

Membaca Reog Ponorogo di Media Sosial: Analisis Resepsi Generasi Z terhadap Konten Instagram @Reyogchestra

Iqbal Aria Bima^{1*}, Rocky Prasetyo Jati²

Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

*Corresponding author: iqbalariabima22@gmail.com

Abstrak: Artikel ini menganalisis resepsi Generasi Z terhadap konten Reog Ponorogo pada akun Instagram @Reyogchestra dengan menggunakan model encoding/decoding Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap sepuluh informan Generasi Z berusia 18–24 tahun yang terdiri atas lima followers dan lima non-followers akun @Reyogchestra. Informan diberikan tiga stimulus konten, yaitu video pertunjukan Reog di Taiwan, video pertunjukan Reog nasional berskala besar, dan infografis ragam budaya Ponorogo. Data dianalisis melalui analisis tematik Braun dan Clarke serta analisis resepsi Stuart Hall untuk memetakan posisi dominant-hegemonic, negotiated, dan oppositional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi dominant-hegemonic dalam memaknai representasi Reog sebagai budaya yang membanggakan, beridentitas kuat, dan relevan di era digital. Posisi negotiated muncul terutama pada aspek kedalaman informasi edukatif dan kualitas penyajian konten, sementara posisi oppositional bersifat selektif dan terbatas pada aspek teknis produksi, bukan penolakan terhadap nilai budaya Reog. Temuan ini menunjukkan bahwa resepsi Generasi Z terhadap konten budaya digital dipengaruhi oleh bingkai nasionalisme budaya, kualitas produksi visual, format konten, dan paparan berulang melalui mekanisme following. Artikel ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi budaya di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kualitas estetika dan strategi penyajian pesan.

Kata kunci: analisis resepsi, generasi Z, Reog Ponorogo, Instagram, Stuart Hall

Abstract: *This article analyzes Generation Z's reception of Reog Ponorogo content on the Instagram account @Reyogchestra using Stuart Hall's encoding/decoding model. The study adopts a qualitative approach within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with ten Generation Z informants aged 18–24, consisting of five followers and five non-followers of @Reyogchestra. The informants were exposed to three content stimuli: a video of a Reog performance in Taiwan, a large-scale national Reog performance video, and an infographic on various cultural traditions in Ponorogo. The data were analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis and Stuart Hall's reception analysis to identify dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional reading positions. The findings indicate that most informants occupy a dominant-hegemonic position in interpreting Reog as a proud, distinctive, and digitally relevant cultural identity. Negotiated readings mainly emerge in relation to the depth of educational information and the quality of content presentation, while oppositional readings are selective and limited to technical aspects of content production rather than rejection of Reog's cultural values. The study reveals that Generation Z's reception of digital cultural content is shaped by cultural nationalism framing, visual production quality, content format, and repeated exposure through the following mechanism. This article argues that the effectiveness of cultural communication on social media is determined not only by message content, but also by the aesthetic quality and strategic presentation of the message.*

Keywords: *reception analysis, Generation Z, Reog Ponorogo, Instagram, Stuart Hall*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengenal, mengakses, dan memaknai kebudayaan. Salah satu faktor yang mendorong perubahan tersebut adalah media sosial yang kini berfungsi sebagai ruang untuk merepresentasikan, mendistribusikan, sekaligus membangun interaksi mengenai budaya. Dalam konteks pelestarian budaya, media sosial membuka peluang bagi budaya tradisional untuk disajikan dalam format yang lebih

visual, mudah diakses, dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi generasi muda. Fahma dan Safitri (2024) serta Maharani (2025) menyatakan bahwa media sosial tidak hanya memperluas penyebaran informasi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berpartisipasi dalam membentuk makna terhadap konten yang dikonsumsi. Oleh karena itu, pelestarian budaya tidak lagi hanya bergantung pada pertunjukan langsung, pewarisan secara lisan, atau lembaga formal, tetapi juga pada kemampuan budaya tersebut untuk direpresentasikan secara relevan di ruang digital. Dengan demikian, budaya tradisional dapat terus diperkenalkan, diapresiasi, dan dimaknai oleh generasi muda sehingga tetap memiliki relevansi di tengah perkembangan masyarakat digital (Jati, 2021a, 2021b).

Dalam konteks Generasi Z, yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan internet dan media sosial, platform digital menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi dan memahami lingkungan sosial mereka (Lubis, 2025). Kedekatan ini menjadikan Generasi Z sangat adaptif terhadap perubahan teknologi dan cenderung mengandalkan media sosial sebagai alat utama dalam membangun identitas serta pandangan dunia mereka. Dalam konteks berpikir kreatif, media sosial menyediakan ruang bagi Generasi Z untuk mengeksplorasi berbagai ide, perspektif, dan bentuk ekspresi baru melalui interaksi digital yang bersifat cepat, terbuka, dan partisipatif (Jati, 2024). Proses ini memungkinkan mereka tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mengolah, menafsirkan, dan mereproduksi pesan secara kreatif sesuai dengan pengalaman sosial dan budaya yang mereka miliki. Interaksi digital yang intens ini juga mempengaruhi cara mereka menafsirkan realitas sosial, ketika informasi yang diperoleh tidak hanya bersifat faktual, tetapi juga dipengaruhi oleh narasi dan konteks sosial yang berkembang di ruang digital. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pola komunikasi dan konsumsi informasi Generasi Z menjadi kunci dalam mengkaji dampak media baru terhadap transformasi sosial saat ini (Mahmoud et al., 2021).

Transformasi digital tersebut turut memengaruhi cara budaya tradisional diperkenalkan kepada masyarakat. Kesenian Reog Ponorogo yang sebelumnya lebih banyak hadir melalui pertunjukan langsung kini mulai direpresentasikan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram. Digitalisasi budaya melalui media sosial memungkinkan kesenian tradisional hadir dan dijangkau oleh khalayak yang lebih luas (Sofya et al., 2025). Namun, kehadiran di ruang digital tidak secara otomatis menjamin penerimaan yang seragam — setiap khalayak membawa repertoar pemaknaan yang berbeda dalam proses konsumsi konten.

Kajian terdahulu tentang budaya digital dan Generasi Z, seperti Rokhman dkk. (2025) tentang analisis resepsi Gen Z terhadap tarian Tabola Bale dan penelitian dari Maharani (2025)

tentang persepsi Gen Z pada konten promosi Instagram, umumnya menggunakan pendekatan deskriptif-tematik yang belum sepenuhnya memetakan variasi posisi pemaknaan secara sistematis dalam kerangka analisis resepsi. Studi spesifik tentang bagaimana Gen Z mendekodekan konten budaya tradisional Reog Ponorogo dengan menggunakan model *encoding/decoding* Hall, yang memungkinkan diferensiasi antara posisi *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional* belum banyak dilakukan.

Artikel ini berfokus pada akun Instagram @reyogchestra yang secara konsisten menampilkan konten Reog Ponorogo dalam berbagai format. Dengan menggunakan kerangka analisis resepsi Stuart Hall (1980), penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) bagaimana Generasi Z memposisikan diri dalam mendekodekan konten budaya tersebut, (2) faktor-faktor apa yang menentukan posisi resepsi mereka, dan (3) bagaimana perbedaan antara followers dan non-followers memengaruhi kedalaman proses decoding.

Stuart Hall (2019) dalam model *encoding/decoding* menegaskan bahwa komunikasi massa merupakan proses yang tidak linear dan bersifat polisemik. Produsen pesan (encoder) mengodekan teks berdasarkan ideologi dan posisi dominan, namun pemaknaan final selalu berada di tangan khalayak (decoder) yang membawa perspektif, pengalaman, dan posisi sosial masing-masing. Hall mengidentifikasi tiga posisi decoding: (1) *Dominant-Hegemonic Position* — khalayak memahami dan menerima pesan sesuai dengan makna yang dimaksud encoder; (2) *Negotiated Position* — khalayak menerima bingkai dominan secara umum namun menegosiasikan sebagian makna berdasarkan konteks lokal atau personal; (3) *Oppositional Position* — khalayak memahami pesan tetapi menolaknya dan menggantinya dengan pemaknaan alternatif. Proses persepsi berlangsung melalui tiga tahapan utama: selection, organization, dan interpretation (Nisa et al., 2023). Dalam konteks media sosial, tahapan ini berinteraksi dengan algoritma platform yang membentuk paparan konten, preferensi estetika digital, dan kapital budaya khalayak. Persepsi khalayak terhadap konten budaya tidak terbentuk secara pasif, melainkan dipengaruhi oleh berbagai elemen komunikasi seperti visual, narasi, gaya penyampaian pesan, serta pengalaman individu dalam lingkungan digital (Al-Azan et al., 2025).

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997-2012, merupakan kelompok yang terbentuk sepenuhnya dalam ekosistem digital. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga mengevaluasinya berdasarkan standar estetika yang telah terinternalisasi melalui paparan konten digital yang masif (Tirocchi, 2024). Kemampuan literasi visual yang tinggi ini

menjadikan Gen Z sebagai khalayak yang kritis tidak hanya terhadap konten pesan, tetapi juga terhadap kualitas produksi wadah pesan itu sendiri.

Metode

Artikel ini merupakan hasil kajian yang mengadopsi pendekatan kualitatif dengan berlandaskan paradigma konstruktivisme, yang menekankan bahwa realitas bukanlah sesuatu yang objektif dan tetap, melainkan hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses interpretasi dan pengalaman subjektif individu (Creswell, 2017; Mays & Pope, 2020). Dengan demikian, setiap informan dianggap memiliki cara pandang dan makna yang unik terhadap fenomena yang diamati, yang dipengaruhi oleh latar belakang, konteks sosial, dan pengalaman pribadi mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali kedalaman makna yang dibangun oleh informan, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual mengenai objek studi.

Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan kerangka analisis resepsi Stuart Hall (Hall, 2024; Hall et al., 2024) sebagai alat utama. Kerangka ini membantu dalam mengidentifikasi posisi pemaknaan informan terhadap pesan atau fenomena yang diteliti, dengan memperhatikan bagaimana makna tersebut dapat diterima, ditolak, atau dimodifikasi oleh individu (Triastuti, 2026). Dengan menggunakan perspektif ini, peneliti dapat mengeksplorasi dinamika interaksi antara teks dan pembaca, serta variasi dalam proses pemaknaan yang terjadi (Alejandro & Zhao, 2024). Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami bagaimana individu membentuk interpretasi mereka sendiri dalam konteks sosial yang berbeda, sehingga memberikan wawasan mendalam tentang konstruksi realitas sosial dalam penelitian ini.

Subjek penelitian adalah sepuluh informan Generasi Z berusia 18–24 tahun yang aktif menggunakan Instagram. Pemilihan dilakukan secara purposif dengan kriteria: (1) merupakan pengguna Instagram aktif minimal 1 jam per hari, (2) berdomisili di Jakarta, (3) bersedia mengikuti wawancara mendalam. Informan dibagi menjadi dua kelompok: lima followers dan lima non-followers akun @Reyogchestra, untuk memperoleh variasi dalam kapital budaya terkait konten Reog. Selain itu, minat informan terhadap konten Instagram juga beragam, seperti hiburan, budaya, sinematik, videografi, olahraga, gaya hidup, skincare, fashion, hingga konten informatif. Variasi karakteristik tersebut dipilih untuk memperoleh gambaran persepsi Generasi Z yang lebih beragam terhadap konten Reog Ponorogo yang diunggah melalui akun Instagram @Reyogchestra.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam pada periode April–Mei 2026, baik daring maupun luring. Sebagai stimulus, informan diperlihatkan tiga konten dari akun @Reyogchestra: (1) video pertunjukan Reog di Taiwan, (2) video pertunjukan Reog nasional berskala besar, (3) infografis ragam budaya Ponorogo. Setelah menyaksikan masing-masing konten, informan dimintai respons terhadap empat aspek: kesan pertama, elemen yang paling diperhatikan, relevansi bagi anak muda, dan perubahan pandangan tentang Reog.

Analisis data menggabungkan dua pendekatan: (1) Analisis tematik Braun dan Clarke (2006) untuk mengidentifikasi pola makna, dan (2) Analisis resepsi Stuart Hall (1980) untuk mengkategorisasi posisi pemaknaan ke dalam tiga posisi decoding. Setiap pernyataan informan dikoding ke dalam matriks resepsi berdasarkan dimensi analisis: representasi budaya, kualitas konten, fungsi edukatif, dan relevansi media sosial. Verifikasi data dilakukan melalui triangulasi antar-informan dan member check.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis resepsi terhadap seluruh informan, penelitian ini mengidentifikasi bahwa mayoritas Generasi Z menempati posisi dominant-hegemonic dalam mendekodekan konten @Reyogchestra. Distribusi posisi resepsi berdasarkan model Stuart Hall disajikan sebagai berikut:



Gambar 1. Distribusi Resepsi Informan Berdasarkan Model Encoding/Decoding Stuart Hall (n=10)

Gambar 1 mengilustrasikan distribusi posisi resepsi informan terhadap konten @Reyogchestra berdasarkan model encoding/decoding Stuart Hall, dengan mayoritas (70%) berada pada posisi dominant-hegemonic. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

informan menerima pesan dominan yang disampaikan oleh konten tersebut tanpa penolakan signifikan, mencerminkan efektivitas penyampaian nilai budaya Reog Ponorogo kepada khalayak Gen Z. Posisi negotiated yang ditempati oleh 20% informan menunjukkan adanya interpretasi yang lebih kritis atau adaptif terhadap pesan, di mana mereka mungkin menyesuaikan makna konten dengan pandangan pribadi atau konteks sosial mereka. Sementara itu, posisi oppositional yang hanya dipegang oleh 10% informan bersifat selektif dan terbatas pada aspek teknis produksi konten, bukan pada penolakan terhadap nilai budaya inti Reog Ponorogo itu sendiri.

Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh @Reyogchestra menjangkau dan mempengaruhi audiens muda dengan cara yang mempertahankan nilai budaya asli sekaligus membuka ruang bagi interpretasi yang lebih fleksibel. Posisi oppositional yang terbatas pada aspek teknis juga mengindikasikan bahwa meskipun ada kritik, hal tersebut tidak melemahkan penerimaan budaya secara keseluruhan. Dengan demikian, konten ini tidak hanya berhasil dalam menyampaikan pesan budaya secara dominan, tetapi juga membangun dialog yang memungkinkan variasi pemahaman di kalangan penonton, yang penting untuk keberlangsungan dan relevansi budaya dalam konteks modern.

Tabel 1. Matriks Posisi Resepsi Informan

Informan	Representasi Budaya	Kualitas Konten	Fungsi Edukatif	Relevansi Media Sosial
Dimas (Followers)	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Yusuf (Followers)	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan
Daffa (Followers)	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Bilal (Followers)	Dominan	Negosiasi	Negosiasi	Negosiasi
Awiyah (Non-F)	Dominan	Oposisional	Oposisional	Negosiasi
Ardani (Non-F)	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan
Ayu (Non-F)	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan
Dheo (Non-F)	Dominan	Dominan	Dominan	Dominan
Reza (Followers)	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan
Salsa (Non-F)	Dominan	Dominan	Negosiasi	Dominan

Tabel 2. Hasil Kategori Tematik dan Pembentukan Tema

Kategori	Tema
Representasi Positif Reog dalam Konten	Tema 1: Representasi Reog Ponorogo dalam Konten
Daya Tarik Visual Konten	Tema 2: Persepsi terhadap Kualitas Penyajian Konten
Kritik dan Evaluasi Konten	Tema 2: Persepsi terhadap Kualitas Penyajian Konten
Fungsi Edukatif Konten	Tema 3: Fungsi Edukatif Konten Budaya
Relevansi Konten bagi Gen Z	Tema 4: Relevansi Konten Budaya bagi Gen Z
Peran Media Sosial dalam Pengenalan Budaya	Tema 4: Relevansi Konten Budaya bagi Gen Z

Tema 1: Representasi Reog Ponorogo dalam Konten — Dominant-Hegemonic

Analisis resepsi menunjukkan bahwa seluruh sepuluh informan mendekodekan narasi representasi Reog Ponorogo pada posisi dominant-hegemonic. Encoding dominan dalam konten @Reyogchestra mengonstruksi Reog sebagai budaya yang membanggakan, beridentitas kuat, dan mampu bersaing di panggung internasional. Seluruh informan menerima konstruksi makna ini tanpa melakukan oposisi.

Temuan ini secara khusus kuat pada Konten 1, di mana visualisasi pertunjukan Reog di Taipei mengaktifkan disposisi kebanggaan nasional pada seluruh informan — terlepas dari perbedaan latar belakang dan tingkat minat terhadap budaya tradisional.

"Sebagai orang Indonesia saya merasa bangga karena budaya kita dapat diterima dengan baik di luar negeri." (Daffa (Followers))

"Jadi lebih bangga aja sih. Ternyata budaya kita bisa diapresiasi juga sama orang luar." (Ayu (Non-Followers))

"Saya jadi melihat Reog sebagai budaya yang lebih menarik. Budaya tradisional sering dianggap kuno, tetapi melalui konten seperti ini budaya tersebut terlihat mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman." (Ardani (Non-Followers))

Secara teoretis, temuan ini mengindikasikan bahwa bingkai nasionalisme budaya berperan sebagai mekanisme encoding yang paling efektif dalam menggalang penerimaan dominan di antara berbagai kelompok khalayak. Hal ini terjadi karena bingkai tersebut mengaktifkan ideologi kebanggaan nasional yang telah dibangun secara hegemonik dan melekat kuat dalam kesadaran kolektif Generasi Z sebagai warga negara Indonesia. Dengan kata lain, bingkai ini tidak hanya merepresentasikan nilai-nilai budaya dan identitas nasional, tetapi juga menanamkan rasa bangga dan keterikatan emosional yang mendalam, sehingga memudahkan proses internalisasi pesan-pesan yang disampaikan.

Dalam kerangka teori Stuart Hall, keberhasilan bingkai ini terletak pada kemampuannya untuk menyelaraskan pesan komunikasi dengan struktur ideologi yang sudah ada dalam masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z. Dengan mengaktifkan kebanggaan nasional

yang sudah menjadi bagian dari kesadaran kolektif, bingkai nasionalisme budaya mampu menciptakan resonansi yang kuat dan memperkuat legitimasi pesan tersebut. Akibatnya, pesan yang dikomunikasikan lebih mudah diterima dan diadopsi secara luas, menjadikan bingkai ini sebagai strategi efektif dalam membangun konsensus dan mempertahankan dominasi ideologis lintas khalayak.

Tema 2: Kualitas Penyajian Konten — Zona Negosiasi

Dimensi kualitas penyajian konten menghasilkan variasi posisi resepsi yang paling luas dalam penelitian ini. Konten 2, yang menampilkan sinematografi berkualitas tinggi, mendapat apresiasi kuat (8 informan pada posisi dominant), sementara Konten 3 yang berbasis infografis statis mendapat lebih banyak negosiasi (5 informan) dan bahkan oposisi (1 informan).

"Perpindahan kamera dan variasi sudut pengambilan gambarnya membuat konten tersebut tidak membosankan untuk ditonton." (Yusuf (Followers))

"Cara penyampaiannya yang penting. Kalau dikemas dengan baik, budaya tradisional juga masih bisa menarik buat anak muda." (Reza (Followers))

Satu-satunya informan yang menempati posisi oppositional, Awiyah, secara eksplisit menolak kualitas teknis Konten 2 dan 3:

"Perpindahan dan transisinya kurang pas sehingga membuat pertunjukannya kurang nyaman untuk dinikmati." (Awiyah (Non-Followers))

Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks media sosial, proses resepsi tidak hanya berfokus pada pemaknaan isi teks (content), tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas produksi visual dan teknis (form) yang menyertainya. Hal ini terutama signifikan bagi Generasi Z, yang telah tumbuh dalam lingkungan digital dengan ekspektasi tinggi terhadap standar estetika dan kualitas konten. Dengan demikian, kualitas produksi bukan sekadar pelengkap, melainkan elemen yang melekat dalam konstruksi makna media, yang turut membentuk pengalaman dan interpretasi khalayak digital. Pendekatan ini memperluas teori resepsi tradisional dengan memasukkan dimensi evaluasi kualitas produksi sebagai bagian integral dari interaksi audiens dengan konten media.

Selain itu, perbedaan skor resepsi yang lebih tinggi pada followers, terutama pada dimensi 'Relevansi Gen Z', menunjukkan bahwa paparan berulang terhadap konten @Reyogchestra memperkaya modal budaya mereka. Mengacu pada konsep kapital budaya Bourdieu (Christensen, 2024; Ramsey, 2023; Verwiebe & Hagemann, 2025), pengalaman dan pengetahuan yang diperoleh dari interaksi berkelanjutan dengan konten tersebut memungkinkan followers mengakses lapisan makna yang lebih kompleks dan melakukan

evaluasi yang lebih mendalam terhadap relevansi konten dalam konteks sosial dan budaya mereka. Dengan demikian, followers tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan partisipan aktif yang mampu mengkonstruksi makna secara kritis dan kontekstual, yang memperkuat hubungan mereka dengan konten dan meningkatkan keterlibatan mereka secara keseluruhan.

Tema 3: Fungsi Edukatif Konten — Penerimaan Bersyarat

Konten 3 yang menyajikan infografis ragam budaya Ponorogo berhasil menyampaikan fungsi edukatifnya kepada seluruh informan — semua mengakui mendapatkan informasi baru. Namun, penerimaan ini bersifat bersyarat: mayoritas informan (5 dari 10) menegosiasikan kedalaman informasi yang disajikan.

"Konten ini membuat saya jadi lebih tahu tentang budaya yang ada di Ponorogo. Awalnya saya hanya tahu Reog Ponorogo, ternyata masih ada budaya lainnya juga." (Dimas (Followers))

"Akan lebih baik jika setiap tradisi diberikan penjelasan yang lebih rinci." (Bilal (Followers))

"Jadi tahu kalau Ponorogo nggak cuma punya Reog." (Ayu (Non-Followers))

Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z sebenarnya terbuka terhadap konten edukatif, asalkan konten tersebut disajikan dengan kedalaman yang memadai. Mereka bukan sekadar konsumen pasif yang menerima informasi secara mentah, melainkan audiens yang aktif dan kritis, yang menginginkan substansi yang lebih bermakna dan relevan. Dengan kata lain, Generasi Z mengharapkan konten edukatif yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menantang pemikiran mereka, memberikan wawasan baru, dan mendorong refleksi yang lebih dalam.

Posisi negotiated ini menandakan pergeseran paradigma dalam cara audiens muda berinteraksi dengan informasi. Mereka tidak hanya mencari hiburan atau konten ringan, melainkan juga menghargai kualitas dan kedalaman materi yang dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka. Oleh karena itu, pembuat konten harus mempertimbangkan untuk meningkatkan kompleksitas dan nilai intelektual dari materi edukatif yang disajikan agar sesuai dengan ekspektasi Generasi Z yang kritis dan aktif ini.

Tema 4: Relevansi Media Sosial — Konsensus Lintas Posisi

Menariknya, meski terdapat perbedaan dalam posisi resepsi terhadap konten spesifik, seluruh informan mencapai konsensus pada level meta-pesan: media sosial merupakan medium yang efektif untuk melestarikan dan memperkenalkan budaya tradisional kepada Generasi Z. Ini merupakan bentuk dominant-hegemonic reading pada level yang lebih abstrak.

"Konten-konten tentang Reog Ponorogo dapat menjangkau anak muda, khususnya Generasi Z, dengan lebih mudah." (Yusuf (Followers))

"Sekarang hampir semua orang buka media sosial setiap hari. Jadi kalau budaya tradisional hadir di media sosial, peluang buat dilihat juga lebih besar." (Dheo (Non-Followers))

"Nggak semua orang punya kesempatan lihat langsung pertunjukan Reog. Jadi lewat Instagram orang-orang tetap bisa kenal dan belajar tentang budaya itu dengan lebih mudah." (Salsa (Non-Followers))

Tema empat menyoroti konsensus yang terbentuk di antara seluruh informan mengenai peran media sosial sebagai medium efektif dalam melestarikan dan memperkenalkan budaya tradisional kepada Generasi Z. Meskipun terdapat variasi posisi resepsi terhadap konten spesifik, semua informan sepakat bahwa media sosial memberikan akses yang lebih luas dan mudah bagi anak muda untuk mengenal budaya tradisional seperti Reog Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa pada level meta-pesan, media sosial dipahami sebagai alat strategis yang mampu menjembatani kesenjangan antara budaya tradisional dan khalayak muda yang hidup dalam ekosistem digital.

Konsensus ini mencerminkan posisi dominant-hegemonic pada tingkat abstrak, di mana media sosial tidak hanya dipandang sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pelestarian budaya yang relevan dengan gaya hidup dan kebiasaan konsumsi informasi Generasi Z. Pernyataan informan seperti "Sekarang hampir semua orang buka media sosial setiap hari" dan "Lewat Instagram orang-orang tetap bisa kenal dan belajar tentang budaya itu dengan lebih mudah" menggarisbawahi bagaimana media sosial memperluas jangkauan budaya yang sebelumnya hanya dapat diakses melalui pertunjukan langsung atau media tradisional. Dengan demikian, media sosial berperan dalam menjaga keberlangsungan budaya melalui adaptasi ke dalam format digital yang sesuai dengan preferensi audiens muda.

Lebih jauh, tema ini mengindikasikan bahwa keberhasilan konten budaya di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan platform tersebut dalam menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan generasi muda untuk berpartisipasi aktif dalam proses pelestarian budaya. Konsensus lintas posisi resepsi ini menandai adanya pengakuan kolektif atas nilai strategis media sosial dalam konteks budaya, sekaligus membuka peluang bagi pengembangan konten yang lebih inovatif dan inklusif untuk mempertahankan relevansi budaya tradisional di era digital.

Sintesis: Dominant-Hegemonic Bersyarat dalam Ekosistem Digital

Berdasarkan analisis keempat tema di atas, artikel ini menghasilkan kontribusi konseptual terhadap model resepsi Hall dalam konteks ekosistem media sosial: dominant-hegemonic bersyarat (*conditional dominant-hegemonic*). Konsep ini menggambarkan kondisi penerimaan dominan oleh khalayak tidak bersifat otomatis dan deterministik, melainkan dipengaruhi oleh seperangkat kondisi yang bersifat spesifik terhadap ekosistem media sosial visual dan karakteristik Generasi Z sebagai kelompok demografis.

Model Hall (2019) menekankan bahwa posisi decoding ditentukan terutama oleh posisi sosial dan ideologis khalayak. Morley (2023) kemudian mengembangkan argumen ini melalui studinya terhadap program Nationwide, menunjukkan bahwa perbedaan kelas sosial dan latar belakang budaya menghasilkan pola decoding yang berbeda-beda. Namun, kedua formulasi tersebut dikembangkan dalam konteks media satu arah (televisi) yang berbeda secara fundamental dengan ekosistem media sosial interaktif dan visual-first yang menjadi habitat keseharian Gen Z.

Dalam ekosistem Instagram, artikel ini menemukan bahwa posisi decoding tidak hanya ditentukan oleh faktor sosio-ideologis yang dikemukakan Hall dan Morley, tetapi juga oleh tiga kondisi tambahan yang spesifik terhadap media sosial visual: (1) bingkai pesan (*message framing*), (2) kualitas produksi konten sebagai bagian integral dari teks, dan (3) kapital budaya yang dibentuk oleh mekanisme following.

Kondisi pertama, bingkai nasionalisme budaya, berhasil menjadi *encoding* universal karena mengaktifkan kebanggaan nasional yang telah terkonstruksi dalam kesadaran kolektif Generasi Z. Kebanggaan nasional adalah salah satu bentuk hegemoni yang paling kuat dalam konteks Indonesia, ia melampaui perbedaan kelas, latar belakang pendidikan, dan tingkat paparan terhadap budaya tradisional. Ketika Reog Ponorogo diposisikan sebagai kebanggaan Indonesia di hadapan mata dunia, seluruh informan dari yang sangat familiar hingga yang sama sekali asing dengan Reog merespons dengan penerimaan dominan.

Kondisi kedua, kualitas produksi konten, merupakan dimensi yang paling inovatif dari temuan penelitian ini. Dalam model resepsi tradisional, teks dan wadah teks (medium) diperlakukan sebagai entitas yang dapat dipisahkan secara analitis. Namun, dalam ekosistem media sosial visual di mana Generasi Z tumbuh, keduanya telah melebur menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Seorang informan yang terpapar ribuan konten berkualitas tinggi per hari secara alamiah mengembangkan standar estetika yang tinggi — dan standar ini diterapkan secara bersamaan terhadap *content* (pesan budaya) dan *form* (kualitas

produksi) dalam setiap proses decoding. Fenomena ini dapat dipahami melalui teori literasi media: Gen Z memiliki melek media (*media literacy*) yang lebih tinggi dibanding generasi sebelumnya, tidak hanya mencakup kemampuan memahami pesan, tetapi juga kemampuan mengevaluasi kualitas teknis penyampaian pesan. Hariatiningsih dan Irwanto (2024) menjelaskan bahwa atensi pengguna media sosial dipengaruhi oleh bentuk penyajian konten yang mampu menarik perhatian khalayak, temuan penelitian ini memperdalam argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa bentuk penyajian tidak hanya memengaruhi atensi, tetapi langsung memengaruhi posisi resepsi khalayak.

Kondisi ketiga, kapital budaya yang dibentuk oleh mekanisme *following*, memperlihatkan dimensi baru dari teori kapital budaya Bourdieu dalam konteks media sosial. *Following* pada Instagram bukan sekadar tindakan administratif, keputusan *follow* merupakan keputusan aktif untuk secara terus-menerus memasukkan jenis konten tertentu ke dalam aliran informasi harian seseorang. Bagi *followers* @Reyogchestra, keputusan untuk *following* berarti mereka secara reguler menerima konten Reog Ponorogo, yang perlahan membangun pemaknaan yang lebih kaya. Hal ini menjelaskan mengapa *followers* menunjukkan kedalaman *decoding*, hal ini tidak hanya memiliki lebih banyak informasi tentang Reog, tetapi juga memiliki kerangka interpretasi yang lebih terstruktur untuk memahami setiap konten baru yang mereka temui.

Konsep *dominant-hegemonic* bersyarat ini memiliki implikasi bagi pemahaman kita tentang komunikasi budaya digital. Ia menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah pesan budaya dalam mencapai penerimaan dominan oleh khalayak digital bukan semata-mata persoalan isi pesan, melainkan juga persoalan strategi bingkai, kualitas eksekusi, dan pengelolaan komunitas pengikut. Bagi akun-akun Instagram yang bergerak dalam pelestarian budaya tradisional, temuan ini memberikan peta jalan yang lebih terperinci tentang faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang strategi konten yang efektif.

Kesimpulan

Artikel ini mengungkapkan bahwa Generasi Z cenderung mengadopsi posisi pembacaan hegemonik terhadap konten Reog Ponorogo @Reyogchestra, meskipun penerimaan ini bersifat kondisional dan dipengaruhi oleh bingkai pesan, kualitas produksi, serta modal budaya audiens. Posisi oposisi yang muncul bersifat selektif, lebih terkait dengan aspek teknis konten daripada penolakan budaya.

Temuan ini menekankan pengelolaan konten budaya digital yang disesuaikan dengan

karakteristik audiens Gen Z. Strategi pengkodean yang efektif harus mengintegrasikan bingkai nasionalisme budaya sebagai landasan narasi, yang memungkinkan konten tersebut membangun identitas kolektif sekaligus resonan dengan nilai-nilai yang dianut oleh generasi muda. Selain itu, preferensi Gen Z terhadap format video yang dinamis dibandingkan format statis mengharuskan pengelola konten untuk mengoptimalkan penggunaan media visual yang interaktif dan menarik, guna meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens. Kualitas produksi juga menjadi faktor krusial, di mana standar estetika digital yang tinggi tidak hanya memperkuat daya tarik visual, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan posisi resepsi konten di ekosistem media sosial.

Secara teoretis, artikel ini menerapkan model komunikasi Stuart Hall dengan menambahkan dimensi 'kualitas produksi' sebagai variabel dalam menentukan bagaimana pesan diterima dan diinterpretasikan oleh audiens dalam konteks media sosial visual. Dimensi ini menegaskan bahwa selain makna teks dan konteks budaya, aspek teknis dan estetis produksi media turut membentuk posisi resepsi, sehingga memperkaya pemahaman tentang dinamika komunikasi digital kontemporer. Penambahan dimensi ini memberikan kerangka kerja yang lebih komprehensif dalam menganalisis interaksi antara produsen konten, media, dan audiens dalam lingkungan digital yang semakin kompleks dan kompetitif. Keterbatasan penelitian ini mencakup jumlah informan yang terbatas dan cakupan geografis yang hanya meliputi Jakarta. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan jumlah informan, serta mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor seperti latar belakang etnis dan kedekatan geografis dengan Ponorogo memengaruhi posisi resepsi.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh informan dan pengelola Instagram @reyogchestra. Serta terima kasih untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur yang telah memberikan dukungan sehingga artikel ini dapat diterbitkan.

Referensi

- Al-Azan, M., Rahuda, R., & Hasanah, N. (2025). Persepsi dan Teori Atribusi Kelley. *Jurnal Manajemen Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1(2), 115–124.
- Alejandro, A., & Zhao, L. (2024). Multi-method qualitative text and discourse analysis: A methodological framework. *Qualitative Inquiry*, 30(6), 461–473.
- Christensen, G. (2024). Three concepts of power: Foucault, Bourdieu, and Habermas. *Power and Education*, 16(2), 182–195.

- Creswell, J. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Hall, S. (2019). Encoding—Decoding (1980). In *Crime and Media* (pp. 44–55). Routledge.
- Hall, S. (2024). Culture, the media and the 'ideological effect.' In *New Critical Writings in Political Sociology* (pp. 341–374). Routledge.
- Hall, S., Nixon, S., & Evans, J. (2024). *Representation: cultural representations and signifying practices*. SAGE Publications Limited.
- Hariatiningsih, L. R., & Irwanto, I. (2024). Membangun Atensi Pada Media Sosial (Studi Netnografi Remaja Pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 64–74. <https://doi.org/10.31294/jkom.v15i2.23080>
- Jati, R. P. (2024). Berpikir Kreatif: Sebuah Pengantar. In *Berpikir Kreatif: Sebuah Pengantar* (pp. 13–25). Diomedia. https://www.researchgate.net/publication/386141420_Berpikir_Kreatif_Sebuah_Pengantar
- Lubis, R. O. (2025). Persepsi Dan Preferensi Generasi Z Terhadap Konten Pemasaran TikTok: Analisis Tematik Konten Kreator Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis Modern*, 1(2), 243–254.
- Maharani, M. (2025). Persepsi Gen Z Pada Konten Promosi Akun Instagram @bogoraquagame Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(6), 1764–1770. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i6.1079>
- Mahmoud, A. B., Fuxman, L., Mohr, I., Reisel, W. D., & Grigoriou, N. (2021). "We aren't your reincarnation!" workplace motivation across X, Y and Z generations. *International Journal of Manpower*, 42(1), 193–209.
- Mays, N., & Pope, C. (2020). Quality in qualitative research. *Qualitative Research in Health Care*, 211–233.
- Morley, D., & Hartmann, M. (2023). A dialogue on domestication. In *The Routledge Handbook of Media and Technology Domestication* (pp. 70–86). Routledge.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *KOLONI*, 2(4), 213–226. <https://doi.org/10.31004/koloni.v2i4.568>
- Ramsey, G. (2023). Cultural capital theory of Pierre Bourdieu. *Simply Sociology. Päivitettyä Verkkosivusto. Päivitetty*, 25, 2023.
- Rokhman, S. D. A., Yuono, A. P., Putri, T. R., & Putri, B. R. (2025). Analisis Resepsi Gen Z Terhadap Konten Tarian Tabola Bale Oleh Dancer Official Genas Dalam Pengembangan Budaya Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 4, 750–764.
- Sofya, N. D., Esabella, S., Ekastini, E., & Yunanri, W. (2025). Digitalisasi sebagai sarana pelestarian kebudayaan lokal. *Jurnal Pengabdian Rekayasa Sistem*, 3(1), 1–6.
- Tirocchi, S. (2024). Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>
- Triastuti, E., Y. R. P., H. A., & J. R. P. (2026). *Pengantar Teori Media*. Bumi Aksara.
- Verwiebe, R., & Hagemann, S. (2025). Bourdieu revisited: new forms of digital capital—emergence, reproduction, inequality of distribution. *Information, Communication & Society*, 28(11), 1861–1883.