

ABSTRAK

Media memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran publik atas isu ketimpangan gender. Tayangan YouTube Mata Najwa episode Enaknya Jadi Laki-Laki menjadi ruang wacana yang menyoroti posisi istimewa laki-laki dalam masyarakat patriarki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai gagasan *male privilege* dalam tayangan tersebut dengan pendekatan kualitatif dan teori resepsi Stuart Hall. Data diperoleh melalui *Focus Group Discussion* dan wawancara terhadap 15 informan mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman. Hasil penelitian menunjukkan dua posisi pemaknaan: tujuh informan berada pada posisi *dominant-hegemonic*, sementara delapan lainnya menempati posisi *negotiated*. Proses pemaknaan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu faktor individu, kelompok sosial, dan hubungan sosial. Mayoritas informan perempuan cenderung menerima narasi Mata Najwa karena pengalaman langsung sebagai kelompok subordinat yang mengalami ketimpangan berbasis gender. Sebaliknya, seluruh informan laki-laki menempati posisi negosiasi yang mencerminkan kecenderungan untuk mempertahankan identitas gender mereka yang selama ini terinternalisasi. Sebab sebagai bagian dari kelompok dominan dalam struktur patriarki, informan laki-laki memiliki *blind spot* terhadap bentuk-bentuk ketimpangan yang tidak mereka alami secara langsung. Dengan demikian, resepsi terhadap isu gender berlangsung dalam dinamika tarik-ulur antara narasi yang disampaikan media dan konstruksi sosial yang membentuk cara individu memaknai realitas.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Khalayak, *Male Privilege*, Mata Najwa

ABSTRACT

The media plays an important role in shaping public awareness of gender inequality issues. The YouTube broadcast of the Mata Najwa episode "Enaknya Jadi Laki-Laki" served as a discursive space that highlighted the privileged position of men in a patriarchal society. This study examines how audiences interpret the idea of male privilege in the broadcast, using a qualitative approach and Stuart Hall's reception theory. Data were obtained through Focus Group Discussions and interviews with 15 student informants from Jenderal Soedirman University. The findings revealed two interpretive positions: seven informants adopted the dominant-hegemonic position, while the other eight took the negotiated position. The meaning-making process was influenced by three main factors: individual background, social groups, and interpersonal relationships. Most female informants tended to accept the Mata Najwa narrative due to their direct experiences as members of a subordinate group facing gender-based inequality. In contrast, all male informants assumed a negotiated position, reflecting a tendency to maintain their internalized gender identity. As part of the dominant group within the patriarchal structure, male informants exhibited blind spots toward forms of inequality they had not personally experienced. Thus, the reception of gender issues occurs through a dynamic interplay between the media narrative and the social constructions that shape individuals' interpretations of reality.

Keywords: Reception Analysis, Audience, Male Privilege, Mata Najwa