

Pemaknaan Penonton Mengenai Stigmatisasi dalam Video Mata Najwa Setop Stigma Corona

Ryan Suherlan, Kiki Zakiah

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Ryansuherlan@gmail.com, kikizakiahdarmawan@gmail.com

Abstract— During the Covid-19 pandemic there was a negative stigma from people towards victims, medical personnel, and even their families. The role of media or journalism is very large in this case, one of which is to reconcile the two parties during a pandemic. Through the video, Najwa's Eyes entitled "Stop the Corona Stigma" advocates that the public should not lose their sense of humanity even though they must maintain a distance. This study uses a qualitative method with a reception analysis approach which aims to determine the audience's meaning of the stigmatization in the video. The audience referred to here is the research subject that the researcher has determined the criteria for, one of which is journalism students. To explore the audience's meaning, the researcher adopted Stuart Hall's reception theory using data collection techniques; observation, interview and literature study. The results of this study, the informants whom the researchers interviewed all agreed that Mata Najwa's video, entitled Corona Stigma Setop, provided information to the audience. All informants in this study also agreed that Mata Najwa's video, entitled Corona Stigma Setop, educates the audience. In addition to being a source of information and education, the six informants agreed that the video Mata Najwa Setop Stigma Corona was successful in reducing social conflicts regarding stigmatization that get victims of Covid-19 and people who are at risk of contracting Covid-19.

Keywords— *The Audience's Meaning, Mata Najwa's Video, "Stop Corona Stigma", Journalistic Functions, Providing Information, Providing Education, Social Control, Stigmatization, Reception Analysis, Stuart Hall*

Abstrak— Pada masa pandemi Covid-19 terjadi stigma negatif orang-orang terhadap korban, tenaga medis, bahkan keluarganya. Peran media atau jurnalisisme sangat besar dalam hal ini, salah satunya untuk mendamaikan kedua pihak saat pandemi. Melalui video Mata Najwa bertajuk "Setop Stigma Corona" mengadvokasi bahwa masyarakat jangan menghilangkan rasa kemanusiaan walau harus menjaga jarak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi yang bertujuan untuk mengetahui pemaknaan penonton tentang stigmatisasi dalam video tersebut. Penonton yang dimaksud disini merupakan subjek penelitian yang telah peneliti tentukan kriterianya, salah satunya adalah mahasiswa jurnalistik. Untuk mendalami pemaknaan penonton, peneliti mengadopsi teori resepsi Stuart Hall dengan menggunakan teknik pengumpulan data; observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini para informan yang peneliti wawancarai semuanya sepakat bahwa video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona

itu memberikan informasi kepada para penontonya. Semua informan dalam penelitian ini juga setuju, bahwa video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona itu mengedukasi para penontonya. Selain menjadi sumber informasi dan edukasi, keenam informan setuju bahwa video Mata Najwa Setop Stigma Corona itu berhasil meredam konflik sosial mengenai stigmatisasi yang dapatkan korban covid-19 dan orang-orang yang berisiko terkena covid-19.

Kata Kunci— *Pemaknaan Penonton, Video Mata Najwa, Setop Stigma Corona, Fungsi Jurnalistik, Memberi Informasi, Memberi Edukasi, Kontrol Sosial Stigmatisasi, Analisis Resepsi, Stuart Hall.*

I. PENDAHULUAN

Ditengah pandemi mahasiswa diharuskan menerapkan kebiasaan baru dengan kuliah daring. Perkuliahan kini melalui dilaksanakan melalui aplikasi meeting online melalui gawai atau smartphone yang terkoneksi internet. Mahasiswa zaman sekarang dapat dibilang sudah dimanjakan dengan adanya smartphone. Banyak sekali kegiatan-kegiatan yang asalnya harus menggunakan beberapa perangkat, kini bisa dipangkas cukup dengan menggunakan gawai pintar saja atau smartphone. Apalagi saat pandemi dengan adanya jaringan internet, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi apapun melalui gawai yang terkoneksi jaringan internet. Dilansir di laman Kompas.com per 16/05/2019, dari total populasi 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Hal tersebut mencerminkan bahwa kurang lebih setengah populasi masyarakat Indonesia menggunakan jaringan internet.

Era millennial, orang zaman sekarang pasti mengenal yang namanya youtube. Dilansir di Wikipedia.org, youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Bahkan popularitas televisi mulai tersaingi dengan keberadaannya youtube. Salah satu artikel berjudul "Penonton Youtube Saingi Jumlah Nitizen yang Tonton Televisi" di laman Cnnindonesia.com, menerbitkan bahwa jumlah penonton youtube menyaingi warganet yang menonton televisi. Menurut survei tersebut 53 persen

pengguna internet menonton youtube, sementara 57 persen menonton televisi.

Melihat penonton youtube di Indonesia angkanya cukup tinggi, beberapa media atau jurnalis memanfaatkan hal tersebut untuk menjadikan youtube sebagai media baru untuk menyebarkan sebuah berita. Berita dikemas dalam sebuah karya atau produk jurnalistik berupa audio visual. Salah satu contohnya, kanal youtube resmi Najwa Shihab, dalam kolom deskripsi di kanal tersebut dijelaskan, YouTube Channel Najwa Shihab menjadi bagian Narasi dan akun YouTube resmi Najwa Shihab. Dibawakan langsung oleh Najwa Shihab, topik-topik politik, hukum, sosial, religi dan isu-isu aktual lainnya dikemas lewat kemasan yang tidak sekadar menghibur, namun juga insightful. Tidak hanya itu, beberapa video yang diunggah di kanal youtube tersebut sesuai dengan kaidah dan menerapkan prinsip - prinsip jurnalistik.

Pandemi ini membuat masyarakat kebingungan, panik serta bahkan menimbulkan konflik. Konflik ini terjadi akibat stigmatisasi masyarakat terhadap orang yang positif mengidap Covid-19. Contoh kasusnya, dokter dan perawat yang menangani pasien Covid-19 yang berdomisili di Jakarta Timur di tolak Ketika mereka hendak pulang ke kediamannya.

Stigmatisasi terhadap orang-orang yang berisiko tinggi terpapar virus Covid-19 tetap ada di masyarakat. Hal tersebutlah yang merupakan salah satu alasan yang melatarbelakangi masalah dalam penelitian ini. Setelah adanya video Melawan Stigma Corona, sepekan kemudian muncul video Mata Najwa bertajuk "Setop Stigma Corona". Video tersebut diposting pada 16 April 2020 dengan dibagi menjadi 7 part per-videonya di kanal youtube Najwa Shihab dan Full Version di kanal youtube Narasi Newsroom.

Dengan cuplikan video yang diunggah di kanal youtube Najwa Shihab masyarakat diharapkan dapat membantu atau bahkan menolong orang-orang yang menjadi korban pandemi Covid-19 ini. Pesan dalam video tersebut masyarakat memang harus menjaga jarak (sosial distancing) agar dapat mencegah penyebaran virus, namun tidak untuk menghilangkan rasa kemanusiaan atau bahkan menimbulkan sebuah konflik. Dalam arti agar menghilangkan stigma negatif yang muncul, sehingga tidak terjadi permasalahan baru saat pandemi ini.

Untuk dapat menikmati sebuah tayangan video penonton seolah-olah dituntut untuk mengerti atau paham terhadap suatu media, khususnya dalam penelitian ini tentang video yang diunggah tersebut serta memastikan bahwa khalayak tidak hanya mengonsumsi video untuk ditonton saja, melainkan paham terhadap makna akan konten yang diunggah. Pada dasarnya penonton sendiri dapat memaknai ulang sebuah pesan yang disampaikan. Kajian resepsi atau penerimaan khalayak menekankan khususnya pada mahasiswa jurnalistik. Dengan harapan peneliti bahwa mahasiswa jurnalistik mampu paham terhadap produk jurnalistik yang mempunyai dampak yang cukup penting terhadap masyarakat selama pandemi covid-

19. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "**Pemaknaan Penonton Mengenai Stigmatisasi Dalam Video Mata Najwa Setop Stigma Corona**".

Peneliti menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall dengan metodologi kualitatif. Fokus penelitian ini adalah Bagaimana Pemaknaan Penonton Mengenai Stigmatisasi dalam Video Mata Najwa Berjudul Setop Stigma Corona. Lalu penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemaknaan penonton dalam menerima informasi mengenai stigmatisasi setelah menonton Video Mata Najwa Setop Stigma Corona
2. Untuk mengetahui pemaknaan penonton dalam menerima edukasi mengenai stigmatisasi setelah menonton Video Mata Najwa Setop Stigma Corona
3. Untuk mengetahui pemaknaan penonton dalam menerima kontrol sosial mengenai stigmatisasi setelah menonton Video Mata Najwa Setop Stigma Corona
4. Untuk mengetahui posisi hipotekal penonton mengenai stigmatisasi setelah menonton Video Mata Najwa "Setop Stigma Corona"

Subjek penelitian adalah informan yang diwawancarai atau dimintai keterangan oleh peneliti dengan dipilih secara acak namun memiliki tujuan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti menjadi beberapa kriteria khusus. Informan tersebut berkriteria sebagai berikut:

1. Informan merupakan mahasiswa jurnalistik yang aktif
2. Informan aktif berorganisasi di kampus
3. Informan suka menonton video di youtube
4. Informan sudah meng-install aplikasi youtube di gawai yang dimilikinya
5. Informan sudah menonton video Mata Najwa "Setop Stigma Corona"

II. LANDASAN TEORI

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) stigmatisasi didefinisikan; n ciri negatif yang menempel pada pribadi seseorang karena pengaruh lingkungannya. Dalam panduan untuk mencegah dan mengatasi stigma sosial yang diterbitkan oleh World Healty Organization (WHO) Stigma sosial dalam konteks kesehatan adalah pengaitan negatif antara seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kesamaan ciri dan penyakit tertentu. Dalam suatu wabah, stigma sosial berarti orang-orang diberi label, distereotipkan, didiskriminasi, diperlakukan secara berbeda, dan/atau mengalami kehilangan status karena dianggap memiliki keterkaitan dengan suatu penyakit.

Fungsi pers dalam berbagai perspektif, baik dalam frame ilmu komunikasi maupun realitas praktis di lapangan. Secara universal, terdapat empat fungsi utama pers. Dosebut universal karena keempat fungsi ini dapat ditemukan para setiap negara di dunia. Keempat fungsi

pers tersebut (Hikmat, 2018:71) yakni:

1. Fungsi Informatif (*To-Inform*)

Fungsi pertama pers adalah fungsi informatif, yaitu memberikan informasi, atau berita kepada khalayak dengan cara yang teratur. Setiap informasi yang disampaikan tentu harus memenuhi kriteria dasar suatu berita, yakni aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis, dan syarat berita yang baik lainnya.

2. Fungsi Edukasi atau Mendidik (*To Educate*)

Dalam konsep yang ideal, penyampaian informasi yang disebarluaskan pers dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat, khususnya pembaca, pendengar, atau penonton. Dalam konteks ini, fungsi pers mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi yang berperan positif dalam mengembangkan khazanah ilmu dan pengetahuan. Informasi yang disebarkan pers sejatinya memberikan dampak positif, baik para ranah kognitif, afektif, maupun psikomotorik pembaca, pendengar dan penonton.

3. Rekreasi atau Penghibur (*To Entertain*)

Fungsi ketiga dari pers adalah sebagai sarana hiburan atau rekreasi. Fungsi ini lebih melekat pada media elektronik: radio dan televisi. Bahkan, sebelum hadirnya televisi dan radio yang bervisi newsi, fungsi menghibur merupakan fungsi utama.

4. Kontrol Sosial (*To Influence*)

Di banyak negara di dunia pers menjadi bagian terpenting dan menempati posisi strategis dalam ikut mendorong berjalannya roda pemerintahan. Bahkan, tidak hanya dalam konteks pemerintahan, pers pun menjadi penyeimbang dalam penyelenggaraan kehidupan sosial kemasyarakatan. Pers menjadi bagian yang memberikan kontribusi sesuai visinya membenarkan yang benar dan meluruskan yang salah.

Analisis resepsi khalayak atau penonton adalah bagaimana cara memahami proses pembuatan makna yang dilakukan oleh khalayak ketika mengkonsumsi sebuah karya dalam sebuah media. Dalam Ida (2016:161) analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca majalah atau novel-novel romantis misalnya terhadap konten karya literatur dan tulisan dalam sebuah majalah.

Selanjutnya, menurut Stuart Hall dalam Morissan (2013:550) khalayak melakukan dekoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

1. Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant hegemonic position*) Hall menjelaskan hegemoni dominan sebagai situasi dimana "The media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading" (media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara kebetulan juga disukai oleh khalayak). Ini adalah situasi dimana media menyampaikan

pesannya menggunakan kode budaya dominan masyarakat.

2. Posisi Negosiasi (*Negotiated position*) Posisi dimana khalayak secara umum menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu (sepaimana dikemukakan Hall: the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case). Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.
3. Posisi Oposisi (*Oppositional position*) Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan dekoding terhadap pesan media adalah melalui "oposisi" yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Singkat cerita ditengah pandemi covid-19 dengan berbagai keterbatasan peneliti melakukan observasi terhadap mahasiswa jurnalistik yang berada di Bandung, khususnya yang aktif berorganisasi di setiap kampusnya masing-masing. Saat proses observasi peneliti sempat bertanya kepada setiap informan apakah suka menonton youtube atau tidak, dan alhasil semua informan menjawab suka menonton youtube. Tidak hanya itu peneliti juga menemukan jawaban bahwa disetiap gawai yang dimiliki informan itu ter-install aplikasi youtube. Akhirnya peneliti dapat mendapatkan ke enam informan yang sebelumnya peneliti targetkan 4-6 informan sesuai dengan kriteria. Informan tersebut merupakan mahasiswa/i jurnalistik yang aktif berasal dari beberapa universitas di Bandung, diantaranya; 3 orang mahasiswa/i jurnalistik dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Angkatan 2017, 2 orang mahasiswa jurnalistik dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2017 dan 1 orang mahasiswa jurnalistik dari Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Univesitas Pendidikan Indonesia Angkatan 2016.

Pada saat melakukan observasi peneliti menemukan fakta yang cukup menarik, semua informan mengposting ulang cuplikan video Mata Najwa yang bertajuk "Setop Stigma Corona" di akun media sosial pribadi para informan, cuplikan video tersebut diposting ulang melalui fitur instastory di salah satu media sosial, Instagram dan Mata Najwa meruapakan acara yang disukai semua informan. Berikut nama-nama informan dalam penelitian ini:

1. Arie Afrizal, Jurnalistik, Unisba

2. Refika Noorkesemu Mukti, *Jurnalistik*, Unisba
3. Jufadli Rachmad Dasdar, *Jurnalistik*, Unisba
4. Fakhrol Maulana, *Jurnalistik*, UIN Bandung
5. Fadil Luthfi, *Jurnalistik* UIN Bandung
6. Prabowo Wisnu Dwiyono Asmoro, *Jurnalistik*, UPI

Untuk mengetahui resepsi atau pemaknaan penonton yang merupakan mahasiswa jurnalistik mengenai Stigmatisasi dalam Video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona, peneliti meneliti berdasarkan tiga poin, yakni informasi, edukasi dan alat kontrol sosial. Berdasarkan hasil wawancara dengan semua informan, peneliti dapat mengetahui bagaimana posisi hipotekal para informan setelah menonton video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona.

A. Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Memberikan Informasi Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik

Setelah meninjau semua jawaban para informan, ternyata semua informan mendapatkan informasi tentang terjadinya stigmatisasi terhadap orang-orang yang berisiko terkena covid-19. Informasi tersebut didapatkan seperti dengan dihidirkannya narasumber yang mengalami stigmatisasi tersebut. Contohnya seperti, seorang suami yang istrinya meninggal lalu tidak diperbolehkan dimakamkan di daerahnya, lalu seorang sopir ambulans yang sempat dilempari batu ketika hendak mengantarkan jenazah covid-19 dan beberapa kasus lain yang ditanyakan dalam video tersebut. Selain mendapatkan informasi terkait adanya konflik sosial, berupa stigmatisasi setiap informan juga mendapatkan informasi tentang covid-19 yang beragam.

B. Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Memberikan Edukasi Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik

Semua informan mendapatkan edukasi tentang stigmatisasi yang dialami korban covid-19, mendapatkan edukasi tentang bagaimana harus menyikapi orang-orang berisiko dari orang-orang yang menginspirasi, salah satunya Ganjar Pranowo dan masih banyak lagi edukasi yang didapatkan penonton atau informan dari video Mata Najwa tersebut. Selain itu, peneliti juga bertanya kepada semua informan apakah stigmatisasi yang terjadi terhadap orang-orang yang berisiko tinggi terkena covid-19 itu pernah menjadi bahasan di ruang lingkup kampus, semua informan menjawab tidak pernah ada pembahasan secara formal di perkuliahan maupun kegiatan kemahasiswaan yang dilakukan oleh organisasi yang diikuti. Namun, Jufadli mengatakan bahwa obrolan tentang covid-19 sempat jadi obrolan mahasiswa jurnalistik ketika masuk ke Indonesia.

C. Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Mengontrol Konflik Sosial Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan seluruh informan terkait video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona. Para informan mempunyai pendapat beragam mengenai video tersebut berhasil meredam stigmatisasi yang terjadi sehingga dapat mengontrol konflik sosial atau tidak. Arie berpendapat bahwa jika dalam jangka Panjang dari awal covid-19 masuk ke Indonesia hingga sekarang video tersebut berhasil meredam stigma buruk yang muncul terhadap korban covid-19 atau orang-orang yang berisiko tinggi terkena covid-19 seperti salah satu contohnya, tenaga medis. Refika sependapat dengan Arie bahwa setelah video Mata Najwa Setop Stigma Corona itu tersebar di media sosial, Stigmatisasi terhadap korban covid-19 dan orang-orang berisiko terpapar covid-19 pun mulai menghilang sampai sekarang. Jufadli selaku merupakan pimpinan redaksi salah satu media kampus di Unisba, *Kmjurnalistik.com* juga mengaku mendapatkan cara pandang baru untuk tidak melakukan stigmatisasi terhadap korban covid-19 maupun orang-orang yang berisiko tinggi terkena covid-19. Sementara itu Prabowo mempunyai pendapatnya sendiri bahwa ia tidak dapat memastikan bahwa video Mata Najwa Setop Stigma Corona itu mampu meredam stigmatisasi tersebut. Fadil juga memiliki pendapat lain yang hampir serupa dengan Prabowo, bahwa jika hanya video Mata Najwa Setop Stigma Corona saja yang meredam stigmatisasi terhadap korban dan orang-orang berisiko tinggi terkena covid-19 itu kurang cukup, konflik sosial yang terjadi dan tersebar di masyarakat itu tidak akan teredam oleh satu media. Namun ketua umum salah satu komunitas fotografi di Bandung, Fakhrol Maulana memiliki pendapat lain, bahwa setelah menonton video Mata Najwa Setop Stigma Corona itu menjadi satu semangat untuk masyarakat karena pembawaan Najwa Shihab saat mewawancarai narasumber yang dapat merubah stigma masyarakat sehingga meredam dan menenangkan masyarakat.

Dari kelima informan yang mempunyai pendapat serupa bahwa video Mata Najwa Setop Stigma Corona merupakan produk jurnalisisme damai, Prabowo berpendapat bahwa video tersebut belum sepenuhnya produk jurnalisisme damai.

D. Posisi Hipotekal Penonton Mengenai Stigmatisasi dalam Video Mata Najwa "Setop Stigma Corona"

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti temukan, informan yang menonton video Mata Najwa Setop Stigma Corona yang diunggah di kanal youtube Najwa Shihab itu menerima pesan yang berbeda-beda. Terdapat posisi hipotekal yang berbeda, hal tersebut peneliti temukan saat melakukan wawancara kepada seluruh informan.

Posisi hipotekal para informan yang merupakan mahasiswa jurnalistik dari berbagai universitas di Bandung, yakni di antaranya, Universitas Islam Bandung, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati dan Universitas Pendidikan Indonesia yang berhasil peneliti dapatkan melalui wawancara mendalam. Enam informan

yang berhasil peneliti wawancara dan tentukan posisi hipotekal mereka setelah menonton video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona. Posisi tersebut diantaranya, posisi dominan, posisi negoisasi dan posisi oposisi.

Empat informan diantaranya, Arie, Refika, Fakhrol dan Prabowo menempati posisi dominan. Posisi dominan yang artinya menerima secara penuh pesan yang disampaikan video Mata Najwa Setop Stigma Corona. Mereka setuju bahwa stigmatisasi yang terjadi terhadap korban covid-19 dan orang-orang yang berisiko tinggi terkena covid-19 harus disetop atau dihilangkan. Sedangkan dua informan menempati posisi negoisasi itu adalah Jufadli dan Fadil. Mereka berdua mempunyai pendapat bahwa stigma tidak harus dihilangkan jika masih dalam tahap wajar, dalam arti berada ditahap hati-hati tidak sampai melakukan tindakan diskriminasi atau bahkan menyakiti orang lain. Sedangkan untuk posisi terakhir, yaitu posisi oposisi, tidak ada informan yang menempati posisi oposisi. Hal tersebut dikarenakan peneliti tidak menemukan informan yang menolak secara penuh pesan yang disampaikan video Mata Najwa Setop Stigma Corona.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. **Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Memberikan Informasi Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik.** Setelah meninjau semua jawaban para informan, ternyata semua informan mendapatkan informasi tentang terjadinya stigmatisasi terhadap orang-orang yang berisiko terkena covid-19.
2. **Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Memberikan Edukasi Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik.** Semua informan mendapatkan edukasi tentang stigmatisasi yang dialami korban covid-19, mendapatkan edukasi tentang bagaimana harus menyikapi orang-orang berisiko dari orang-orang yang menginspirasi, salah satunya Ganjar Pranowo dan masih banyak lagi edukasi yang didapatkan penonton atau informan dari video Mata Najwa tersebut.
3. **Video Mata Najwa Bertajuk Setop Stigma Corona Mengontrol Konflik Sosial Mengenai Stigmatisasi Bagi Mahasiswa Jurnalistik.** Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan seluruh informan terkait video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona. Para informan mempunyai pendapat beragam mengenai video tersebut berhasil meredam stigmatisasi yang terjadi sehingga dapat mengontrol konflik sosial atau tidak. Dari kelima informan yang mempunyai pendapat serupa bahwa video Mata Najwa Setop Stigma Corona merupakan produk jurnalistik

damai, Prabowo berpendapat bahwa video tersebut belum sepenuhnya produk jurnalistik damai.

4. **Posisi Hipotekal Penonton Mengenai Stigmatisasi dalam Video Mata Najwa “Setop Stigma Corona”.** Posisi hipotekal para informan yang merupakan mahasiswa jurnalistik dari berbagai universitas di Bandung, yakni diantaranya, Universitas Islam Bandung, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati dan Universitas Pendidikan Indonesia yang berhasil peneliti dapatkan melalui wawancara mendalam. Enam informan yang berhasil peneliti wawancara dan tentukan posisi hipotekal mereka setelah menonton video Mata Najwa yang bertajuk Setop Stigma Corona.

Posisi tersebut diantaranya, posisi dominan, posisi negoisasi dan posisi oposisi. Empat informan diantaranya, Arie, Refika, Fakhrol dan Prabowo menempati posisi dominan. Posisi dominan yang artinya menerima secara penuh pesan yang disampaikan video Mata Najwa Setop Stigma Corona. Sedangkan dua informan menempati posisi negoisasi itu adalah Jufadli dan Fadil. Lalu untuk posisi terakhir, yaitu posisi oposisi, tidak ada informan yang menempati posisi oposisi. Hal tersebut dikarenakan peneliti tidak menemukan informan yang menolak secara penuh pesan yang disampaikan video Mata Najwa Setop Stigma Corona.

V. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti paparkan di sub bab sebelumnya, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis. Penelitian masih dapat dikatakan belum sempurna, akan tetapi peneliti akan memberikan saran atau rekomendasi guna agar bisa dijadikan referensi di penelitian mahasiswa jurnalistik selanjutnya, berikut diantaranya:

1. Bagi para informan yang merupakan mahasiswa jurnalistik dari berbagai universitas, diharapkan dapat lebih memahami lagi disiplin ilmu jurnalistik maupun komunikasi. Selain itu juga semoga setelah menonton video Mata Najwa Setop Stigma Corona lalu peneliti wawancarai para informan tidak akan melakukan hal serupa seperti kepada korban atau narasumber dalam video tersebut.
2. Bagi masyarakat, semoga penelitian ini menjadi jembatan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang fungsi dari media massa. Selain itu juga merubah pola pikir masyarakat tentang stigmatisasi kepada korban covid-19 dan orang-orang yang berisiko terkena covid-19.
3. Bagi peneliti yang akan membuat penelitian, skripsi atau tesis, semoga penelitian ini bisa menjadi referensi untuk melakukan penelitian resepsi atau pemaknaan pesan khalayak terhadap pesan yang diberikan oleh media.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hikmat, Mahi M. 2018. *JURNALISTIK: Literary Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [2] Ida, Rachmah. 2016. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- [3] Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- [4] <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- [5] <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- [6] <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180509180435-185-297003/penonton-youtube-saingi-jumlah-netizen-yang-tonton-televisi>
- [7] https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/panduan-untuk-mencegah-dan-mengatasi-stigma-sosial.pdf?sfvrsn=4f8bc734_2