



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 7617-7629

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Komentar Terhadap Pemberitaan Maraknya Minuman Beralkohol Periode 29 – 31 Oktober 2024 Pada Akun Instagram @Jogjainfo

Alfian Fikra Fatihan^{1✉}, Alvian Alrasid Ajibulloh²

Universitas Amikom Yogyakarta

Email: alfianfikra@students.amikom.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi khalayak melalui komentar pada unggahan tentang peredaran minuman beralkohol pada akun @jogjainfo periode 29-31 Oktober 2024, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall. Teori ini mengelompokkan pemaknaan khalayak menjadi 3 kategori yakni *Dominant Reading*, *Negotiated Meaning*, dan *Oppositional Decoding*. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pola resepsi komentar pada khalayak terkait pemberitaan peredaran minuman beralkohol di Yogyakarta pada akun Instagram @jogjainfo. Hasil penelitian ini menunjukkan kategori *Oppositional Decoding* memiliki frekuensi yang tinggi terkait pemaknaan peredaran minuman beralkohol. kemudian kategori *Negotiated Meaning* dan paling rendah yakni kategori *Dominant Reading*.

Kata Kunci: *Resepsi Khalayak, Instagram, Peredaran Miras, Analisis Konten, @Jogjainfo*

Abstract

This study aims to analyze audience reception through comments on posts about the circulation of alcoholic beverages on the Instagram account @jogjainfo from October 29–31, 2024. The study uses a quantitative approach with descriptive content analysis. The sampling technique is purposive and employs Stuart Hall's Reception Analysis Theory. This theory categorizes audience interpretation into three categories: Dominant Reading, Negotiated Meaning, and Oppositional Decoding. This study is intended to analyze the reception patterns of audience comments regarding news about the circulation of alcoholic beverages in Yogyakarta on the Instagram account @jogjainfo. The results of this study show that the Oppositional Decoding category has a high frequency of interpretation regarding the circulation of alcoholic beverages, followed by the Negotiated Meaning category, and the lowest is the Dominant Reading category.

Keywords: Audience Reception, Instagram, Alcohol Distribution, Content Analysis, @Jogjainfo

PENDAHULUAN

Minuman beralkohol atau biasa disebut minuman keras adalah salah satu minuman yang memiliki kandungan zat etanol dimana zat tersebut dapat mengakibatkan peminumnya mengalami halusinasi dan penurunan kesadaran, minuman beralkohol memiliki zat adiktif yang memiliki efek kecanduan bagi penggunaanya serta memiliki efek jangka panjang bagi tubuh yang bisa membahayakan dan menghambat sistem kerja tubuh.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2024 Tentang Tata Cara Penerbitan Pertimbangan Teknis Impor Bahan Baku Minuman Beralkohol dan Preparat Bau-Bauan Mengandung Alkohol dalam Pasal 1 yakni Minuman Beralkohol adalah minuman yang mengandung etanol atau etil alkohol (C_2H_5OH) yang diproses dari bahan hasil pertanian yang mengandung karbohidrat dengan cara fermentasi dan distilasi atau fermentasi tanpa distilasi. Sementara itu menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 86/Men.kes/Per/IV/77 Tahun 1977 Tentang Minuman Keras menyatakan bahwa minuman keras adalah semua jenis minuman beralkohol tetapi bukan obat, meliputi minuman keras golongan A, minuman keras golongan B dan minuman keras golongan C dimana pengelompokanya sebagai berikut:

1. Minuman keras golongan A adalah minuman keras dengan kadar etanol 1% sampai dengan 5%
2. Minuman keras golongan B adalah minuman keras dengan kadar etanol 5% sampai dengan 20%
3. Minuman keras golongan C adalah minuman keras dengan kadar etanol 20% sampai dengan 55%

Di Indonesia jumlah pengkonsumsi minuman beralkohol terbilang cukup tinggi serta hampir menjadi kebiasaan di kota kota besar maupun di desa desa, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik jumlah konsumsi alkohol yakni umur 15 tahun keatas sedangkan data pada 2021 menunjukkan bahwa pengkonsumsi minuman beralkohol di Indonesia adalah 0,36 dimana 0,18 di wilayah perkotaan dan di wilayah perdesaan 0,60 sedangkan di tahun 2022 angka pengkonsumsi minuman beralkohol di Indonesia mengalami penurunan yakni 0,33 dimana 0,18 di wilayah perkotaan dan di wilayah perdesaan 0,53. Meskipun pada tahun 2022 mengalami penurunan, akan tetapi trend dalam mengkonsumsi minuman beralkohol di wilayah perdesaan terbilang cukup tinggi dimana hal tersebut terjadi dikarenakan banyaknya penjual minuman beralkohol secara ilegal yang tidak memiliki izin resmi dari pemerintah.

Media sosial dapat membentuk stigma atau opini publik terhadap isu isu yang populer di masyarakat, dimana media tidak hanya menjadi pihak pasif dan netral namun media dapat menjadi konstruksi realitas dengan menyajikan berita sesuai fakta, objektif dan aktual yang dapat menjadi pembentukan opini publik (Yunus, 2020). Dampak dari pemberitaan di media massa sangatlah banyak, salah satunya yakni pembentukan opini publik. Menurut Damaryanti et al., (2022) opini publik adalah sikap yang diutarakan oleh seseorang dalam meneliti suatu topik lalu dapat memiliki sikap, perspektif dan perilaku yang dapat dipengaruhi oleh isu tersebut.

Maraknya kasus minuman alkohol di Yogyakarta telah menjadi perhatian publik dimana pada tanggal 23 Oktober 2024 terjadi kasus tindak kejahatan tentang 2 santri mengalami penganiayaan oleh orang tidak dikenal, dalam kasus tersebut adanya indikasi faktor mengkonsumsi minuman beralkohol yang menjadi penyebab penganiayaan tersebut. Akibat kejadian itu banyak aksi yang dilakukan oleh masyarakat menuntut penutupan gerai gerai yang menjual minuman beralkohol. Kasus peredaran minuman beralkohol di Yogyakarta menjadi salah satu perhatian publik khususnya di media sosial ada banyak golongan pro dan kontra terkait berita tersebut melalui komentar komentar yang muncul di setiap unggahan minuman beralkohol, pola komunikasi dari komentar menjadi salah satu hal yang menarik karena penerimaan dan pemaknaan suatu pemberitaan akan berbeda beda antara individu dengan individu lainnya. Banyaknya persepsi yang muncul disebabkan oleh adanya perbedaan kebudayaan yang ada di masyarakat terkait pandangan minuman keras, banyak masyarakat menilai bahwa penggunaan minuman keras lebih banyak negatifnya dibanding sisi positif karena perbedaan kebudayaan yang sangat kontras di Yogyakarta.

Peneliti memilih akun Instagram @jogjainfo dengan pemberitaan maraknya minuman beralkohol di Yogyakarta sebagai objek penelitian yakni dengan adanya kasus tersebut muncullah berbagai opini publik khususnya di media sosial yang dapat membentuk konstruksi di masyarakat dalam menanggapi isu tersebut. Persepsi yang muncul dari khalayak di media sosial diakibatkan adanya pemaknaan terkait isu maraknya minuman beralkohol.

Dalam penelitian ini menggunakan teori resepsi analisis dari Stuart Hall, teori ini membahas tentang bagaimana khalayak publik dapat menafsirkan sebuah pemberitaan yang ada di media. Menurut Delya et al., (2022) analisis resepsi digunakan untuk melihat pengaruh dalam sebuah pemaknaan di media berdasarkan pengalaman khalayak. Teori ini berusaha memahami bagaimana khalayak menginterpretasi pesan yang ditawarkan oleh media serta pengalaman dalam mengonsumsi isi pesan yang ada di media (Hadi, 2011). Stuart Hall mendeskripsikan sebagai metode *encoding-decoding* untuk menafsirkan persepsi khalayak. Yang mana dalam metode tersebut sama-sama menafsirkan proses pemaknaan sebuah pesan yang diterima khalayak. Dalam proses penerimaan pesan terdapat 3 unsur yakni kerangka pengetahuan, relasi produksi dan infrastruktur teknis yang dapat ditemukan adanya perbedaan terkait pemahaman suatu makna dalam *encoding* dan *decoding* (J. Stanley Baran & Dennis K. Davis, 2003:270 dalam Rahman et al., 2017) dalam hal ini Stuart Hall membagi tiga dimensi pesan media yang dapat dimaknai oleh masyarakat yakni: 1. *Dominant Reading*, 2. *Negotiated Meaning*, 3. *Oppositional Decoding*.

Maka dari itu dalam penelitian ini akan menganalisis resepsi khalayak dari suatu pesan yang muncul melalui komentar dalam akun @jogjainfo pada pemberitaan minuman beralkohol di Yogyakarta periode 29-31 Oktober 2024 berdasarkan 3 konsep pemaknaan pesan menurut Stuart Hall yang bertujuan untuk mengetahui isi resepsi komentar khalayak apakah *Dominant reading* (menerima pemberitaan), *Negotiated meaning* (membuat pemaknaan sendiri), *Oppositional decoding* (menolak pemberitaan).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Menurut Berelson & Kelliger analisis isi adalah salah satu metode yang digunakan untuk menganalisa sebuah komunikasi dengan sistematis, objektif dan secara data kuantitatif (Kriyantono, 2020). Sedangkan menurut Eriyanto, (2011) analisis isi digunakan sebagai gambaran dari pesan

atau sebuah teks yang mana dalam metodenya tidak diperlukan menguji hubungan antar variabel akan tetapi hanya mendeskripsikan isi komunikasi secara kuantitatif dari data yang akan menjadi sumber penelitian. Dalam penelitian ini menganalisis data komentar pada akun Instagram @jogjainfo mengenai pemberitaan maraknya minuman beralkohol di Yogyakarta dengan batasan periode 29 – 31 Oktober 2024. Objek penelitian ini adalah pemberitaan maraknya minuman beralkohol di akun @jogjainfo. Subjek pada penelitian ini adalah resepsi khalayak yang timbul dari komentar pemberitaan minuman keras di Yogyakarta pada selama periode tersebut sebanyak 1.714 komentar pada 6 unggahan di Instagram. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk mengetahui maksimum komentar yang akan dianalisis.

- Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = batas toleransi kesalahan

Maka dari itu berdasarkan rumus slovin diatas perhitungan untuk mengetahui jumlah sampel yang akan dihitung melalui rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1714}{1+1714 (0.10)^2} = 94,5 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

populasi dalam penelitian ini adalah sebuah opini atau komentar yang terdapat dalam kolom komentar unggahan pemberitaan. Kemudian 100 sample diklasifikasikan berdasarkan beberapa kriteria yang ada di dalam komentar yakni: 1. Relevansi yang berkaitan dengan topik 2. Komentar harus memiliki sudut pandang atau perspektif 3. Komentar harus memiliki kejelasan makna dengan kata lain komentar tidak bersifat hanya *emoticon* dan bersifat ambigu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sajian Data

Tabel 1. Total Unggahan

No	Judul Unggahan	Tanggal	Frekuensi Komentar	Frekuensi Sample
1	Tanggapan Sri Sultan Hamengku Buwono X Mengenai Maraknya Peredaran Miras di Yogyakarta	29-10-2024	460	27
2	Sri Sultan Instruksikan Kabupaten/Kota Keluarkan Regulasi Peredaran Miras	30-10-2024	346	20
3	Sultan Hamengku Buwono X Perintahkan Aturan Baru Untuk Hadang Penjualan Miras, Bantul Sudah Mulai	30-10-2024	223	13
4	Instruksi Gubernur DIY Nomor 5 Tahun 2024 Tentang Optimalisasi pengendalian dan pengawasan minuman beralkohol	30-10-2024	25	1
5	Puluhan Miras Disita Dalam Razia Siang Bolong di Prawirotaman, 23 Street Bar Disegel	31-10-2024	450	26
6	Tak Ada Izin, Lima Gerai Miras Outlet 23 di Bantul Ditutup	31-10-2024	210	13
Total			1714	100

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 1. total populasi dari 6 unggahan memiliki 1714 komentar dan metode pemilihan sampel yakni menggunakan rumus slovin dengan margin error 10% dengan jumlah hasil sampel 100 komentar, jumlah sampel berdasarkan 1 unggahan dalam instagram diambil dengan menggunakan rumus alokasi *proportional*:

$$ni \frac{Ni}{N} . n$$

Keterangan:

Ni = jumlah anggota sampel

n = jumlah anggota sampel seluruhnya

Ni = jumlah anggota populasi seluruhnya

Maka jumlah sampel yang digunakan pada setiap unggahan sebagai berikut:

Tabel 2. Rumus Sampel

Unggahan 1: $\frac{460}{1714} \times 100 = 27$	Unggahan 2: $\frac{346}{1714} \times 100 = 20$	Unggahan 3: $\frac{223}{1714} \times 100 = 13$
Unggahan 4:	Unggahan 5:	Unggahan 6:

$$\frac{25}{1714} \times 100 = 1 \qquad \frac{450}{1714} \times 100 = 26 \qquad \frac{210}{1714} \times 100 = 13$$

Sumber: Olah Data Peneliti

Sajian Data Pemaknaan Khalayak Menurut Stuart Hall

1. Pemaknaan Khalayak Seluruh Postingan

Berikut adalah sajian data dari hasil sampel penelitian resepsi khalayak menggunakan rumus slovin pada unggahan akun Instagram @jogjainfo yakni 100 komentar dari 6 unggahan terkait pemberitaan maraknya minuman beralkohol di Yogyakarta pada periode 29-31 Oktober 2024:

Tabel 3. Pemaknaan Khalayak Seluruh Postingan

Pemaknaan Khalayak	Frekuensi	Persentase
<i>Dominant Reading</i>	13	13%
<i>Negotiated Meaning</i>	30	30%
<i>Oppositional Decoding</i>	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 3. terkait resepsi khalayak dalam pemberitaan maraknya minuman beralkohol di Yogyakarta pada akun Instagram @jogjainfo pada periode 29-31 Oktober 2024 terbagi kedalam 3 kategori dalam teori resepsi Stuart Hall yakni 1. *Dominant Reading*, kategori ini disebut sebagai pembaca dominan/menerima sebuah pemberitaan yang mana pengirim pesan menggunakan kode kode yang dapat diterima oleh khalayak, kode tersebut akan ditafsirkan oleh khalayak berdasarkan tanda/pesan yang diterima secara umum oleh media, dengan artian khalayak menerima pesan yang disampaikan dan ditawarkan oleh media tanpa ada penyanggahan dalam pemaknaannya 2. *Negotiated Meaning*, kategori ini dapat diartikan bahwasanya khalayak tidak menafsirkan secara umum berdasarkan kode isi pesan yang dibuat oleh media dan juga tidak menolak pesan yang ada di dalam isi media akan tetapi khalayak memiliki pemaknaan berupa negosiasi atau opsi opsi jalan tengah lainnya yang berdasarkan perspektif dari khalayak 3. *Oppositional Decoding*, kategori ini diartikan sebagai khalayak secara keras menolak dan berseberangan dengan kode isi pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat media .

Berdasarkan tabel 3. Dapat disimpulkan bahwa kategori *Dominant Reading* memiliki frekuensi sebanyak 13 komentar atau 13% dimana khalayak menerima pemberitaan terkait postingan dari media mengenai postingan tentang regulasi dalam melakukan peredaran minuman beralkohol, sedangkan kategori *Negotiated Meaning* memiliki frekuensi sebanyak 30 komentar atau 30% yang artinya khalayak memiliki pemaknaan di posisi netral terkait pemberitaan yakni dengan komentar menunjukkan solusi dan jalan tengah terkait maraknya minuman beralkohol dan di kategori *Oppositional Decoding* memiliki frekuensi sebanyak 57 komentar atau 57% yang artinya khalayak menolak unggahan tentang regulasi minuman beralkohol.

2. Pemaknaan Khalayak Pemberitaan Regulasi dalam Peredaran Minuman Beralkohol

Tabel 4. Pemaknaan Khalayak Pemberitaan Regulasi dalam Peredaran Minuman Beralkohol

Judul Berita	Resepsi			Frekuensi
	<i>Dominant Reading</i>	<i>Negotiated Meaning</i>	<i>Oppositional Decoding</i>	
Tanggapan Sri Sultan Hamengku Buwono X Mengenai Maraknya Peredaran Miras di Yogyakarta	1	9	17	27
Sri Sultan Instruksikan Kabupaten/Kota Keluarkan Regulasi Peredaran Miras	3	6	11	20
Sultan Hamengku Buwono X Perintahkan Aturan Baru Untuk Hadang Penjualan Miras, Bantul Sudah Mulai	1	5	7	13
Instruksi Gubernur DIY Nomor 5 Tahun 2024 Tentang Optimalisasi pengendalian dan pengawasan minuman beralkohol	0	0	1	1
Total	4	20	36	

Sumber: Olah data peneliti

Berdasarkan tabel 4. diketahui bahwa jenis frekuensi komentar terkait pemberitaan regulasi yang dilakukan pemerintah Yogyakarta dalam menangani kasus minuman beralkohol paling rendah yakni *Dominant Reading* dengan 4 komentar, kemudian 20

komentar *Negotiated Meaning* dan *Oppositional Decoding* memiliki jumlah frekuensi terbanyak yakni 36 komentar.

3. Pemaknaan Khalayak Terkait Penutupan Gerai Minuman Beralkohol

Tabel 5. Pemaknaan Khalayak Terkait Penutupan Gerai Minuman Beralkohol

Judul Berita	Resepsi			Frekuensi
	<i>Dominant Reading</i>	<i>Negotiated Meaning</i>	<i>Oppositional Decoding</i>	
Puluhan Miras Disita Dalam Razia Siang Bolong di Prawirotaman, 23 Street Bar Disegel	5	7	14	26
Tak Ada Izin, Lima Gerai Miras Outlet 23 di Bantul Ditutup	3	3	7	13
Total	9	10	21	

Sumber: Olah data peneliti

Berdasarkan tabel 5. diketahui bahwa pemaknaan terkait pemberitaan penutupan gerai minuman beralkohol yang dilakukan polisi pamong praja Yogyakarta karena belum memenuhi syarat dan ketentuan terkait peredaran minuman beralkohol yakni dengan kategori *Dominant Reading* memiliki frekuensi 9 komentar, kemudian *Negotiated Meaning* memiliki frekuensi 10 komentar dan *Oppositional Decoding* memiliki frekuensi terbanyak yakni 21 komentar.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teori resepsi analisis dari Stuart Hall, teori ini membahas tentang bagaimana khalayak publik dapat menafsirkan sebuah pemberitaan yang ada di media. Menurut McQuail, 2000 (dalam Delya et al., 2022) analisis resepsi digunakan untuk melihat pengaruh dalam sebuah pemaknaan di media berdasarkan pengalaman khalayak. Terjadinya perbedaan pemaknaan dari khalayak terhadap isi berita menjadi salah satu fokus di dalam teori ini adapun 3 faktor klasifikasi khalayak dalam proses penerimaan pemberitaan yang ada di dalam media sosial yakni 1. *Dominant Reading* 2. *Negotiated*

Meaning 3. Oppositional Decoding ketiga pengklasifikasian tersebut agar dapat memahami dalam proses penerjemahan khalayak pada pemberitaan media.

1. *Dominant Reading*

Dominant Reading adalah pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak berdasarkan ide pesan teks dari pemberitaan yang disampaikan oleh media tersebut dengan kata lain kategori ini khalayak menerima ide pesan secara umum tanpa adanya kalimat pertentangan berdasarkan apa yang ditawarkan oleh media, dalam akun Instagram @jogjainfo kategori *Dominant Reading* memiliki frekuensi berjumlah 13 komentar atau 13%, yang artinya masyarakat menafsirkan pemberitaan sejalan dengan apa yang ditawarkan oleh media terkait regulasi dan pengaturan dalam peredaran dan penjualan minuman beralkohol dalam hal ini masyarakat berasumsi bahwasanya peredaran minuman beralkohol tetap boleh dilakukan karena hal tersebut secara sah dan legal dalam peraturan pemerintahan yang ada akan tetapi guna membatasi ruang dari penjual minuman beralkohol secara ilegal tetaplah perlu adanya regulasi untuk mengawasi dan melakukan pengontrolan.

Pada penelitian terdahulu dari Rizki et al., (2022) yang berjudul Resepsi Gen Z Muslim Terhadap Perpres no 10 Tahun 2021 Tentang Investasi Miras Di Indonesia dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dapat disimpulkan bahwa pada kategori *Dominant Reading* respon khalayak miras tidak masalah dengan adanya Perpres. Karena meskipun adanya Perpres masyarakat setempat telah terbiasa dan menjadikan budaya mengkonsumsi miras sebagai acara acara adat dimana acara tersebut ditujukan kepada masyarakat non-muslim.

2. *Negotiated Meaning*

Negotiated Meaning adalah pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak dimana pemaknaan tersebut tidak menafsirkan isi pesan secara umum dan tidak menolak pesan berdasarkan kode isi pesan yang dibuat oleh media, melainkan khalayak memberikan pemaknaan berupa penyesuaian atau negosiasi berdasarkan perspektif dari khalayak tersebut, pemaknaan pada akun Instagram @jogjainfo di kategori *Negotiated Meaning* memiliki frekuensi 30 komentar atau 30%, pemaknaan tersebut khalayak menilai bahwasanya pemberitaan penerbitan peraturan/regulasi guna menekan angka peredaran minuman beralkohol secara ilegal sudah tepat karena minuman beralkohol memiliki peraturan batas kadar aman yang menjadikannya legal untuk di konsumsi dan dengan diberikanya regulasi maka akan lebih mudah dalam pengawasan peredaranya di

Yogyakarta, akan tetapi masyarakat juga menilai bahwasanya regulasi tersebut kalau tidak dijalankan secara tegas akan sia sia karena akan banyak peredaran secara diam diam yang tidak diketahui oleh penegak kebijakan selain itu khalayak juga berasumsi jika ingin membeli minuman beralkohol maka syaratnya harus berusia diatas 21 tahun dan harus membawa KTP untuk memastikan tidak adanya penyalahgunaan dalam meminum minuman beralkohol.

Pada penelitian terdahulu dari Hawari, (2019) yang berjudul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto pada Akun Instagram @indoclubbing dalam penelitian ini menganalisis tentang analisis gaya hidup *clubbing* di akun tersebut untuk mengetahui pemaknaan dari informan. pada kategori *Negotiated Meaning* pada penelitian tersebut pemaknaan yang dilakukan oleh informan menyatakan bahwa informan memahami gaya hidup *clubbing* dalam akun @indoclubbing akan tetapi mereka menggunakan cara berpikir mereka sendiri dan memadukan interpretasi individu berdasarkan pengalaman sosial yang dimiliki.

3. *Oppositional Decoding*

Oppositional Decoding adalah pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak terhadap suatu isi pesan yang ditawarkan oleh media, khalayak memiliki pemaknaan yang bertolak belakang dengan maksud isi pesan yang disampaikan oleh media, pemaknaan *Oppositional Decoding* yang terjadi dalam unggahan akun Instagram @jogjainfo memiliki frekuensi 57 komentar atau 57% komentar tersebut didominasi ketidaksetujuan terkait pemberitaan minuman beralkohol yang ada. Dimana khalayak memiliki pandangan yang berbeda pada apa yang menjadi topik pemberitaan yang diberikan oleh media dalam unggahan tersebut memiliki esensi bahwa tidak ada peraturan terkait pelarangan miras meskipun telah terjadi tindakan kriminalitas akan tetapi dalam pemberitaan tersebut lebih menekankan terkait pengawasan dan regulasi dalam peredaran minuman beralkohol. Maka dari itu khalayak beranggapan bahwa minuman beralkohol hanya memiliki efek negatif pada sisi kesehatan maupun dalam kehidupan sosial seperti kekerasan dan tindakan kriminalitas lainnya sehingga banyak khalayak memaknai pemberitaan tersebut bahwasanya minuman beralkohol harus dilarang sepenuhnya di Yogyakarta tanpa keterkecualian sehingga dengan pelarangan tersebut maka akan terbebas dari tindakan tindakan kriminalitas yang ada.

Pada penelitian terdahulu dari Dewi & Lailiyah, (2022) yang berjudul Analisis Resepsi Pada Realitas Sosial Dalam Konten Youtube Bobon Santoso, pada penelitian ini

menganalisis salah satu konten youtube dari Bobon Santosa yang berjudul "kecemplung jelly amer 2 meter" dalam konten tersebut menimbulkan berbagai pemaknaan baik pro dan kontra. Di dalam kategori *Oppositional Decoding* khalayak menilai bahwa konten tersebut tidak layak karena dapat menimbulkan efek negatif pada penontonnya serta khalayak tidak setuju bahwasanya penggunaan amer/alkohol sebagai konten memasaknya dikarenakan mayoritas orang islam dan minuman tersebut haram untuk dikonsumsi karena dikhawatirkan makanan tersebut dikonsumsi bagi orang-orang dan juga khalayak beranggapan konten tersebut tidak higienis sehingga banyak khalayak konten tersebut melanggar norma dan adab yang berlaku.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis isi kuantitatif terkait resepsi khalayak di komentar dalam unggahan pemberitaan peredaran minuman beralkohol pada akun Instagram @jogjainfo periode 29-31 Oktober dapat disimpulkan yakni pada 6 unggahan memiliki jumlah sampel komentar yang representatif yakni 100 orang dengan berbagai macam resepsi khalayak yakni *Dominant Reading* dengan 13 komentar atau 13%, kemudian *Negotiated Meaning* dengan 30 komentar atau 30% dan *Oppositional Decoding* dengan total 57 komentar atau 57%. Komentar dengan kategori *Dominant Reading* memiliki kecenderungan dalam pemaknaan positif yang artinya khalayak memiliki penafsiran yang sama dengan apa yang menjadi pesan dari isi pesan media tersebut, di kategori ini bisa disimpulkan bahwasanya khalayak setuju dengan adanya regulasi peredaran minuman beralkohol kemudian pada kategori *Negotiated Meaning* yang berarti posisi netral dalam penafsiran sebuah isi pesan media akan tetapi masyarakat memiliki opsi dan saran lainnya pada penegakan peraturan minuman beralkohol, kemudian dalam kategori *Oppositional Decoding* khalayak menolak dengan keras pemberitaan yang disampaikan oleh isi pesan media, dalam hal ini masyarakat tidak setuju dengan adanya regulasi terkait peredaran minuman keras di Yogyakarta akan tetapi masyarakat lebih beranggapan bahwa minuman beralkohol harus dilarang dan tidak boleh diperjual belikan. Maka dari itu bisa disimpulkan bahwasanya pada unggahan Instagram akun @jogjainfo mayoritas dari kategori *Oppositional Decoding* yang menolak peraturan terkait regulasi dan pengawasan dalam peredaran minuman beralkohol di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Damaryanti, H., Dawi, K., Serah, Y. A., & Hastian, T. (2022). Persepsi Dan Opini Publik Atas Tayangan Sinetron Bernuansa Pedofilia Di Indosiar. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(3).
- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan.
- Dewi, R., & Lailiyah, F. (2022). Analisis Resepsi Pada Realitas Sosial Dalam Konten Youtube Bobon Santoso. 1(1).
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainny (1st Ed.). Kencana.
- Hadi, I. P. (2011). Pengguna Media Interaktif Sebagai Kenyataan Maya: Studi Resepsi Khalayak Suarasurabaya.Net Sebagai Media Interaktif. *Jurnal Aspikom*, 1(3), 231. <https://doi.org/10.24329/aspikom.V1i3.22>
- Hawari, I. (N.D.). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Clubbing Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @Indoclubbing.
- Kriyantono, R. (2020). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif. Prenadamedia Group.
- Rahman, R. F., Mayangsari, I. D., Sos, S., Putra, A., Sos, S., & Kom, M. I. (2017). Analisis Isi Komentar Pemberitaan Mengenai Kasus Penistaan Agama Oleh Basuki Tjahaja Purnama Atau Ahok Pada Portal Berita Republika Online Periode 6—12 Oktober 2016.
- Rizki, D., Fakhroh, Z., & Madani, R. (N.D.). Resepsi Gen Z Muslim Terhadap Perpres No 10 Tahun 2021 Tentang Investasi Miras Di Indonesia.
- Yerkohok, F., Kanto, S., & Chawa, A. F. (2020). Budaya Konsumsi Minuman Beralkohol (Studi Kasus Pada Masyarakat Moskona Di Kelurahan Bintuni Barat, Distrik Bintuni Barat, Kabupaten Teluk Bintuni). *Jisip : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 9(2), 147–153. <https://doi.org/10.33366/jisip.V9i2.2231>
- Yunus, Moh. (2020). Framing Analysis Pemberitaan Aksi Penembakan Muslim Christchurch New Zealand Di Media Online Bbc. *Mediakita*, 3(2). <https://doi.org/10.30762/mediakita.V3i2.1807>
- Konsumsi Alkohol Oleh Penduduk Umur \geq 15 Tahun Dalam Satu Tahun Terakhir (Liter Per Kapita), 2021-2022. (2023). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Laporan Provinsi Di Yogyakarta Riskesdas 2018. (2019). Jakarta: Badan Litbang Kesehatan.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 86/Men.Kes/Per/lv/77 Tahun

1977 Tentang Minuman Keras. (1977). Jakarta: Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes).

Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2024 Tentang Tata Cara Penerbitan Pertimbangan Teknis Impor Bahan Baku Minuman Beralkohol Dan Preparat Bau-Bauan Mengandung Alkohol. (2024). Jakarta: Kementerian Perindustrian.