

Pemaknaan Khalayak Tentang Disonansi Kognitif pada Film Black Swan (Analisis Resepsi Pesan pada Generasi Z)

Kaysha Zalfaa Putri Yogie¹, Adrio Kusumareza Adim²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
kayshazalfaa@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, adriokusma@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Films are produced as a medium to convey moral messages to their target audience. As a communication medium, films are considered effective in encoding messages, which are then understood and decoded by the audience. *Black Swan* is a psychological thriller film that communicates messages related to Leon Festinger's cognitive dissonance theory through the depiction of its main character, Nina, who exhibits inconsistencies between her attitudes, thoughts, and behaviors. This study aims to explore audience interpretations and positions using Stuart Hall's reception analysis framework, which includes the Dominant-Hegemonic Position, Negotiated Position, and Oppositional Position. The research employs a qualitative method within the constructivist paradigm and applies Stuart Hall's reception analysis. The subjects of this study are members of Generation Z in Bandung, West Java, who have watched *Black Swan* and provided their interpretations of cognitive dissonance through eight selected scenes from the film. The results reveal that out of 10 informants, six occupy the Dominant-Hegemonic Position, one occupies the Negotiated Position, and three occupy the Oppositional Position in decoding the film's cognitive dissonance messages.

Keywords: Cognitive Dissonance, Reception Analysis, Film, Black Swan, Generation Z

Abstrak

Film diproduksi sebagai sarana untuk menyebarkan pesan moral untuk penonton yang merupakan target (*audience target*) dari film tersebut. Sebagai media komunikasi, film dinilai efektif dalam menyampaikan atau mengkomunikasikan pesan (*encoding*) yang untuk kemudian dipahami dan dimaknai atau di-*decoding* oleh penonton. *Black Swan* merupakan salah satu film *psychological thriller* yang memiliki pesan terkait psikologi komunikasi yaitu disonansi kognitif Leon Festinger lewat penggambaran pemeran utamanya yaitu Nina yang memiliki inkonsistensi antara sikap, pemikiran, dan perilakunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan dan posisi khalayak lewat analisis resepsi pesan Stuart Hall yaitu *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Opposite Position*. Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode analisis resepsi pesan Stuart Hall. Subjek pada penelitian ini yaitu generasi Z di Kota Bandung, Jawa Barat sebagai khalayak yang telah menonton *Black Swan* kemudian memberikan hasil pemaknaan mereka mengenai disonansi kognitif lewat 8 adegan dalam film *Black Swan*. Hasil penelitian ini menunjukkan 10 informan meresepsi pesan mengenai disonansi kognitif dalam film *Black Swan* di mana 6 dari 10 informan menempati *Dominant-Hegemonic Position*, 1 dari 10 informan menempati *Negotiated Position*, dan 3 dari 10 informan menempati *Opposite Position*.

Kata Kunci: Disonansi Kognitif, Analisis Resepsi, Film, Black Swan, Generasi Z

I. PENDAHULUAN

Film telah menjadi media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak luas. Sebagai sarana penyampaian pesan moral, kemanusiaan, politik, sosiokultural, dan budaya, film memiliki kemampuan untuk memengaruhi penonton melalui narasi visual dan emosionalnya. Pesan yang terkandung dalam film dikomunikasikan untuk dipahami atau di-decode oleh penonton, kemudian akan membentuk pemahaman penonton (Zoebazary, 2010). Film dengan tema *psychological thriller* (thriller psikologis) menjadi salah satu topik, pesan, atau

pun fenomena yang sering diangkat pada film. Dalam film thriller psikologis, fokus utamanya ada pada dunia batin pemeran utamanya, tema ini menggambarkan keadaan emosional dan pergulatan batin para karakternya (Sojida, 2024). Contoh film dengan genre *psychological thriller* adalah *Black Swan* (2010), *Fight Club* (1999), *Shutter Island* (2010), *Gone Girl* (2014), dan *Split* (2016). *Black Swan* merupakan salah satu film *thriller* psikologis yang disutradarai oleh Darren Aronofsky dan pernah memenangkan 98 penghargaan serta 279 nominasi, salah satunya adalah Academy Award yang kemudian mendapatkan satu piala Oscar pada nominasi Aktris Terbaik.

Black Swan menceritakan tentang pemeran utamanya yaitu Nina Sayers, seorang balerina yang bercita-cita untuk memerankan Swan Queen dalam pertunjukan Swan Lake. Peran ini membutuhkan Nina untuk memerankan dua karakter yang bertolak belakang, White Swan yang anggun dan polos, serta *Black Swan* yang sensual dan manipulatif. Konflik internal Nina muncul ketika kepribadian dan sifatnya yang polos bertabrakan dengan tuntutan serta ambisinya menjadi *Black Swan*. Pergulatan psikologis ini menciptakan kondisi terkait psikologi komunikasi yang dikenal sebagai disonansi kognitif yaitu ketidaknyamanan akibat ketidaksesuaian antara kepercayaan, sikap, dan perilaku (Festinger, 1962).

Film *Black Swan* dipilih untuk diteliti terkait psikologi komunikasi yaitu disonansi kognitif yang direpresentasikan dalam kepribadian pemeran utama di film ini. Teori ini dipopulerkan oleh seorang psikolog bernama Leon Festinger pada tahun 1957. Festinger menjelaskan bahwa disonansi kognitif akan terjadi setiap kali seorang individu dihadapkan dengan fakta atau informasi yang bertentangan dengan nilai, keyakinan, dan gagasan mereka. Penggambaran disonansi kognitif pada film ini diperlihatkan dari Nina yang memiliki perasaan tidak nyaman hingga ketakutan karena adanya ketidaksesuaian antara kepribadian, keyakinan, dan perilakunya sebagai balerina. Penggambaran itulah yang kemudian disampaikan sebagai pesan kepada penontonnya, seperti pada penjelasan sebelumnya bahwa film *psychological thriller* berfokus pada keadaan serta pergulatan batin dan emosional karakternya yang disajikan lewat sisi gelap sifat mereka.

Di Indonesia sendiri fenomena disonansi kognitif sering ditemukan pada beberapa kasus, salah satunya yaitu disonansi kognitif yang dialami oleh perokok di Indonesia. Fenomena ini menyatakan adanya inkonsistensi antara keyakinan perokok atas bahaya rokok terhadap Kesehatan dengan perilaku mereka yang secara aktif menggunakan rokok (Fadholi et al., 2020). Penelitian terdahulu mengenai disonansi kognitif diteliti oleh Fathima P. M. dan Dr. Sakhshi Singh pada tahun 2024 yang berjudul “*Cognitive Dissonance and the Complexities of Existence: A Comparative Analysis of Cloud Atlas and Kafka on the Shore*” yang menghasilkan bahwa penulis novel tersebut menggambarkan disonansi kognitif untuk membantu pembaca memahami kompleksitas identitas dan perilaku manusia. Kemudian penelitian terdahulu lainnya yaitu mengenai analisis resepsi audiens yang ditulis oleh Tuti Ismi Wahidar dan Shafira Ardhana Reswari pada tahun 2021 yang berjudul “Analisis Resepsi *Toxic Relationship* dalam Film Pendek *All Too Well* Karya Taylor Swift” yang hasilnya 3 informan meresepsi secara hegemoni-dominan, 3 sisanya pada posisi negosiasi, dan tidak ada informan yang di posisi oposisi. Lalu penelitian milik Dionni Ditya Perdana pada tahun 2019 berjudul “*Reception Analysis of Related Audience by Watching ‘Sexy Killers’ the Documentary Film*” yang hasil penelitiannya sebagian besar audiens ada pada posisi negosiasi, 1 audiens pada posisi dominan, dan tidak ada audiens pada posisi oposisi.

Film *Black Swan* ini akan dianalisis menggunakan metode analisis resepsi pesan oleh Stuart Hall dengan tujuan untuk mengetahui pemaknaan dan resepsi khalayak mengenai disonansi kognitif pada film *Black Swan* sekaligus mengetahui posisi khalayak dalam menolak atau menerima pesan mengenai disonansi kognitif yang disampaikan oleh media yang pada penelitian ini khususnya film *Black Swan*. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi untuk melihat pola interaksi sekaligus pemahaman informan sebagai khalayak terkait psikologi komunikasi terutama mengenai disonansi kognitif. Stuart Hall menyatakan adanya tiga posisi hipotesis saat khalayak melakukan *decoding* pada pesan media, yaitu *Dominant-Hegemonic Position* (Posisi Dominan-Hegemonis), *Negotiated Position* (Posisi Negosiasi), dan *Oppositional Position* (Posisi Oposisi) (Hall et al., 2005).

Khalayak pada penelitian ini berupa generasi Z yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat. Badan Pusat Statistik (2024) menyatakan bahwa generasi Z lahir pada tahun 1997-2012 yaitu usia 8 sampai 23 tahun. Maka dari itu, peneliti akan meneliti khalayak dengan rentang usia dari 20 hingga 23 tahun sebagai informan dalam penelitian ini. Alasan peneliti memfokuskan khalayak generasi Z dengan usia 20 sampai 23 tahun adalah karena generasi Z adalah generasi yang paham teknologi digital dan bersikap kritis dalam merespons pesan atau informasi yang diterima. Hal ini selaras dengan peran media komunikasi massa sebagai media yang dapat memengaruhi pemahaman khalayak (Zoebazary, 2010).

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini ingin mengetahui serta melakukan analisis terkait pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif yang digambarkan pada film *Black Swan*. Pada penelitian ini, informan akan diperlihatkan beberapa adegan (*scene*) disonansi kognitif di film tersebut yang kemudian informan akan memberikan pemaknaan atas pesan disonansi kognitif yang mereka dapatkan.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses pengiriman pesan atau komunikasi yang memanfaatkan media yang bisa diterima oleh khalayak sangat luas sekaligus tersebar pada berbagai penjurur (Vera, 2016). Media massa memiliki dua bentuk berupa media lama (*old media*) juga media baru (*new media*). Karakteristik *old media* atau media lama yaitu komunikatornya berupa sebuah organisasi, instansi, atau lembaga, khalayak bersifat massa, dan komunikasinya bersifat satu arah. Bentuk-bentuk media lama diantaranya yaitu surat kabar (koran), majalah, radio, televisi dan film (Vera, 2016). Harold D. Lasswell dalam (Mukarom, 2020) menyatakan unsur komunikasi massa lewat pernyataan “*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect?*”.

Dari penjelasan mengenai komunikasi massa, film *Black Swan* dalam penelitian ini dapat diidentifikasi ke dalam media komunikasi massa karena film ini termasuk salah satu media yang mampu menjangkau khalayak luas, menggunakan teknologi media untuk menyebarkan, bersifat satu arah, dan memiliki berbagai fungsi. Dalam penelitian ini, khalayak akan menerima dan memaknai pesan yang dikirimkan oleh media massa yaitu film.

B. Film

Film merupakan bagian dari beberapa bentuk media komunikasi massa karena menggunakan saluran (media) untuk berkomunikasi dan menghubungkan antara komunikator dengan komunikan yang berjumlah banyak, tersebar, bersifat heterogen dan anonim, juga menciptakan efek (Vera, 2022). Menurut Effendy (1986) dalam (Fathurizki et al., 2018) film sebagai media komunikasi massa yang memiliki sifat audiovisual digunakan untuk mengirimkan pesan kepada kumpulan individu yang berkumpul pada lokasi tertentu. Film diproduksi sebagai media untuk mengirimkan nilai moral untuk target penonton (*audience target*) dari film tersebut. Pesan-pesan yang terkandung pada film dikomunikasikan untuk dibaca atau di-decode oleh penonton, kemudian akan memengaruhi pemahaman atau pemaknaan penonton (Zoebazary, 2010).

Salah satu tema (*genre*) film yaitu *psychological thriller* yang fokus utamanya ada pada dunia batin pemeran utamanya, tema ini menggambarkan keadaan emosional dan pergulatan batin para karakternya, drama psikologis juga menyajikan karakter yang menghadapi sisi gelap dari sifat mereka, kenangan menyakitkan dari masa lalu, atau konflik yang belum terselesaikan (Sojida, 2024).

C. Psikologi Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu dapat masuk ke dalam beberapa disiplin ilmu seperti salah satunya psikologi. Dalam psikologi, komunikasi merupakan salah satu yang berperan penting dalam pertumbuhan kepribadian manusia yang berkaitan dengan perilaku manusia serta pengalaman kesadaran manusia (Rezi, 2018). Psikologi juga melihat bagaimana pesan yang dikirim oleh seorang individu menjadi stimulus yang menciptakan respons pada individu lain serta bagaimana proses penerimaan pesan, analisis berbagai faktor personal dan situasional yang memengaruhi, dan menjelaskan beragam karakteristik individu dalam berkomunikasi ketika berkelompok atau sendiri (Rakhmat, 2018). Dalam psikologi komunikasi, psikologi

menganalisis kesadaran serta pengalaman individu terutama pada perilaku yang kemudian merumuskan proses kesadaran yang memicu terjadinya perilaku tersebut (Rakhmat, 2018).

D. Disonansi Kognitif Leon Festinger

Disonansi kognitif pertama kali dipopulerkan oleh Leon Festinger yang merupakan kondisi komunikasi yang berkaitan dengan perasaan tidak nyaman karena adanya sikap, pemikiran, serta perilaku tidak sesuai atau bertentangan (Rezi, 2018). Psikologi kognitif awalnya berangkat dari aliran psikologi rasionalisme yang kemudian dibawa Heider dan Festinger ke dalam psikologi sosial yang kemudian pada pertengahan tahun 1950 berkembang penelitian tentang perubahan sikap dengan landasan pemikiran manusia sebagai seseorang yang mencari konsistensi kognitif (*The Person as Consistency Seeker*) yang memandang manusia sebagai makhluk yang terus berupaya untuk menjaga konsistensi dalam kepercayaannya (Dr. Jalaluddin Rakhmat, 2018). Dalam komunikasi, teori disonansi mengemukakan bahwa seorang individu akan mencari informasi yang akan mereduksi disonansi juga menjauhi informasi yang menambah disonansi (Dr. Jalaluddin Rakhmat, 2018).

Kondisi disonansi bisa disebabkan oleh dua situasi yang biasanya terjadi, pertama yaitu ketika ada peristiwa atau informasi baru yang dialami oleh seorang individu, hal tersebut menciptakan disonansi dengan pengetahuan, opini, atau kognisi yang telah ada sebelumnya. Kedua, pada kehidupan, jarang ada hal yang sepenuhnya hitam dan putih atau mutlak, di mana suatu hal merupakan campuran dari berbagai elemen, termasuk kontradiksi atau aspek yang berlawanan (Festinger, 1962).

E. Analisis Resepsi Pesan Stuart Hall

Stuart Hall dalam (Sokowati, 2023) memberikan gagasan bahwa dalam proses komunikasi, masih banyak hal kompleks yang menentukan penerimaan khalayak terhadap pesan media, hal ini merupakan kritik dari model tradisional pada model komunikasi yang menekankan pada proses linier. Hall merefleksikan model encoding-decoding yang menggambarkan komunikasi lewat model 4 tahap berupa produksi, sirkulasi, penggunaan, dan reproduksi pesan pada media.

Teori analisis resepsi adalah proses pemaknaan (*decoding*) yang dilakukan secara otomatis oleh khalayak ketika mereka mengonsumsi pesan atau konten media, singkatnya, khalayak memaknai isi pesan yang diberikan oleh media (Balqis & Samatan, 2021). Teori resepsi yang ditemukan oleh Stuart Hall di tahun 1973 ini difokuskan pada bagaimana media mengkodekan pesan (*encoding*) yang kemudian diinterpretasikan atau dimaknai (*decoding*) oleh berbagai khalayak yang memiliki latar belakang berbeda (Wahidar & Reswari, 2021).

Hall (Hall et al., 2005) mengidentifikasi tiga posisi hipotesis khalayak saat melakukan decoding atau memaknai pesan yang disampaikan oleh media, yaitu:

1. Posisi Dominan-Hegemonik (The Dominant-Hegemonic Position)

Pada posisi ini, khalayak menerima pesan dominan yang dibangun dan diberikan media tanpa penolakan.

2. Posisi Negosiasi (The Negotiated Position)

Pada posisi ini, khalayak menerima pesan yang diberikan oleh media, namun khalayak memiliki pendapatnya sendiri. Khalayak menyatukan pendapatnya yang dilatarbelakangi dengan peristiwa atau pengalaman yang pernah mereka alami.

3. Posisi Oposisi (The Opposite Position)

Pada posisi ini, khalayak memahami pesan yang disampaikan media, akan tetapi khalayak menolak kode dominan yang dibangun dan diberikan media karena adanya kerangka acuan alternatif yang dipandang lebih sesuai.

Respons informan berupa pemaknaan mengenai disonansi kognitif dalam film *Black Swan* pada penelitian ini akan dianalisis dan dikelompokkan berdasarkan tiga posisi proses decoding tersebut yang berfokus pada peran aktif khalayak dalam memaknai pesan.

F. Khalayak

Khalayak kerap kali diikuti dengan kata media, hal ini karena khalayak dimaknai sebagai hal yang berhubungan erat dengan kegiatan yang berkaitan dengan media, Khalayak juga menjadi satu kesatuan dari produksi dan konsumsi, hal ini karena media sering dianggap sebagai pihak yang menghasilkan atau

memproduksi konten dan khalayak dipandang sebagai penerima atau konsumen dari konten yang diproduksi (Nasrullah, 2018).

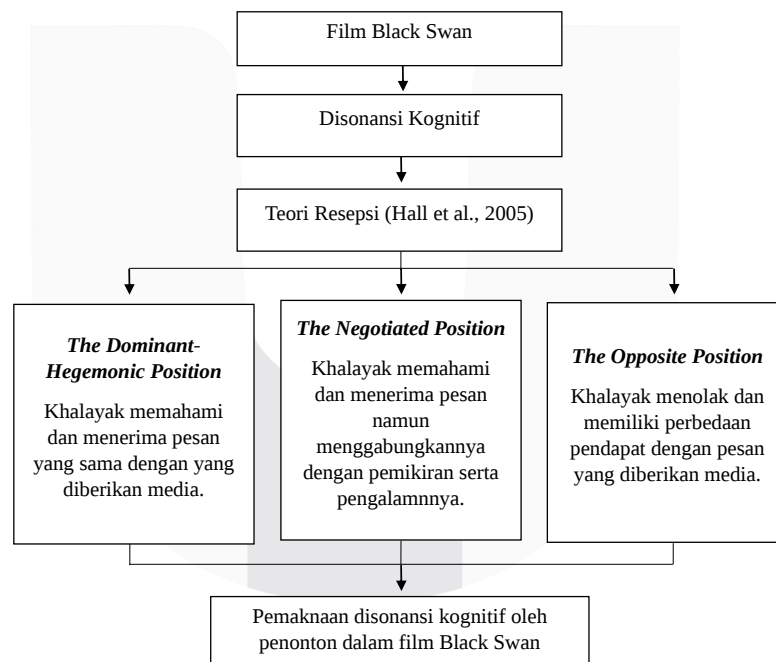
Cangara dalam (Nasrullah, 2018) menyatakan bahwa khalayak merupakan pihak yang menjadi target dari pesan yang dikirimkan oleh sumber berupa satu orang atau lebih, kelompok, organisasi, bahkan negara yang kemudian pesan akan dicerna dan diterjemahkan oleh khalayak sesuai dengan maksud dari proses komunikasi yang berlangsung.

Khalayak pada penelitian ini akan berupa generasi Z atau bisa disebut juga dengan centennials yang lahir pada tahun 1997 hingga tahun 2012. Generasi Z tumbuh dengan pemikiran yang lebih terbuka dengan menerima keberagaman yang terdapat di lingkungan sekitar jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang lebih konservatif (Arum et al., 2023). Selain itu, walaupun film Black Swan dirilis pada tahun 2010, generasi Z tetap memiliki akses untuk menonton film tersebut pada layanan streaming Disney+ Hotstar yang di mana pengguna layanan streaming di Indonesia meningkat menjadi 11,5 juta pelanggan di tahun 2021 (GoodStats, 2023b). Dari survei Kantar dan The Trade Desk juga menyatakan bahwa 52% pengguna layanan streaming adalah generasi Z dan millenial muda yang berusia kisaran 16 tahun hingga 34 tahun (GoodStats, 2023a).

G. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran adalah sebuah gambaran yang merepresentasikan hubungan antara variabel yang dijelaskan melalui alur pemikiran yang logis. Penelitian Pemaknaan Khalayak Tentang Disonansi Kognitif pada Film Black Swan (Analisis Resepsi Pesan pada Generasi Z) ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif yang ada pada film Black Swan.

Maka dari itu, berikut bagan kerangka penelitian yang disusun untuk menggambarkan penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Pendekatan yang dipakai yaitu teori analisis resepsi Stuart Hall untuk memahami pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif pada film Black Swan. Peneliti dalam penelitian kualitatif merefleksikan peran, latar belakang, budaya, dan pengalaman

yang memiliki potensi untuk membentuk interpretasi mereka (Creswell & Creswell, 2018). Sedangkan analisis resepsi Stuart Hall digunakan pada penelitian ini sebagai metode analisis untuk memahami proses pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak akan informasi atau pesan ketika mengonsumsi media (Ghassani & Nugroho, 2019). Analisis resepsi merupakan suatu proses decoding yang dilakukan secara otomatis oleh khalayak ketika mengonsumsi pesan atau konten media (Balqis & Samatan, 2021). Dalam penelitian ini, khalayak akan memaknai pesan mengenai disonansi kognitif dalam film *Black Swan* yang kemudian akan dikategorikan pada tiga posisi pemaknaan khalayak yaitu Posisi Dominan-Hegemonik, Posisi Negosiasi, dan Posisi Oposisi.

B. Paradigma Penelitian

Paradigma yang diimplementasikan untuk penelitian ini yaitu paradigma konstruktivisme yang merupakan kategori dalam studi resepsi. Paradigma konstruktivisme mempercayai bahwa seorang individu mencari pemahaman tentang dunia juga membentuk pemahaman subjektif berdasarkan pengalaman yang mereka alami atau makna yang ditujukan kepada objek atau hal-hal tertentu (Creswell & Creswell, 2018). Artinya, individu secara aktif membangun pengetahuan dan menginterpretasikan hal tersebut secara subjektif berdasarkan pengalaman dan interaksi dengan lingkungannya.

Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme dipakai untuk memahami dan menganalisis bagaimana pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif dalam film *Black Swan* dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang, budaya, dan konteks sosial yang kemudian temuannya akan dikelompokkan pada tiga posisi khalayak dari analisis resepsi Stuart Hall.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini berupa khalayak generasi Z yang berusia 20 sampai 23 tahun dan berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Informan merupakan khalayak yang menonton film *Black Swan* dan kemudian meresepsi pesan mengenai disonansi kognitif dalam film tersebut. Dengan masuknya layanan streaming seperti Netflix, Disney+ Hotstar, HBO Go, Prime Video dan sebagainya ke pasar Indonesia, pelanggan Subscription Video on Demand (SVoD) di Indonesia meningkat menjadi 11,5 juta pelanggan di tahun 2021 (GoodStats, 2023). Survei dari Kantar dan The Trade Desk menyatakan bahwa 52% pengguna layanan streaming adalah Generasi Z dan millennial muda yang berusia kisaran 16 tahun hingga 34 tahun (GoodStats, 2023). Film *Black Swan* sendiri tersedia di platform layanan streaming Disney+ Hotstar sejak tahun 2021. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa informan generasi Z dipilih untuk penelitian ini berdasarkan kriteria yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini. Dengan subjek penelitian tersebut, peneliti berharap dapat memperoleh informasi serta data yang akurat terkait pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif dalam film *Black Swan*.

D. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitiannya yaitu film *Black Swan* yang dianalisis menggunakan analisis resepsi model Stuart Hall. Objek penelitian adalah permasalahan yang diteliti pada sebuah penelitian juga sifat keadaan yang menjadi fokus atau target penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menunjukkan beberapa adegan (scene) yang menampilkan disonansi kognitif dalam film *Black Swan* untuk dianalisis.

E. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan dengan informan yang berada di Kota Bandung, Jawa Barat melalui wawancara mendalam. Lokasi ini dipilih dengan alasan bahwa peneliti mengidentifikasi adanya kondisi serupa pada fenomena yang ingin diteliti. Dari data Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2024), penduduk dengan umur 20 sampai 24 tahun memiliki jumlah paling banyak diantara umur lainnya yaitu pada angka 206.630 orang perempuan dan laki-laki di tahun 2023. Maka dari itulah, Kota Bandung ditentukan sebagai lokasi penelitian karena informan pada penelitian ini difokuskan pada generasi Z.

F. Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisis berupa 8 adegan (scene) dalam film *Black Swan* yang menggambarkan atau menyampaikan pesan mengenai disonansi kognitif. Adegan tersebut diperlihatkan kepada informan untuk

mengetahui pemaknaan khalayak mengenai disonansi kognitif pada film Black Swan yang kemudian hasilnya akan menempatkan informan ke dalam tiga posisi khalayak Stuart Hall.

G. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan berupa wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diambil dari literatur atau referensi terdahulu yang ada di jurnal, buku, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

H. Metode Analisis dan Keabsahan Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil penelitian didapatkan lewat wawancara mendalam dengan 10 informan sebagai khalayak yang menonton film Black Swan. Informan dalam penelitian ini memiliki variasi latar belakang yang akan memengaruhi proses pemaknaan khalayak dalam meresepsi pesan mengenai disonansi kognitif dalam film Black Swan. Informan diberikan 8 adegan mengenai disonansi kognitif dari film Black Swan yang kemudian hasil jawaban informan dikategorisasikan pada tiga posisi resepsi pesan milik Stuart Hall yaitu *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Opposite Position*. Dari sepuluh informan yang diwawancarai, hasil menunjukkan bahwa:

- ***Dominant-Hegemonic Position***
Hasil penelitian menunjukkan 6 dari 10 informan menempati posisi *Dominant-Hegemonic Position*, di mana mereka sepenuhnya menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh film sesuai dengan pesan dominan yang disampaikan mengenai disonansi kognitif.
- ***Negotiated Position***
Hasil penelitian menunjukkan 1 dari 10 informan menempati posisi *Negotiated Position*, di mana ia menerima sebagian pesan film tetapi juga memiliki interpretasi pribadi yang berbeda.
- ***Opposition Position***
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 dari 10 informan menempati posisi *Opposition Position*, dimana informan menolak makna yang disampaikan dan memberikan interpretasi yang bertentangan dengan pesan utama film.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan posisi informan sebagai khalayak dalam meresepsi pesan mengenai disonansi kognitif dalam film Black Swan:

Tabel 4. 1 Pengelompokan Informan Berdasarkan Tiga Posisi Pemaknaan

No	Adegan	Dominant-Hegemonic Position	Negotiated Position	Opposite Position
1.	Adegan 1	Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 5, Informan 7, Informan 8, Informan 10	Informan 1	Informan 6, Informan 9
2.	Adegan 2	Informan 1, Informan 2, Informan 3,		

		Informan 4, Informan 5, Informan 6, Informan 7, Informan 8, Informan 9, Informan 10		
3.	Adegan 3	Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 7, Informan 9, Informan 10	Informan 5	Informan 6, Informan 8
4.	Adegan 4	Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 5, Informan 6, Informan 7, Informan 8, Informan 9, Informan 10		
5.	Adegan 5	Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 5, Informan 7, Informan 8, Informan 10	Informan 1	Informan 6, Informan 9
6.	Adegan 6	Informan 2, Informan 4, Informan 7, Informan 10		Informan 1, Informan 3, Informan 5, Informan 6, Informan 8, Informan 9
7.	Adegan 7	Informan 2, Informan 4, Informan 10		Informan 1, Informan 3, Informan 5, Informan 6, Informan 7,

				Informan 8, Informan 9
8.	Adegan 8	Informan 1, Informan 2, Informan 3, Informan 4, Informan 5, Informan 7, Informan 8, Informan 9, Informan 10		Informan 6

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024

B. Pembahasan

Film *Black Swan* termasuk dalam media komunikasi massa karena menyampaikan pesan melalui saluran yang menjangkau khalayak luas, seperti *platform streaming* Disney+ Hotstar. Berdasarkan model komunikasi Harold Lasswell, elemen komunikasi massa dalam film ini meliputi komunikator (film *Black Swan*), pesan (disonansi kognitif), saluran (*platform streaming*), khalayak (generasi Z di Bandung), dan efek (perubahan persepsi terhadap disonansi kognitif). Struktur ini menunjukkan bagaimana film dapat memengaruhi pemahaman dan perspektif khalayak dengan cara yang luas dan terarah.

Dari perspektif psikologi komunikasi, *Black Swan* menggambarkan bagaimana komunikasi satu arah memengaruhi pertumbuhan kepribadian dan perilaku karakter utama, Nina. Hubungan Nina dengan tokoh-tokoh seperti pelatihnya Thomas, ibunya, dan kompetitornya Lily, menghasilkan konflik internal yang terlihat dalam respons emosionalnya. Pesan verbal dan nonverbal, seperti tindakan membuang boneka di adegan ketiga, merepresentasikan perubahan kognisi dan konsep diri Nina sebagai balerina yang terjebak dalam ambisi dan tekanan sosial.

Menurut teori disonansi kognitif Leon Festinger, kondisi psikologis Nina mencerminkan ketidaknyamanan akibat ketidaksesuaian antara keyakinan, perilaku, dan situasi baru yang ia hadapi. Awalnya, Nina memiliki konsistensi keyakinan sebagai balerina berbakat, tetapi peran *Black Swan* menantang keyakinannya dan menciptakan disonansi yang membuatnya merasa tidak nyaman. Ketidaknyamanan ini sulit dirasionalisasi, terutama karena tekanan dan tuntutan dari lingkungan kompetitifnya. Dalam film, disonansi ini diperlihatkan melalui konflik internal Nina dalam menghadapi peran ganda *White Swan* dan *Black Swan*.

Sebagai khalayak penelitian, generasi Z memainkan peran penting dalam merespons pesan yang disampaikan melalui film *Black Swan*. Sikap kritis mereka terhadap media mencerminkan kepekaan terhadap isu-isu psikologis seperti disonansi kognitif. Faktor-faktor seperti usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman pribadi memengaruhi cara informan memaknai tema-tema yang diangkat dalam film. Resepsi pesan juga bergantung pada sejauh mana khalayak dapat menghubungkan konflik Nina dengan pengalaman mereka sendiri, yang menciptakan variasi dalam interpretasi pesan.

Dalam penelitian ini, teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk menganalisis pemaknaan informan terhadap disonansi kognitif yang direpresentasikan dalam *Black Swan*. Hasilnya menunjukkan bahwa enam informan berada pada posisi dominan-hegemonik, di mana mereka memahami dan menerima pesan sesuai dengan tujuan pembuat film. Satu informan berada pada posisi negosiasi, di mana mereka mengadaptasi pesan berdasarkan pengalaman pribadi. Sementara itu, tiga informan berada pada posisi oposisi, di mana mereka menolak atau memiliki interpretasi berbeda terhadap pesan film. Variasi ini menegaskan bahwa latar belakang dan pengalaman individu sangat memengaruhi proses decoding pesan media.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan melalui metode wawancara mendalam dengan 10 informan mengenai pemaknaan khalayak tentang disonansi kognitif pada film *Black Swan* menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall, peneliti menyimpulkan bahwa pada hasil penelitian, informan mempunyai pandangan serta pemikirannya masing-masing mengenai disonansi kognitif pada film *Black Swan*.

- **Resepsi Khalayak tentang Disonansi Kognitif pada Posisi Dominant-Hegemonic Position ketika menonton *Black Swan***

Dari penelitian ini, terdapat 6 dari 10 informan yang menempati *The Dominant-Hegemonic Position*, hal ini menunjukkan bahwa 6 informan tersebut memahami dan menerima pesan kode dominan mengenai disonansi kognitif tanpa adanya penolakan dari adegan yang diberikan.

- **Resepsi Khalayak tentang Disonansi Kognitif pada Posisi Negotiated Position ketika menonton *Black Swan***

Dari penelitian ini, terdapat 1 dari 10 informan yang menempati *The Negotiated Position*, dimana informan memahami dan menerima pemaknaan disonansi kognitif akan tetapi informan memiliki kepercayaan dan pemikiran tersendiri dari keyakinan dan latar belakang yang informan miliki terkait informasi yang disampaikan oleh film *Black Swan*.

- **Resepsi Khalayak tentang Disonansi Kognitif pada Posisi Opposite Position ketika menonton *Black Swan***

Dari penelitian ini, terdapat 3 dari 10 informan yang menempati posisi *The Opposite Position* dimana 3 informan tersebut menolak atau memiliki interpretasi yang berbeda terhadap pesan atau informasi pada adegan yang diberikan dari film *Black Swan*.

B. Saran

- **Saran Akademis**

Disarankan untuk penelitian berikutnya dapat menyempurnakan penelitian mengenai studi resepsi pesan dengan menggunakan fokus penelitian pada kelompok generasi usia yang berbeda dan dapat diteliti dengan metode komparatif. Penelitian juga dapat dilakukan dengan menggali dari perspektif yang berbeda seperti pakar atau ahli..

- **Saran Praktis**

Peneliti menyarankan film ini untuk memberikan alur serta penggambaran kondisi mental yang lebih komprehensif dan mendetail daripada penggambaran lewat adegan horor sebagai film yang mengangkat pesan mengenai psikologi. Peneliti menemukan bahwa penggambaran kondisi psikologis dalam film ini masih terlalu implisit untuk bisa dipahami dengan mudah oleh audiens.

REFERENSI

Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). KARAKTERISTIK GENERASI Z DAN KESIAPANNYA DALAM MENGHADAPI BONUS DEMOGRAFI 2030. In *Accounting Student Research Journal* (Vol. 2, Issue 1).

Balqis, M., & Samatan, N. (2021). Pemaknaan Korban Kekerasan Seksual (Analisis Resepsi Audiens Terhadap Film *27 Steps of May*). *Jurnal Publisitas*, 8(1), 49–60. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v8i1.63>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.

Dr. Jalaluddin Rakhmat. (2018). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Simbiosis Rekatama Media.

Dr. Rulli Nasrullah. (2018). *Khalayak Media: Identitas, Ideologi, dan Perilaku pada Era Digital* (Nunik Siti Nurbaya, Ed.; 1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.

- Fadholi, F., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., Irwansyah, I., & Hasna, S. (2020). Disonansi Kognitif Perokok Aktif di Indonesia. *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.24036/rapun.v11i1.108039>
- Fathurizki, A., Mei, R., & Malau, U. (2018). *PORNOGRAFI DALAM FILM: ANALISIS RESEPSI FILM "MEN, WOMEN & CHILDREN"* (Vol. 2, Issue 1).
- Festinger, L. (1962). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). *PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT)*. 18(2), 127–134.
- GoodStats. (2023a). *Jumlah Pelanggan Layanan Streaming Indonesia Kian Meningkat - GoodStats Data*. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-pelanggan-layanan-streaming-indonesia-kian-meningkat-s2q42>
- GoodStats. (2023b). *Termasuk Pengguna Berat, Gen Z dan Milenial Jadi Mayoritas Konsumen OTT - GoodStats Data*. <https://data.goodstats.id/statistic/termasuk-pengguna-berat-gen-z-dan-milenial-jadi-mayoritas-konsumen-ott-0sKq1>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2005). *Culture, Media, Language*. Taylor & Francis.
- Mukarom, Z. (2020). *Teori-Teori Komunikasi* (Asep Iwan Setiawan, Ed.; 1st ed.). UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Muria Endah Sokowati, & Tri Hastuti Nur Rochimah. (2023). *Memahami Khalayak Media*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Rezi, M. (2018). *Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Phoenix Publisher.
- Sojida Samandarova Furqat Qizi. (2024). Psychological Thriller Genre And Its Major Characteristics. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 43(2), 244–248. <https://ijpsat.org/index.php/ijpsat/article/view/6107>
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa* (Y. Sartika, Ed.). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Vera, N. (2022). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi : Edisi Revisi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Zoebazary, M. I. (2010). *Kamus Istilah Televisi dan Film*. PT Gramedia Pustaka Utama.