain untuk dapat menyampaikan informasi tersebut namun bukan melalui media sosial saja, agar ibu-ibu juga yang tidak memiliki media sosial dapat mengetahui cara- cara mencegah Covid-19 untuk anak- anaknya. Informan 3 pun memberikan penjelasan terkait pemaknaan pesanyang ia terima setelah menonton video tersebut, berikut penjelasannya:

“Pesan yang saya tangkap sih dari semua video itu cara agar anak-anak initerhindar dari covid yah, terus juga mengajarkan bagaimana mencuci tangan yang benar juga. Intinya sih saya banyak menerima informasi dari video tersebut.” **(Ibu informan 3)**

“videonya tentang covid biar rara tau tentang covid.” **(Anak informan 3)**

Informan 3 mengatakan bahwa pesan yang disampaikan adalah cara agar anak terhindar dari Covid-19, serta mengajarkan bagaimana cara agarterhindar dari virus ini.

C. Posisi Oposisional

Menurut Hall (2011) dalam (Intiha, 2020) khalayak tidak sejalan dengan kode-kode program serta menolak makna pembacaan yang diberikan, dan kemudian menentukan alternatif sendiri dalam menginterpretasikan atau memaknai pesan. Khalayak tidak menyukai video-video pada #CeritaAnak tentang Covid-19 yang dibuat oleh Kumparan.

Pada penelitian ini tidak ditemukan khalayak yang berada di *oppositional reading*. Karena penelitian ini jenuh dan khalayak lebih dominan ke *hegemonic reading*, yang artinya video #CeritaAnak ini begitu kuat dalam menyampaikan pesan yang ingin dicapai sehingga tidak adanya *oppositional reading*.

Tabel 1 Posisi Pemaknaan Informan terhadap Video #CeritaAnak

Deskripsi	Ita & Zahra (I- 1)	Minarni & Ghisan (I- 2)	Ira & Shapia (I-3)	Linda & Alimah (I-4)
Posisi	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan
	Bahaya agar terhindar dari Covid- 19 efektif untuk anak-anak	Cara agar terhindar dari Covid cukup efektif untuk anak-anak	Cara agar terhindar dari Covid- 19 cukup efektif, tapi hanya untuk orang tua yang bermain media sosial	Bagaimana anak paham dengan cara agar menjaga diri di masa pandemi cukup efektif untuk anak- anak

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan posisi pemaknaan penonton berada di posisi *dominant-hegemonic reading* dan *negotiated reading*. Sedangkan untuk oposisi tidak ditemukan dalam penelitian ini. Pemaknaan dilakukan oleh empat pasangan informan, informan ini melibatkan ibu dan anak, dimana 1 diantara keempat informan anak ialah laki-laki sedangkan 3 lagi ialah perempuan. Keempat informan ibu dari kalangan ibu rumah tangga dan satu guru TK yang memiliki usia 30-39 tahun, memiliki tingkat pendidikan menengah sarjana.

Video cerita #CeritaAnak terdapat empat part, memiliki *preferred reading* untuk memberikan edukasi cara-cara agar anak terhindar dari Covid-19, dimana virus ini bukan hanya menyerang orang dewasa saja namun juga anak-anak rentan untuk terpapar virus ini. Sehingga anak juga sangat harus diberikan sosialisasi mengenai virus ini, dan Kumparan melakukan sosialisasi ini dalam bentuk video cerita. Pemaknaan yang sama dinyatakan oleh sebagian besar informan penelitian ini, artinya informan penelitian ini menghasilkan pemaknaan *dominant-hegemonic reading*.

Namun terdapat satu informan penelitian ini berada kedalam posisi pemaknaan *negotiated reading*. Artinya penerima informan penelitian ini juga disesuaikan dengan kondisi sosial mereka. Hal ini dikarenakan, menurut informan bahwa video ini cukup efektif untuk anak-anak yang orang tua bermain media sosial, namun untuk anak-anak yang orang tua nya tidak bermain media sosial mungkin tidak dapat menerima informasi ini. Meski disisi lain, informan ini sependapat dengan pesan video #CeritaAnak yakni menyampaikan cara-cara agar anak terhindar dari Covid-19.

Menariknya, dalam penelitian ini tidak ditemukannya pemaknaan posisi oposisi. Hal ini disebabkan informan penelitian memiliki pendidikan menengah-sarjana dan juga tinggal dipertanian Jabodetabek, yang dimana mempunyai akses lebih mudah diperoleh. Akibatnya, para informan diasumsikan telah menerima sosialisasi terkait Covid-19 melalui media sosial lainnya.

Posisi baca tersebut, diperoleh berdasarkan faktor-faktor kontekstual seperti gender, etnis, budaya, pendidikan, dan pengalaman yang dimana dapat mempengaruhi informan dalam memberikan pemaknaan pada pesan yang ingin disampaikan dalam video #CeritaAnak dari sudut pandang yang berbeda berdasarkan latar belakang sosial, pengetahuan, dan juga pengalaman yang dimiliki dari setiap masing-masing informan.

REFERENSI

- Armani , R. E., Nursanti , S., & Ramdhani, M. (2021). KAMPANYE GEMA (GERAKAN BERSAMA) MELAWAN COVID-19 OLEH DINAS KESEHATAN KABUPATEN KARAWANG. *Journal of Communication Studies Vol. 6No. 1*, 9-20.
- CNBC Indonesia . (2020, Oktober 04). *Bingung Edukasi Covid-19 ke Anak? Ini Tips dari Kak Seto*. Retrieved from [cnbcindonesia.com: cnbcindonesia.com/news/20201004144302-4-191763/bingung-edukasi-covid-19-ke-anak-ini-tips-dari-kak-seto](http://cnbcindonesia.com/news/20201004144302-4-191763/bingung-edukasi-covid-19-ke-anak-ini-tips-dari-kak-seto)
- Covid19.co.id. (2022, febuari 12). *Data Sebaran*. Retrieved from Covid19.co.id: Covid19.co.id
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PustakaPelajar.
- Intiha , F. (2020). *ANALISIS RESEPSI PRESENTASI DIRI KONTEN TIKTOK@REZAGLADYS OLEH PENGIKUT AKUN*. Tangerang Selatan: Universitas Pembangunan Jaya .
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *The Indonesian Journal of Development Planning Vol. 4 No. 2*, 126-150.
- Meidina, R. S. (2018). Pengaruh Edukasimelalui Media Audio Visual terhadap Pengetahuan dan Sikap Remaja Overwight . *Jurnal Kesehatan* , 478.
- Neuman., W. L. (2013). *Metode penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif eds. 7*. Jakarta: PT. Indeka.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta .
- Sarkadi , Vidanti , V., & Astuti , H. W. (2021). PEMANFAATAN VIDEO SOSIALISASI PROTOKOL KESEHATAN UNTUK MENINGKATKAN DISIPLIN MASYARAKAT . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 04 No. 2*, 218-223.
- Triyandra, A. C. (2017). *Perencanaan Komunikasi Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Smart City* Doctoral dissertation. Riau: Riau University .
- Yuliana. (2020). *Wellness and Healthy Magazine, 2(1)* , 187.
- Yang , P., Liu, P., Li , D., & Zhao , D. (2020). Corona Virus Disease 2019, a Growing Threat to Children? . *Journal of Infection, 1*