



Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH.Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

## ANALISIS PENERIMAAN AUDIENS FILM DENGAN MENGGUNAKAN TEORI ENCODING-DECODING STUART HALL

### ***ANALYSIS OF FILM AUDIENCE RECEPTION USING STUART HALL'S ENCODING-DECODING THEORY***

**David P. Simorangkir<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup> Swiss German University, Tangerang, Indonesia

\*Korespondensi Penulis: david.simorangkir@sgu.ac.id

Diajukan: 15 Juli 2025 / Direvisi: 30 Juli 2025/ Disetujui: 25 Agustus 2025

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi audiens terhadap sebuah film dengan menggunakan Teori Encoding-Decoding dari Stuart Hall. Objek penelitian adalah film A Man Called Ahok (2018) karya Putrama Tuta. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana resepsi audiens yang diharapkan oleh pencipta film A Man Called Ahok?; 2) Bagaimana resepsi publik terhadap film A Man Called Ahok?; 3) Apakah terdapat perbedaan resepsi antara audiens keturunan Tionghoa dan audiens pribumi?; 4) Apakah film A Man Called Ahok menimbulkan perubahan persepsi audiens terhadap Basuki Tjahaja Purnama? Metode penelitian yang digunakan adalah analisis resepsi audiens dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam bersama sutradara Putrama Tuta, serta wawancara daring dengan 20 orang penonton yang merupakan karyawan ber-KTP Jakarta. Informan tersebut dibagi ke dalam empat kategori: laki-laki keturunan Tionghoa, perempuan keturunan Tionghoa, laki-laki pribumi, dan perempuan pribumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Resepsi audiens yang diharapkan oleh Putrama Tuta adalah agar film ini dapat memengaruhi anak-anak untuk menjadi pribadi yang memberikan dampak positif bagi masyarakat, serta menggerakkan para ayah untuk mendidik anak-anak mereka seperti yang dilakukan oleh ayah Ahok; 2) Resepsi audiens terhadap film ini berada pada kategori Negotiated; 3) Tidak terdapat perbedaan signifikan antara audiens keturunan Tionghoa dan audiens pribumi dalam resepsi mereka terhadap film A Man Called Ahok; 4) Keempat kelompok informan tidak mengalami perubahan persepsi mengenai sosok Ahok setelah menonton film tersebut.

**Kata Kunci:** Resepsi audiens; Film; A Man Called Ahok; Teori Encoding-Decoding

#### **Abstract**

*This study seeks to analyze the audience reception of a film using Stuart Hall's Encoding-Decoding Theory. The research object of this study is Putrama Tuta's 2018 film, "A Man Called Ahok". The research questions are : 1) What is the audience reception expected by the creators of the film A Man Called Ahok?; 2) What is the public's reception of the film A Man Called Ahok?; 3) Is there any difference in reception between audiences of Chinese ethnicity and Indigenous ethnicity?; 4) Does the film A Man Called Ahok cause any change in the audience's perception of Basuki Tjahaja Purnama? The research method used is the audience reception analysis method with a qualitative approach through in-depth interviews with director Putrama Tuta and online interviews with 20 audience members who are employees with Jakarta IDs, divided into four categories: Chinese ethnic males, Chinese ethnic females, Indigenous ethnic males, and*



*Indigenous ethnic females. Results of the research indicate that: 1) The audience reception expected by Putrama Tuta is for the film to influence children to become people who make an impact on society, and for fathers to be moved to educate their children like Ahok's father; 2) The audience reception falls into the Negotiated category; 3) There is no significant difference between audiences of Chinese and Indigenous ethnicities in terms of their reception of the film A Man Called Ahok; 4) All four groups of informants did not experience any change in their perception of Ahok after watching the film A Man Called Ahok. The research results were analyzed using the Encoding-Decoding Theory perspective by Stuart Hall.*

**Keywords:** Audience reception; Film; "A Man Called Ahok"; Encoding-Decoding Theory

## Pendahuluan

Basuki Tjahaja Purnama atau yang lebih dikenal dengan nama Ahok merupakan salah satu tokoh politik di Indonesia yang terkenal dengan gaya kepemimpinannya yang tegas dan berani. Ia lahir dan besar di Bangka Belitung dalam keluarga keturunan Tionghoa. Keluarganya dikenal cukup erat serta memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Mereka menunjukkan kepedulian mendalam terhadap kondisi sosial daerah dan kampung halamannya, sehingga—seperti halnya keturunan Tionghoa lain di Belitung Timur—interaksi dan asimilasi mereka dengan masyarakat lokal berlangsung harmonis. Bahasa sehari-hari yang digunakan etnis tersebut juga diterima dan dipakai sebagian masyarakat, terutama di kawasan pasar tradisional (Pemerintah Kabupaten Belitung Timur, 2015).

Karier politik Ahok dimulai pada tahun 2004. Sebelum terjun ke dunia politik, Ahok merupakan seorang pengusaha di Bangka Belitung. Usahanya bergerak di bidang pengolahan pasir kuarsa melalui pabrik Gravel Pack Sands (GPS) yang dipersiapkan sejak tahun 1992 dan mulai beroperasi pada 1995. Dalam menjalankan bisnis tersebut, ia mengalami langsung kerumitan birokrasi pemerintahan yang sarat praktik korupsi. Hal tersebut mendorong Ahok untuk melawan oknum pejabat pemerintah yang bertindak sewenang-wenang, yang akhirnya menyebabkan penutupan pabrik pasir kuarsa miliknya (Team Ahok.org, 2007).

Pada tahun 2004, Ahok memulai karier politik dengan bergabung dalam Partai Perhimpunan Indonesia Baru (PPIB) dan terpilih sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Belitung Timur untuk periode 2004–2009. Selama menjabat sebagai legislator, ia menunjukkan integritas dengan menolak praktik Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN), termasuk menolak menerima dana perjalanan dinas fiktif (SPPD), serta turun langsung ke lapangan untuk mendengar keluhan dan aspirasi masyarakat. Hal ini membuat namanya semakin dikenal luas oleh publik (Team Ahok.org, 2007).

Di tengah masa jabatannya, tepatnya pada tahun 2005, Ahok mencalonkan diri sebagai Bupati Belitung Timur bersama calon wakilnya, Khairul Efendi. Kampanye yang mereka lakukan berlangsung sederhana dan jauh dari praktik politik uang. Sebagai bentuk pelayanan langsung, Ahok bahkan memberikan nomor telepon pribadinya kepada masyarakat. Pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) pertama Kabupaten Belitung Timur yang diselenggarakan pada 18 Juni

Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.



2005, pasangan ini memperoleh suara terbanyak, yakni 37,13% dari lima pasangan calon yang bersaing. Ahok dan pasangannya resmi dilantik sebagai Bupati dan Wakil Bupati Belitung Timur pada 3 Agustus 2005 untuk masa jabatan 2005–2010 (Pemerintah Kabupaten Belitung Timur, 2015).

Sejak awal masa kepemimpinannya, Ahok bersama wakilnya langsung mengimplementasikan visi dan misi mereka. Dalam bidang pemerintahan, kebijakan yang diterapkan meliputi kesederhanaan kepemimpinan, efisiensi dan efektivitas anggaran, serta peningkatan kualitas aparatur daerah. Pada bidang sosial, mereka menjalankan program pelayanan sosial, kesehatan, dan pendidikan gratis mulai dari tingkat Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA). Seluruh pembiayaan dimasukkan ke dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) tahun 2006. Pemerintah daerah juga memberikan jaminan kesehatan bagi 50.000 penduduk melalui kerja sama dengan PT Askes (Persero) pada tahun yang sama (Pemerintah Kabupaten Belitung Timur, 2015).

Keberhasilan Ahok memimpin Belitung Timur memberinya kepercayaan diri untuk maju sebagai calon Gubernur Bangka Belitung pada tahun 2007, meskipun ia tidak berhasil memenangkan pemilihan tersebut.

Karier politiknya berlanjut hingga ke tingkat nasional. Pada tahun 2009, ia mencalonkan diri sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) melalui Partai Golkar dan berhasil terpilih, kemudian duduk di Komisi II DPR RI. Pada tahun 2012, ia keluar dari Partai Golkar dan bergabung dengan Partai Gerindra. Bersama Joko Widodo sebagai calon Gubernur DKI Jakarta, Ahok maju sebagai calon Wakil Gubernur dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012. Pasangan ini meraih suara mayoritas dan resmi dilantik sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta periode 2012–2017. Setelah Joko Widodo terpilih sebagai Presiden Republik Indonesia ke-7 pada 2014, Ahok kemudian dilantik sebagai Gubernur DKI Jakarta (PT Media Baru, n.d.).

Sepanjang karier politiknya, Ahok menghadapi berbagai bentuk penolakan publik karena faktor etnis Tionghoa dan agama yang dianutnya, yakni Kristen. Penolakan tersebut semakin kuat ketika ia menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, terlebih karena ia juga bukan berasal dari etnis Betawi. Puncak ketegangan terjadi pasca Pilkada DKI Jakarta 2017, ketika Ahok dinyatakan bersalah atas kasus penistaan agama dan dijatuhi hukuman penjara selama dua tahun.

Film *A Man Called Ahok* merupakan film nasional yang tayang perdana pada 2018. Film ini disutradarai oleh Putrama Tuta dan diadaptasi dari buku *A Man Called #Ahok: Sepenggal Kisah Perjuangan & Ketulusan* karya Rudi Valinka. Kisahnya mengangkat perjalanan hidup Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Belitung Timur (Hariyanto, 2018). Film ini diproduksi oleh The United Team of Art dan turut diproduseri oleh Ilya Sigma, Emir Hakim, serta Reza Hidayat, dengan Daniel Mananta berperan sebagai Ahok dewasa dan Eric Febrian sebagai Ahok remaja. Beberapa aktor lain yang turut membintangi film ini antara lain Denny Sumargo, Chew Kin Wah, Sita Nursanti, Donny Damara, Ferry Salim,



Erika Rein, dan Jill Gladys. Proses syuting berlangsung di Belitung selama 37 hari, dari Maret hingga April 2018 (Wirastama, 2018; Setiawan, 2018). Film ini resmi dirilis serentak di bioskop seluruh Indonesia pada 8 November 2018 (Nurindah, 2018)

Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH.Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

## Metode Penelitian

### Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah film “*A Man Called Ahok*” yang dirilis pada November 2018. Penelitian dilakukan di Jakarta dengan menggunakan metode analisis resepsi audiens melalui pendekatan kualitatif. Menurut Sarantakos, metode berfungsi sebagai alat panduan bagi peneliti sosial dalam memilih unsur dasar metodologi, seperti persepsi terhadap realitas dan perilaku manusia (Kurniadi, 2011). Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengamati dan menganalisis aspek komunikasi implisit dari objek penelitian, serta membangun realitas dan memahami maknanya (Wibowo, 2013).

Selain pendekatan kualitatif, penelitian ini juga menggunakan kajian budaya (cultural studies) yang menelaah dominasi media terhadap audiens. Pada dasarnya, audiens cenderung tunduk pada dominasi media, suatu konsep yang disebut hegemoni. Namun, dalam perkembangannya, audiens juga dipandang memiliki kekuatan yang sama dengan kelompok dominan untuk menolak dominasi tersebut. Hal ini disebut sebagai kontra-hegemoni. Tahap akhir kajian budaya adalah decoding. Dalam penelitian ini, pendekatan kajian budaya digunakan dengan melakukan decoding terhadap film “*A Man Called Ahok*.”

Subjek penelitian mendapatkan perlakuan berupa penayangan film “*A Man Called Ahok*.” Setelah menonton, partisipan memberikan decoding atau interpretasi mereka terhadap film melalui tiga kategori makna: hegemonik-dominan, negosiasi, atau oposisi. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretivisme karena menekankan pemahaman terhadap fenomena sosial dengan berfokus pada makna subjektif dan pengalaman informan.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan wawancara daring. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data kualitatif yang melibatkan interaksi intensif dengan sejumlah kecil responden untuk menggali perspektif mereka terhadap ide, program, atau situasi tertentu (Boyce & Neale, 2006). Adapun pelaksanaannya sebagai berikut:

Wawancara mendalam dilakukan dengan sutradara film “*A Man Called Ahok*”, Putrama Tuta, untuk menggali pandangan dan ide di balik pembuatan film. Alat bantu berupa kamera dan perekam suara digunakan untuk mempermudah proses transkripsi hasil diskusi.

Metode pengambilan sampel menggunakan convenient sampling dengan teknik snowball effect. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengeksplorasi resepsi dan interpretasi masing-masing kelompok terhadap pesan yang disampaikan dalam film “*A Man Called Ahok*.”



Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH.Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis resepsi yang merupakan bagian dari kerangka encoding-decoding Stuart Hall. Peneliti menggunakan tiga tahapan analisis data berdasarkan metode pengolahan data resepsi yang dikemukakan oleh Jensen (1990), yaitu:

#### Tahap Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan wawancara daring. Seluruh proses wawancara juga didokumentasikan.

#### Tahap Analisis

Data yang diperoleh dari rekaman wawancara ditranskrip, diseleksi, dan dikategorikan. Transkrip kemudian dianalisis secara manual dengan mengelompokkan pernyataan, komentar, opini, dan aspek lain yang relevan. Wawancara dengan sutradara dilakukan untuk menggali ide dan perspektif kreator, sementara wawancara daring dengan 20 informan dibagi ke dalam empat kelompok berdasarkan kategori etnis dan gender sebagaimana dijelaskan di atas.

#### Tahap Interpretasi Data Resepsi

Pada tahap ini, peneliti menafsirkan pengalaman media yang dialami audiens. Peneliti tidak hanya menyesuaikan temuan dengan model pembacaan dalam kerangka teori, tetapi juga mengelaborasi temuan nyata dari lapangan. Hal ini memungkinkan munculnya pola atau model resepsi yang benar-benar sesuai dengan konteks penelitian.

## Hasil Dan Pembahasan

### Findings from Interview with Director Putrama Tuta

Hasil wawancara mendalam dengan Putrama Tuta menunjukkan bahwa film A Man Called Ahok tidak dimaksudkan sebagai film politik, melainkan film dengan konteks sosial. Putrama Tuta menjelaskan bahwa ia bukan pengagum pribadi Ahok, bahkan menganggap karakter Ahok sering menyebalkan karena temperamennya. Namun, ia mengakui bahwa Ahok adalah figur langka yang mampu memberi dampak signifikan pada bangsa.

Motivasi utama pembuatan film ini berangkat dari kejujuran dan kekecewaan pribadi Putrama Tuta terhadap penggunaan agama sebagai senjata politik. Ia menegaskan bahwa pesan utama film ini adalah tentang hubungan ayah dan anak, khususnya bagaimana seorang ayah membentuk karakter anaknya. Karena itu, tokoh Veronica sengaja dihilangkan agar fokus cerita tidak bergeser ke ranah romantis.



Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

Sebagai sutradara, Putrama Tuta menekankan pentingnya menjaga jarak kritis agar film tidak jatuh pada glorifikasi. Oleh sebab itu, biopik ini digarap dengan menekankan keaslian karakter Ahok: keras, tegas, sekaligus berprinsip. Walaupun demikian, film ini tidak dimaksudkan sebagai potret kepemimpinan Ahok, melainkan sebagai refleksi tentang bagaimana proses pendidikan keluarga dapat melahirkan seorang tokoh yang berani melawan ketidakadilan.

Putrama Tuta juga menyoroti isu diskriminasi etnis dan agama di Indonesia. Menurutnya, persoalan Ahok bukan semata-mata soal penistaan agama, tetapi ketidaksiapan sebagian masyarakat untuk menerima pemimpin non-Muslim, khususnya dari etnis Tionghoa. Meski demikian, film ini tetap ditujukan untuk generasi muda dan para orang tua, dengan harapan agar anak-anak terinspirasi menjadi pribadi yang berdampak positif bagi masyarakat, dan para ayah terdorong untuk mendidik anak-anaknya sebagaimana ayah Ahok mendidik putranya.

Dengan demikian, resepsi yang diharapkan sutradara adalah bahwa film ini menjadi sarana refleksi bagi keluarga dan pendidikan generasi, bukan sebagai medium politik praktis.

### **Findings from Audience Interviews**

#### **a. Audience Opinions about Ahok Before Watching the Film**

Keempat kategori informan (Tionghoa-Indonesia laki-laki/perempuan, pribumi laki-laki/perempuan) sama-sama memiliki pandangan positif terhadap Ahok sebelum menonton film. Ia dipandang sebagai sosok jujur, tegas, berani, dan peduli pada rakyat kecil.

#### **b. Audience Opinions on Ahok's Leadership Before Watching the Film**

Sebelum menonton film, seluruh informan juga menilai gaya kepemimpinan Ahok secara positif: tegas, bersih, berintegritas, dan berani mengambil keputusan kontroversial.

#### **c. Audience Opinions on Ahok's Portrayed Personality in the Film**

Setelah menonton, mayoritas informan menilai penggambaran karakter Ahok dalam film konsisten dengan kenyataan. Ahok dipandang tegas, jujur, peduli pada orang lain, keras kepala, namun tulus. Peran ayah Ahok dinilai sangat menentukan pembentukan karakternya.

#### **d. Audience Opinions on Ahok's Leadership in the Film**

Penggambaran kepemimpinan dalam film lebih menitikberatkan pada latar belakang Ahok dan perjuangannya sejak muda, bukan pada kiprahnya sebagai



gubernur. Namun demikian, para informan menilai kepemimpinan Ahok tetap tercermin: tegas, anti-korupsi, jujur, dan bertanggung jawab.

#### e. Audience Opinions on Ethnicity in the Film

Baik informan Tionghoa maupun pribumi menilai film tidak berlebihan menekankan etnis Ahok. Ia digambarkan tetap memegang nilai budaya Tionghoa, tetapi nasionalis, humanis, dan mampu berbaur dengan masyarakat lain.

#### f. Messages Received by the Audience

Pesan yang ditangkap audiens beragam tetapi cenderung positif. Informan Tionghoa lebih menekankan pada pembentukan karakter dan kejujuran Ahok. Sementara itu, informan pribumi lebih menangkap pesan perjuangan Ahok melawan ketidakadilan, anti-korupsi, dan pentingnya keberanian untuk melawan kebiasaan buruk yang sudah mengakar.

#### g. Audience Agreement with the Message

Hampir semua informan menyatakan sepakat dengan pesan film, meski ada sebagian kecil yang menilai penggambaran Ahok kurang lengkap atau terlalu idealis.

#### h. Changes in Audience Perception After Watching the Film

Mayoritas informan menyatakan tidak ada perubahan signifikan pada pandangan mereka terhadap Ahok setelah menonton film. Perubahan yang muncul hanya sebatas peningkatan pemahaman terhadap latar belakang Ahok (pada laki-laki Tionghoa dan pribumi) serta bertambahnya rasa kagum (pada perempuan pribumi).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa resepsi yang diharapkan oleh sutradara (encoder) adalah agar film *A Man Called Ahok* menjadi inspirasi bagi generasi muda dan refleksi bagi para orang tua. Namun, resepsi audiens (decoder) tidak sepenuhnya identik. Walaupun mayoritas informan menangkap pesan positif dan sepakat dengan nilai yang disampaikan, mereka menafsirkan pesan dengan penekanan yang berbeda.

**Dominant-Hegemonic Reading:** Tidak ditemukan secara kuat, karena audiens tidak secara total menginternalisasi pesan persis seperti yang diharapkan sutradara.

**Negotiated Reading:** Menjadi kategori dominan dalam penelitian ini. Audiens pada umumnya setuju dengan nilai yang disampaikan (kejujuran, anti-korupsi, pentingnya pendidikan keluarga), tetapi tetap menafsirkan sesuai latar belakang mereka masing-masing (misalnya, etnis Tionghoa lebih fokus pada



pembentukan karakter, sedangkan pribumi lebih fokus pada perjuangan melawan ketidakadilan).

**Oppositional Reading:** Hampir tidak muncul, meskipun ada sedikit kritik terkait penggambaran Ahok yang dianggap tidak lengkap atau terlalu idealis.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa encoding yang dilakukan oleh sutradara diterima secara negotiated oleh audiens. Tidak ada perbedaan signifikan antara audiens Tionghoa-Indonesia dan pribumi, meski fokus penafsiran berbeda.

## Simpulan

Resepsi audiens yang diharapkan oleh Putrama Tuta melalui film *A Man Called Ahok* adalah agar anak-anak terinspirasi untuk tumbuh menjadi individu yang memberikan dampak positif bagi masyarakat serta mendorong para ayah untuk mendidik anak-anaknya sebagaimana ayah Ahok mendidik putranya. Dalam penelitian ini, Putrama Tuta diposisikan sebagai pihak encoder.

Meskipun tidak semua audiens menafsirkan pesan yang sama, seluruh informan sepakat dengan pesan yang mereka tangkap dari film *A Man Called Ahok*. Resepsi audiens berada dalam kategori negotiated, yaitu kondisi di mana penonton secara umum memahami pesan yang disampaikan media, tetapi makna yang diinterpretasikan tidak seragam. Bentuk resepsi ini mengandung elemen adaptif sekaligus oposisi, sehingga pesan bersifat negosiasi. Dalam konteks penelitian ini, audiens berperan sebagai decoder.

Tidak terdapat perbedaan signifikan antara audiens Tionghoa-Indonesia dan pribumi dalam menerima film *A Man Called Ahok*. Namun demikian, audiens Tionghoa-Indonesia cenderung lebih menyoroti aspek pembentukan karakter Ahok, sementara audiens pribumi juga menangkap pesan mengenai perjuangan Ahok melawan korupsi dan ketidakadilan.

Dari keempat kelompok informan, tidak ada yang mengalami perubahan pandangan terhadap Ahok setelah menonton film. Perubahan yang muncul lebih pada peningkatan pemahaman mengenai latar belakang Ahok (khususnya pada informan laki-laki Tionghoa-Indonesia dan pribumi) serta peningkatan rasa kagum (pada informan perempuan pribumi).

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu homogenitas informan, karena hampir seluruhnya merupakan simpatisan Ahok. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti mengelompokkan informan ke dalam empat kategori: laki-laki Tionghoa-Indonesia, perempuan Tionghoa-Indonesia, laki-laki pribumi, dan perempuan pribumi. Namun demikian, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan dari berbagai kelas sosial, seperti kelas menengah atas maupun menengah bawah, agar data lebih beragam.

Dalam penelitian ini, keterlibatan sutradara *A Man Called Ahok*, Putrama Tuta, digunakan untuk memahami resepsi yang ia harapkan dari audiens. Mengingat sebuah film juga melibatkan pihak lain seperti produser dan penulis

Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.



Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

naskah, maka penelitian berikutnya disarankan untuk menyertakan wawancara dengan pihak-pihak tersebut.

Teknik wawancara daring dengan 20 informan terbukti cukup efektif. Namun, untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas keterwakilan data dari kelompok tertentu, Focus Group Discussion (FGD) dapat digunakan agar melibatkan lebih banyak partisipan dalam waktu bersamaan.

Meskipun Ahok lebih dikenal melalui kiprahnya di bidang politik, sutradara menegaskan bahwa film ini tidak dimaksudkan membawa konteks politik, melainkan sosial. Akan tetapi, sebagian audiens tetap menangkap pesan bermuansa politik, yang dipengaruhi oleh pesan eksternal di luar film, seperti pemberitaan media massa. Oleh karena itu, apabila penelitian selanjutnya hendak menyoroti aspek politik secara lebih mendalam, disarankan untuk menggunakan objek penelitian yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam serta wawancara daring. Metode ini efektif untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Namun demikian, temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara statistik dan hanya berlaku bagi partisipan yang terlibat. Dengan demikian, untuk memperoleh data yang dapat digeneralisasi dan mewakili populasi yang lebih luas, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.

Kajian resepsi audiens seperti penelitian ini memiliki kontribusi penting, baik bagi akademisi maupun praktisi perfilman, karena memberikan gambaran mengenai bagaimana audiens beresonansi dengan film serta bagaimana mereka memahami dan menafsirkan pesan di dalamnya. Pada akhirnya, analisis resepsi memberikan wawasan tentang bagaimana film dapat memengaruhi cara pandang audiens terhadap realitas sosial.

## Daftar Pustaka

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Barker, C. (2005). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Benteng Pustaka.
- Boyce, C., & Neale, P. (2006, May). *Pathfinder International*. Pathfinder International:  
[http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m\\_e\\_tool\\_series\\_indepth\\_interviews.pdf](http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf) (Diakses pada April 2019)
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Danesi, M (2013). *Encyclopedia of Media and Communication*. University of Toronto Press. pp. 574-575.
- Hall, S. (1974). The television discourse-encoding and decoding. Education and culture.



Redaksi :  
Gedung F lantai 15,  
MH.Thamrin Boulevard 1100  
Lippo Village,  
Tangerang, 15811.

- Jensen, K. B. (1990). The politics of polysemy: Television news, everyday consciousness and political action. *Media, Culture & Society*, 12(1), pp. 57-77.
- Kurniadi, B. D. (2011). *Praktek Penelitian Kualitatif: Pengalaman dari UGM*. Yogyakarta: Research Center of Politics and Government: Department of Politics and Government UGM.
- Meidasari, V (2014) *Communication Strategies in Translation an Active Reception Analysis Between the Translation and Readers Reception*.
- Morley, D. (1980). The Nationwide Audience. London: British Film Institute. Gertrude Joch Robinson, 221.
- Morley, D. (2005). Family television: Cultural power and domestic leisure. Routledge.
- Nurindah, H (2018). "Film A Man Called Ahok Tayang 8 November, Daniel Mananta Buktikan Totalitasnya Melalui Video Ini". TribunWow.com.
- O'Shaughnessy, M & Stadler, J (2005). *Media And Society*. Oxford University Press. pp. 102-104.
- Ott, B & Mack, R (2010). *Critical Media Studies: An Introduction*. John Wiley & Sons. pp. 224-227.
- Pemerintah Kabupaten Belitung Timur. (2015, August 15). *Beranda: Profil*. Pemerintah Kabupaten Belitung Timur: [https://www.belitungtimurkab.go.id/?page\\_id=3161](https://www.belitungtimurkab.go.id/?page_id=3161) (Diakses pada April 2019)
- PT Viva Media Baru. (n.d.). *Profil: Basuki Tjahaja Purnama*. [www.viva.co.id: https://www.viva.co.id/siapa/read/85-ahok](http://www.viva.co.id: https://www.viva.co.id/siapa/read/85-ahok) (Diakses tanggal 23 April 2019)
- Setiawan, L (2018). "Film A Man Called Ahok Butuh Waktu 37 Hari Syuting di Belitung". Grid.id.
- Silverstone, R. (1991). From audiences to consumers: the household and the consumption of communication and information technologies. *European Journal of Communication*, 6(2), pp. 135-154.
- Silverstone, R., Hirsch, E., & Morley, D. (1991). Listening to a long conversation: an ethnographic approach to the research of information and communication technologies in the home. *Cultural Studies*, 5(2), pp. 204-227.
- Team Ahok.org. (n.d.). *About: Ahok*. Ahok: <http://ahok.org/about/> (Diakses pada April 2019)
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wirastama, P (2018). "Film A Man Called Ahok Angkat Kisah Ahok di Belitung". Metrotv

