

ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah penerimaan remaja terhadap Youth Culture yang peneliti indikasikan terdapat dalam vlog Awkarin. Penelitian ini diawali oleh ketertarikan peneliti atas fenomena anak muda yang tidak lagi dilihat sebagai sekumpulan individu berusia muda melainkan sebagai sebuah *taste maker* sehingga memberikan kuasa yang berbeda kepada generasi anak muda saat ini, lebih spesifik lagi melalui tren vlog dan praktik konsumsi sebagai pembentuk identitas anak muda itu sendiri. Sehingga peneliti merasa tertarik untuk mengeksplorasi bagaimana praktik-praktik tersebut dimaknai oleh anak muda lainnya berdasarkan hasil diskusi bersama informan. Maka, penelitian ini akan mengungkap bagaimana budaya anak muda tersebut diterima dan dipersepsi oleh informan dengan latar belakang yang beragam.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini antara lain vlog dan budaya visual, youtube sebagai bagian dari media sosial, identitas digital, anak muda dan gaya hidup, serta riset khalayak aktif. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe penelitian eksploratif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis resepsi dengan teknik pengumpulan data melalui diskusi terarah atau forum group discussion dan wawancara dengan Awkarin sebagai data sekunder.

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa identitas anak muda dimaknai berbeda antara informan satu dengan lainnya. Hal tersebut didasari pada sifat masing-masing individu dan identitas sosial yang dibawa oleh masing-masing informan. Namun sebagian besar informan sepakat bahwa video blog yang diunggah Awkarin baik pada periode Before Oka dan After Oka sarat mengandung praktik-praktik konsumsi yang ditunjukkan oleh anak muda perkotaan. Informan yang menanggapi hal tersebut berada pada posisi *dominant-hegemonic*. Mengenai fluiditas gender yang ditampilkan melalui vlog-vlog Awkarin, informan pun memiliki interpretasi yang beragam. Pada fase before Oka, informan mengakui bahwa Awkarin cenderung menunjukkan diri sebagai perempuan dengan sifat feminin yang cukup besar. Namun di saat yang bersamaan, sebagian informan menyadari adanya indikasi sifat maskulin yang ditunjukkan Awkarin maka informan tersebut berada pada posisi *negotiated* karena melakukan penyesuaian terhadap makna. Kemudian, Informan yang tidak melihat Awkarin membawa unsur sensualitas dalam vlognya berada pada posisi *oppositional*.

Keywords : Youth Culture, Youtube, Digital Identity, Reception Analysis, Praktik Konsumsi, Gender Identity

ABSTRACT

This study examines audience reception of Youth Culture in Vlog specifically in Awkarin's Youtube channel. To completely understand the differing views of meaning surrounding this issue, it was deemed crucial to investigate the viewpoints of the audience with the same age as the subject, the young adult age which usually refers to 18-25 years old. The topic was focused on how Youth not only seen as a group of young people but also represent as a taste-maker and held power to change the society through their community.

The research method used in this study is based on Stuart Hall's Reception Theory by the point of view of the site of audience. Stuart Hall's Encoding Decoding model of communication essentially states that meaning is encoded by the sender and decoded by the receiver and that these encoded meanings may be decoded to mean something else based on ideals and view from each informants.

Based on the results of the research with Stuart Hall's Encoding Decoding analysis, obtained that the representation of Youth Culture that found in Awkarin's Vlog was described as having and showing a specific consumption practices especially that occurs in urban life. Informant with strong agreement with the topic are in *dominant-hegemonic* position. While others are in *oppositional* position. From informant's perspective, Youth Culture are also attached with identity. Informants with opinions that Awkarin were coming with masculine but at the same time also brought up the feminine culture are put in *negotiated* position.

Keywords : Youth Culture, Youtube, Digital Identity, Reception Analysis, Consumption Practices, Gender Identity