

ABSTRAK

Saat ini fenomena *web series* semakin banyak bermunculan di Indonesia. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya konten kreator atau senias yang memproduksi *web series* dan digemari oleh masyarakat. *Web series* mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 2012 dan dinilai efektif untuk menyampaikan pesan karena memiliki tayangan-tayangan yang menarik dan menghibur, membuat penonton merasa penasaran untuk menonton setiap episodenya. *Web series* Toba merupakan salah satu produksi Pesona Indonesia yang menyajikan tayangan tentang adat, budaya masyarakat Batak serta mempromosikan pariwisata daerah Sumatera Utara. *Web series* Toba menimbulkan kesan tersendiri bagi pengguna YouTube karena disisipi banyak pesan moral kehidupan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemaknaan khalayak milenial di Yogyakarta terhadap *web series* Toba dalam mengemas konten budaya melalui YouTube *Channel* Pesona Indonesia yang dikelompokkan dalam tiga posisi menurut Stuart Hall melalui *preffered reading*. *Views web series* Toba sebagai penonton secara aktif menginterpretasikan konten yang ada pada *web series*. Teori yang digunakan adalah teori resepsi, teori audiens aktif, serta konsep media baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan dokumen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *web series* Toba dimaknai oleh narasumber sebagai tayangan yang mengedukasi, informatif, menghibur, serta memiliki banyak pesan moral tentang kehidupan masyarakat Batak. Kesimpulannya adalah setiap narasumber memiliki pandangan serta pendapat dalam menentukan tayangan yang akan mereka tonton. Dihasilkan dua kategori pemaknaan yaitu terdapat dua khalayak mnunjukkan posisi *dominant-hegemonic* dan sembilan khalayak yang berada dalam *negotiated reading*. Faktor pendidikan dan profesi, lingkungan, hobi dan ketertarikan, pengetahuan serta faktor daerah asal memberikan pengaruh terhadap pemaknaan khalayak terhadap tayangan *web series* Toba.

Kata kunci: *Web Series*, Pemaknaan Penonton, Toba, Pesona Indonesia

ABSTRACT

Nowadays, the phenomenon of the web series is increasing in Indonesia. This can be seen from the increasing number of creator or artistic content that produces web series and is popular with the public. The web series began to develop in Indonesia since 2012 and invited effectively to send messages because it has interesting and entertaining shows, making the audience feel happy to watch each episode. Toba web series is one of the production of Pesona Indonesia which presents shows about adat, Batak indigenous people, and facilitates regional tourism in North Sumatra. Toba web series draws special attention for YouTube users because it is inserted with many moral messages of life. This study aims to see how the meaning of the millennial audience in Yogyakarta towards Toba web series in packaging cultural content through Pesona Indonesia Channel is grouped into three positions according to Stuart Hall through preferred reading. Toba display web series as an audience actively interpret content in the web series. The theory used is acceptance theory, active audience theory, and new media concept. This study uses a qualitative method. Data collection uses collection interviews and document. Toba research series was interpreted by the speakers as shows that were educational, informative, entertaining, also had many moral messages about the lives of the Batak people. The conclusion is that each speaker has views and opinions in determining the shows they will watch. Resulting in two categories of meaning which are two audiences showing dominant-hegemonic positions and nine audiences in negotiated readings. Educational and professional factors, environment, hobbies and interests, knowledge and factors of origin have an influence on the meaning of the audience for Toba web series.

Keywords: Web Series, Audience Meaning, Toba, Pesona Indonesia