

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **Penerimaan Khalayak tentang Konten Flexing Selebritas (Atta Halilintar, Rafi Ahmad, dan Andre Taulany) di Youtube Saat Pandemi (Analisis Resepsi pada Warga Kelompok Ekonomi Menengah ke Bawah, Kampung Bantar Gebang, Bekasi, Jawa Barat)**

Muhammad Ridhwan Wirawan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76997&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Flexing atau pamer kekayaan dan kemewahan yang kian marak dilakukan oleh sejumlah selebritas seperti Atta Halilintar, Raffi Ahmad, dan Andre Taulany yang kemudian dijadikan konten di Youtubenanya. Ini sebuah masalah yang secara langsung tidak disadari oleh masyarakat di Indonesia bahwa Flexing ini sangat bertentangan sekali dengan perekonomian masyarakat Indonesia. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memahami bagaimana penerimaan khayalak tentang konten flexing yang dilakukan selebritas di Youtube saat pandemi.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall, dan paradigma konstruktivisme. Stuart Hall menjelaskan dalam analisis resepsi ini terdapat 3 posisi pemaknaan khalayak yaitu dominant-hegemonic, negotiated position, dan oppositional position.

Hasil penelitian menemukan bahwa penerimaan khalayak terhadap konten flexing yang dilakukan oleh Atta Halilintar dari 10 reseptor terdapat 1 reseptor tergolong dalam dominant-hegemonic, 3 reseptor tergolong dalam negotiated position, dan 6 reseptor tergolong dalam oppositional position. Selanjutnya penelitian ini menemukan penerimaan khalayak terhadap konten flexing yang dilakukan Raffi Ahmad dalam 3 kategori yaitu kategori dominant-hegemonic sebanyak 1 Reseptor, kemudian kategori negotiated position sebanyak 3 Reseptor, dan kategori opposition position atau tidak setuju sebanyak 6 Reseptor, dan yang terakhir penelitian ini menemukan penerimaan khalayak terhadap konten flexing yang dilakukan Andre Taulany dalam 3 kategori yaitu kategori dominant-hegemonic sebanyak 1 Reseptor, kemudian kategori negotiated position sebanyak 3 Reseptor, dan kategori opposition position atau tidak setuju sebanyak 6 Reseptor.

Peneliti menyimpulkan dari pendapat para reseptor bahwa konten flexing menurut beberapa reseptor hanya sekedar hiburan tetapi juga ada yang berpendapat atas dasar ketidaksukaan mereka bahwa konten flexing akan menimbulkan kecemburuan sosial, jadi saran peneliti untuk lebih cerdas lagi dalam memilah tontonan di Youtube dan untuk para konten kreator agar mengurangi mengunggah konten flexing seperti ini.