ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN *TOXIC RELATIONSHIP* KLIEN KONSELING "SAMA DIA SAKIT, NGGAK SAMA DIA LEBIH SAKIT" DALAM AKUN TIKTOK @Sundarindah

SKRIPSI

Oleh:

Angeli Offilia

202110415269

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN *TOXIC RELATIONSHIP* KLIEN KONSELING "SAMA DIA SAKIT, NGGAK SAMA DIA LEBIH SAKIT" DALAM AKUN TIKTOK @Sundarindah

SKRIPSI

Oleh:

Angeli Offilia

202110415269

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten *Toxic Relationship* Klien Konseling "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" Dalam Akun TikTok @Sundarindah
Nama Mahasiswa	: Angeli Offilia
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415269
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	: 22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN. 0319059501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten *Toxic Relationship* Klien Konseling "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" Dalam Akun TikTok @Sundarindah
Nama Mahasiswa	:	Angeli Offilia
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415269
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	:	22 Juli 2025

Jakarta, 29 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	:	Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si
		NIDN. 0416118205
Penguji	:	Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
		NIDN. 0319059501
Sekretaris Penguji	:	Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom.,M.I.Kom
		NIDN. 0713129301

MENGETAHUI

Ketua Program Studi	Dekan
Ilmu Komunikasi	Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Analisis Resepsi.., Angeli Offilia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten *Toxic Relationship* Klien Konseling "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" Dalam Akun TikTok @Sundarindah ini adalah benar benar hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan dari berbagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Yang memberi pernyataan



Angeli Offilia

202110415269

ABSTRAK

Angeli Offilia. NPM 202110415269. Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten *Toxic Relationship* Klien Konseling "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" Dalam Akun TikTok @Sundarindah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana khalayak memahami dan merespons konten bertema *toxic relationship* pada sesi klien konseling berjudul *"Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit"* yang diunggah oleh akun TikTok @Sundarindah. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh maraknya kasus hubungan tidak sehat (*toxic relationship*) yang kerap kali tersembunyi dalam interaksi pasangan, serta meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai ruang berbagi pengalaman dan edukasi seputar isu psikologis. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi menurut Stuart Hall (1980), yang membagi posisi khalayak ke dalam tiga kategori: dominan, negosiasi, dan oposisi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap komentar-komentar pada konten yang dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar khalayak berada dalam posisi dominan, yakni menerima sepenuhnya pesan dalam konten. Sebagian lainnya berada pada posisi negosiasi, di mana mereka setuju pada isi pesan namun masih terikat oleh pengalaman pribadi yang menyulitkan mereka untuk keluar dari hubungan *toxic*. Sementara itu, terdapat pula khalayak yang menempati posisi oposisi, yaitu menolak isi pesan dan memilih tetap bertahan dalam hubungan yang tidak sehat. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan khalayak terhadap pesan media sangat dipengaruhi oleh pengalaman hidup, latar belakang sosial, serta kondisi psikologis masing-masing individu. TikTok sebagai media sosial juga terbukti menjadi sarana efektif dalam membangun kesadaran akan pentingnya mengenali dan menghindari *toxic relationship*.

Kata Kunci: Resepsi Khalayak, *Toxic Relationship*, TikTok, Stuart Hall, Media Sosial.

ABSTRACT

Angeli Offilia. NPM 202110415269. *Audience Reception Analysis of Toxic Relationship Content for Counseling Clients "Being with Him Hurts, Being Without Him Hurts More" on the TikTok Account @sundarindah*

This study aims to analyze how the audience perceives and responds to content themed around toxic relationships in a counseling session titled "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" uploaded by the TikTok account @Sundarindah. The background of this research stems from the rising number of unhealthy relationships (toxic relationships) that often go unnoticed in romantic interactions, along with the increasing use of social media—particularly TikTok—as a platform to share experiences and educate others on psychological issues. This research uses a descriptive qualitative approach with a reception analysis method based on Stuart Hall's (1980) theory, which divides audience reception into three positions: dominant, negotiated, and oppositional. Data collection was carried out through observation and documentation of comments on the analyzed content. The results show that most of the audience occupy the dominant position, fully accepting the message of the content. Some are in the negotiated position, agreeing with the content but still emotionally bound to their personal experiences, making it difficult to leave toxic relationships. Others fall into the oppositional position, rejecting the message and choosing to stay in their unhealthy relationships. The study concludes that audience reception of media messages is strongly influenced by individual life experiences, social background, and psychological conditions. TikTok has proven to be an effective medium for raising awareness about the importance of recognizing and avoiding toxic relationships.

***Keywords**: Audience Reception, Toxic Relationship, TikTok, Stuart Hall, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadirat Allah S.W.T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya Kepada Kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten *Toxic Relatioship* Klien Konseling "Sama Dia Sakit, Nggak Sama Dia Lebih Sakit" Dalam Akun TikTok @Sundarindah ". Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentunya laporan ini dibuat dengan doa, bimbingan dan dukungan orang tua tercinta, yaitu Bapak Priyonggo dan Ibu Widiyanti.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa), selaku Rektor, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Ka. Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing penulis.
6. Para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Seluruh civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.
8. Carisa Aqila Putri selaku adik saya yang mendukung saya dalam proses pengerjaan skripsi.

9. Adhitya Widi Anggoro S.M selaku kakak saya yang membantu dalam proses pengerjaan skripsi.
10. Nadhifa Azkia Zahra dan Ramdini, sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat, motivasi, serta menjadi tempat berbagi cerita di setiap proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian begitu berarti dalam perjalanan ini.
11. Syaira Anazwa, Eka Sabrina, dan Novia Putri Ramadhani, teman-teman terbaik di kampus yang selalu mendukung dengan semangat, doa, serta keceriaan yang membuat proses penyusunan skripsi ini menjadi lebih ringan. Kehadiran kalian sangat berarti bagi penulis.
12. Kepada pemilik NPM 202110415409 yang memilih untuk tidak disebutkan namanya, terima kasih telah membersamai setiap langkah di akhir perjalanan perkuliahan ini. Meski pertemuan kita datang di penghujung masa studi, semoga langkah kita terus bersama sampai waktu tak lagi mengikat.

Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Amiin.

Jakarta, 29 Juli 2025

Angeli Offilia

Analisis Resepsi.., Angeli Offilia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Pertanyaan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat Teoretis 10
1.5.2 Manfaat Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Tinjauan Konseptual 14
2.2.1 Komunikasi Digital 14
2.2.2 Media Baru 15
2.2.3 Media Sosial 15
2.2.4 TikTok 16
2.2.5 Platform TikTok sebagai Media Konten 16
2.2.6 *Influencer* Tiktok (Tiktokers) 17

Analisis Resepsi.., Angeli Offilia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.2.2 Posisi Komentar Yang Tidak Masuk Kategori Posisi Khalayak Menurut Hall.....44
BAB V PENUTUP **46**
5.1 Kesimpulan.....46
5.2 Saran.....46
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Analisis Resepsi.., Angeli Offilia, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Daftar Influencer.....6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....12
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....31
Tabel 4. 1 Jumlah Respon Khalayak Pada Konten @Sundarindah.....35
Tabel 4. 2 Respon Komentar Khalayak.....36

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Berita Toxic Relationship 4
Gambar 1. 2 Contoh Komentar di Akun @Sudarindah.....7
Gambar 3. 1 Komentar di Akun @Sudarindah.....28
Gambar 3. 2 Konten dalam akun @Sundarindah 29
Gambar 4. 1 Profile @Sundarindah.....32
Gambar 4. 2 Konten dengan aktivitas audiens 34
Gambar 4. 3 Diagram Posisi Khalayak. 38

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 : Pedoman Observasi
Lampiran 3 : Tabel Reduksi Observasi
Lampiran 4 : Dokumentasi Observasi
Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 6 : Form Perbaikan Skripsi