Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura
P- ISSN 2962 - 7230
E- ISSN 2830 - 473X
Vol. 5. No. 1 Tahun 2026
DOI: https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/transceiver

The Position of Inter-School Students' Meanings on the Reality of Homesickness in the Video Clip "Rumah" (Stuart Hall's Reception Analysis)

Posisi Pemaknaan Mahasiswa Rantau terhadap Realitas Homesickness dalam Videoklip "Rumah" (Analisis Resepsi Stuart Hall)

Deny Karuniawati[1], Andika Sanjaya[2]
[1.2]Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Sukoharjo, Kode Pos 57169, Indonesia
E-mail Korespondensi: as552@ums.ac.id

Informasi Artikel
Submited : 9 April 2026
Revised : 30 Mei 2026
Accepted : 2 Juni 2026

https://doi.org/10.30598/JIKPvol5iss1pp1-19

Keywords: Encoding Decoding; Homesick; Reception Analysis; Students from other regions; Video Clips

Abstract: *The phenomenon of homesickness is often experienced by migrant students and is visualized in Salma Salsabil's video clip "Rumah" through scenes of family togetherness that trigger autobiographical memories. This study aims to determine how migrant students receive the feeling of homesickness visualized in the video clip and fill the gap in previous research by placing the audience's experience as the focus of the study (novelty). The study uses a reception analysis method with a qualitative descriptive approach and Stuart Hall's encoding-decoding theoretical framework. The sample was purposively selected as many as 5 migrant student informants (3 females, 2 males) who had watched the video clip and had experienced homesickness. The results showed that the majority of informants (4 out of 5) occupied a dominant hegemonic position, accepting and exploring the meaning of "home" as a symbol of family warmth as encoded by the video clip maker, one informant occupied a negotiated position, accepting the message but interpreting it based on a less harmonious family experience, no oppositional position was found. This study concludes that the video clip effectively reproduces the ideology of familism, depicting home as a space of warmth, acceptance, and emotional support, thus evoking emotional resonance and feelings of homesickness in the majority of informants. This research adds insight into how visual media mediate the emotional experience of homesickness in migrant audiences.*

Abstrak: Fenomena *homesick* kerap dialami mahasiswa perantau dan divisualisasikan dalam videoklip "Rumah" karya Salma Salsabil melalui adegan-adegan kebersamaan keluarga yang memicu memori autobiografi. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana resepsi mahasiswa perantau terhadap perasaan *homesick* yang divisualisasikan dalam videoklip tersebut serta mengisi celah penelitian sebelumnya dengan menempatkan pengalaman audiens sebagai fokus kajian (*novelty*). Penelitian menggunakan metode analisis resepsi dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan kerangka teori *encoding decoding* Stuart Hall. Sampel dipilih secara *purposive* sebanyak 5 informan mahasiswa perantau (3 perempuan, 2 laki-laki) yang telah menonton videoklip dan pernah mengalami *homesick*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan (4 dari 5) menempati posisi dominan *hegemonic*, menerima dan mendalami makna "Rumah" sebagai simbol kehangatan keluarga seperti yang dikodekan oleh pembuat videoklip, satu informan menempati posisi *negotiated*, menerima pesan namun memaknainya berdasarkan pengalaman keluarga yang kurang harmonis, tidak ditemukan posisi *oppositional*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa videoklip tersebut secara efektif mereproduksi ideologi familisme menggambarkan rumah sebagai ruang kehangatan, penerimaan, dan sumber dukungan emosional sehingga menimbulkan resonansi emosional dan perasaan *homesick* pada mayoritas

informan. Penelitian ini menambah wawasan tentang bagaimana media visual memediasi pengalaman emosional *homesick* pada audiens perantau.

Kata Kunci : Analisis Resepsi; *Encoding Decoding; Homesick;* Mahasiswa Rantau; Videoklip

Copyright © 2026 to Authors
This work is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0 International License

1. PENDAHULUAN

Musik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan. Musisi menyampaikan gambaran dari lirik lagu, sehingga pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami oleh penonton melalui videoklip. Visualisasi videoklip memperkuat pesan emosional dari lirik lagu, sehingga memicu pengalaman nyata dari para audiens (Wibowo & Kusumawati, 2024). Gambaran emosional dalam videoklip terhubung dengan pengalaman sosial yang dialami individu dalam kehidupan. Salah satunya pengalaman mahasiswa perantau. Mahasiswa perantau sering menghadapi perasaan rindu terhadap kampung halaman dan keluarga, yang dikenal dengan istilah *homesick* (Rohmatun, 2024).

Homesick adalah rasa rindu terhadap rumah, lingkungan, serta suasana yang akrab dikenal. *Homesick* berkaitan dengan kebutuhan akan dukungan emosional dari keluarga (Prasetio et al., 2020). Dalam berita Harsusilo (2019) yang dimuat *Kompas.com,* berdasarkan data *Commerical Service* Amerika Serikat pada tahun 2018 hingga 2019, tercatat 69.000 mahasiswa Indonesia yang menempuh pendidikan di luar negeri, dengan 9.130 di antaranya berkuliah di Amerika Serikat. Survey global *internasional education* oleh *HSB Group* menemukan 92% mahasiswa Internasional pernah mengalami *homesick* karena kerinduan terhadap keluarga, masakan rumah, serta keakraban keluarga. Dalam penelitian (Prasetio et al., 2020) Kerinduan terhadap keluarga merupakan pengalaman umum yang dialami oleh mahasiswa rantau, keluarga tidak hanya sebagai orang terdekat tetapi juga sebagai sumber dukungan emosional dan kasih sayang. Perasaan *homesick* menjadi inspirasi bagi salah satu musisi di Indonesia yaitu Salma Salsabil. Lagu "Rumah" ini menggambarkan isi hatinya yang merindukan orangtuanya di kampung halaman, tentang jarak yang memisahkan antara mereka dari kota perantauan dan tempat asalnya menjadi sumber dari kerinduan yang mendalam dan memicu rasa *homesick.* Videoklip lagu "Rumah" diunggah pada media sosial YouTube milik pribadi Salma pada tanggal 15 maret 2024 dengan jumlah penonton sebanyak 14.306.100 dan 231 ribu *like*.

Menurut Bolehmusic.com (2024) pembuatan videoklip "Rumah", Salma berusaha menampilkan makna rumah menurut versinya. Dalam menciptakan suasana emosional rumah yang sedekat mungkin dengan salma, videoklip ini menghadirkan orang tua Salma yang berada

di Purbalingga. Videoklip ini menggambarkan *chemistry* antara Salma dengan orang tuanya yang menampilkan momen-momen kebersamaannya. Dalam wawancara yang dikutip dari Bingkaikarya (2024), melalui lagu "Rumah" salma ingin menyampaikan bahwa rumah tidak dimaknai sebagai bangunan fisik, rumah adalah sosok yang menerima kita dan mencintai kita apa adanya sehingga bersama mereka kita dapat menjadi diri sendiri.

Homesick merupakan kondisi emosional yang umum dialami mahasiswa rantau akibat jauh dari keluarga dan lingkungan asalnya. Perasaan rindu tidak hanya menjadi pengalaman personal namun dapat direpresentasikan melalui videoklip lagu "Rumah". Videoklip ini memvisualisasikan kerinduan terhadap rumah yang begitu dekat dengan pengalaman mahasiswa perantauan. Dalam perspektif komunikasi, audiens tidak bersifat pasif dalam menerima pesan melalui media. Melalui teori *encoding decoding*, pesan yang di sampaikan oleh pembuat pesan tidak selalu diterima sama oleh setiap audiens. Mahasiswa rantau dapat memaknai isi videoklip dengan latar belakang serta pengalaman emosional yang mereka miliki. Dalam proses *decoding* audiens dapat menempati posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Dengan demikian, perbedaan pengalaman dan kondisi emosional mahasiswa rantau dapat berpotensi menghasilkan variasi pemaknaan *homesick* terhadap videoklip lagu "Rumah"

Penelitian sebelumnya oleh Andayani (2026) berjudul *Coping* Strategi Mengurangi Rasa *Homesick* mahasiswa, berfokus pada faktor penyebab munculnya *homesick*, tingkat kesepian, stres adaptasi, serta strategi *coping* yang digunakan mahasiswa untuk mengurangi perasaan rindu terhadap rumah. Penelitian tersebut mambahas *homesick* dari aspek psikologi dan cenderung fokus pada perasaan *homesick* sebagai bentuk emosi yang perlu dikelola agar seseorang dapat beradaptasi pada lingkungan baru. Sehingga penelitan sebelumnya belum mengkaji bagaimana pengalaman *homesick* audience melalui interaksinya dengan media.

Penelitian lain berjudul "Analisis Resepsi Penonton Terhadap Mitos Kecantikan dalam Video Musik Tutur Batin" menelaah bagaimana penonton menerima upaya perempuan untuk melampaui standar kecantikan dalam video musik Yura Yunita menggunakan kerangka analisis resepsi Stuart Hall. Hasilnya menunjukkan bahwa video tersebut menggambarkan perempuan yang melampaui mitos kecantikan yang berlaku di masyarakat tiga narasumber menempati posisi dominan sementara dua narasumber berada pada posisi negosiasi. Secara keseluruhan, video musik ini berhasil menyampaikan pesan pemberdayaan perempuan dan kebebasan berekspresi tanpa terikat pada standar kecantikan (Adzkiya & Asrita, 2023). Peneliti menggunakan penelitian ini untuk menjadi acuan metodologi tentang analisis resepsi bagaimana mahasiswa rantau memaknai perasaan *homesick* yang tergambar pada videoklip "Rumah" karya Salma Salsabil dan fokus pada bagaimana mahasiswa rantau memberikan pemaknaan dalam videoklip

lagu “Rumah”. Sejumlah studi tersebut telah menelaah *homesick* dari sudut psikologis misalnya faktor penyebab, tingkat kesepian dan stres adaptasi. Berdasarkan observasi peneliti, kajian yang menyorot bagaimana mahasiswa perantau sebagai audiens memaknai representasi kerinduan dalam media visual populer seperti videoklip musik masih sedikit diteliti. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menempatkan audiens perantau sebagai fokus utama kajian resepsi, menghubungkan representasi visual spesifik dalam videoklip “Rumah” dengan reaktivasi memori autobiografi dan pemicu *homesick* melalui kerangka *encoding decoding* Stuart Hall. Produksi teks serta terbentuknya makna dibalik sebuah teks sejatinya lahir dari proses encoding decoding (Utami & Herdiana, 2021). Maka *encoding decoding* membantu memetakan posisi pemaknaan pada mahasiswa perantau dari luar Pulau Jawa, sehingga memberikan kontribusi empiris baru tentang bagaimana pesan emosional divisualisasikan dan diterima oleh audiens yang mengalami kondisi emosional serupa.

Urgensi penelitian ini, yaitu belum banyak penelitian yang mengkaji fenomena *homesick* pada mahasiswa rantau dari sisi bagaimana mereka memaknai pengalaman emosional tersebut melalui media videoklip. Melalui perbandingan dengan penelitian sebelumnya penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa rantau sebagai audiens dalam melakukan resepsi atau pemaknaan terhadap videoklip Lagu “Rumah” dengan melibatkan perspektif mahasiswa rantau yang sering merasa *homesick* dengan teori *encoding decoding*. Penelitian ini akan mengisi celah dari penelitian sebelumnya dengan melibatkan pemaknaan dari audiens yang relevan dengan fenomena *homesick* yaitu mahasiswa perantauan, sehingga dapat memberikan gambaran lebih mendalam tentang hubungan antara pengalaman emosional mahasiswa rantau dan media visual seperti videoklip dapat mempengaruhi perasaan emosional audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall dengan teori *encoding decoding*. Mahasiswa rantau sebagai audiens yang akan melakukan proses *decoding* terhadap videoklip tersebut berdasarkan pengalaman pribadi tentang *homesick*. Dalam proses *decoding* dapat menghasilkan makna *dominant, negotiated,* dan *oppositional*. Dalam pemaparan latar belakang tersebut, didapatkan rumusan masalah, yaitu bagaimana pemaknaan mahasiswa rantau mengenai *homesick* pada videoklip lagu “Rumah” karya Salma Salsabil? Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana resepsi mahasiswa rantau terhadap perasaan *homesick* dalam videoklip lagu “Rumah” karya Salma Salsabil. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana mahasiswa rantau memaknai perasaan *homesick* dalam videoklip lagu “Rumah” karya Salma Salsabil.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi. Menurut Sugiyono (2020) pendekatan kualitatif bertujuan memahami makna, pengalaman, dan persepsi manusia dalam suatu fenomena. Data dianalisis menggunakan analisis tematik kualitatif yang dipadukan dengan pendekatan analisis resepsi selanjutnya elemen visual dan auditori dikodekan dengan *timestamp*, dikaitkan dengan kutipan wawancara dan sumber produksi melalui triangulasi, lalu setiap informan dipetakan ke posisi *decoding* (*dominant hegemonic, negotiated, oppositional*) berdasarkan bukti empiris. Penelitian ini menggunakan teori *encoding decoding* Stuart Hall. *Encoding* adalah proses penyusunan pesan sesuai dengan sudut pandang pembuat pesan melalui penyusunan kode teks media sedangkan *decoding* adalah proses penerimaan dan pemaknaan pesan oleh audiens berdasarkan pengalaman mereka dengan menafsirkan kode-kode yang nampak (Adzkiya & Asrita, 2023). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa rantau berjumlah 5 orang yang terdiri dari 3 perempuan dan 2 laki laki. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah videoklip lagu “Rumah” yang dinyanyikan oleh Salma Salsabil melalui akun YouTube resmi Salma. Videoklip tersebut menampilkan kebersamaan keluarga saat berada di rumah sehingga dapat memicu perasaan *homesick*.

Peneliti memilih tanda-tanda visual dan auditori yang representatif dan bermuatan emosional yang termuat dalam adegan, karena tanda-tanda tersebut secara langsung merepresentasikan momen kebersamaan keluarga yang kerap dirindukan mahasiswa perantau, adegan-adegan spesifik seperti memasak bersama dan percakapan orang tua yang muncul berulang dan diberi penekanan sinematik sehingga berfungsi sebagai penanda kuat makna “Rumah” dan pengkajian tanda-tanda ini memungkinkan analisis hubungan antara representasi media dan reaksi emosional informan, sehingga menguatkan tujuan penelitian yang menempatkan resepsi audiens sebagai fokus.

Paradigma penelitian ini adalah interpretif yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi antar individu. Realitas tidak dianggap tunggal melainkan dapat dipahami berdasarkan makna yang diberikan sesorang terhadap pengalaman hidupnya (Nahdlatul, 2023). Pemaknaan tersebut dipandang sebagai sesuatu yang subjektif yang di pengaruhi oleh pengalaman serta latar belakang masing masing informan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang di tetapkan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan yang menyatakan pernah mengalami *homesick* kemudian dipilih sebagai subjek penelitian. Sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria: 1. Mahasiswa aktif perantau 2. Mahasiswa yang merasakan homesick selama merantau 3. Mahasiswa yang telah menonton videoklip lagu “Rumah” karya Salma Salsabil secara penuh. Data diperoleh dari wawancara

kemudian ditranskripkan dan dianalisis, lalu diklasifikasikan ke dalam tiga posisi *decoding* menurut Stuart Hall yaitu *dominant hegemonic position, negotiated position,* dan *oppositional position* untuk melihat bagaimana mahasiswa rantau memaknai perasaan *homesick* pada lagu rumah. Teknik validitas data yang digunakan adalah Triangulasi data pada penelitian ini terdapat data primer dan sekunder, Data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti saat melakukan wawancara terhadap responden melalui wawancara secara mendalam dengan mahasiswa rantau yang pernah merasakan atau mengalami *homesick* dan yang menonton videoklip lagu "Rumah". Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui jurnal, penelitian terdahulu dan artikel untuk memperkuat hasil analisis wawancara setelah analisis data selesai hasil penelitian ini akan ditarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini melibatkan 5 informan yang merupakan mahasiswa perantauan yang berasal dari luar pulau jawa :

Tabel 1. Data Informan Peneliti

No	Nama	Daerah Asal	L/P	Status/Angkatan	Keterangan
1.	AR	Gorontalo	P	Mahasiswa / 23	Informan 1
2.	RP	Kalimantan Tengah	P	Mahasiswa / 22	Informan 2
3.	AM	Kalimantan Barat	L	Mahasiswa / 23	Informan 3
4.	BR	Lampung	P	Mahasiswa / 22	Informan 4
5.	TO	Sumatra Selatan	L	Mahasiswa / 21	Informan 5

(Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026)

Secara keseluruhan kelima informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang sebagai mahasiswa perantauan yang tinggal jauh dari keluarga dan daerah asalnya, kondisi tersebut menjadi salah satu faktor utama yang melatarbelakangi munculnya rasa *homesick* pada masing masing informan. Sejalan dengan Afrilia et al., (2024) yang menyatakan bahwa *homesickness* merupakan kondisi yang umum dialami oleh mahasiswa yang tinggal jauh dari keluarga dan lingkungan asal, serta dipicu oleh keterpisahan dari rumah dan orang orang terdekat.

Pemicu Homesick yang Teridentifikasi: Sakit, Kelelahan, Tekanan Akademik, dan Momen Ritual Keluarga

Berdasarkan hasil wawancara, *homesick* yang dialami informan dipicu berbagai situasi selama menjalani kehidupan di perantauan. Kondisi seperti sakit, kelelahan, serta stres akibat tekanan akademik menjadi momen yang memperkuat munculnya kerinduan terhadap rumah. Dalam kondisi tersebut, informan cenderung merasakan kebutuhan akan kehadiran keluarga yang biasanya memberikan perhatian dan dukungan secara langsung. Hal ini diungkapkan oleh Informan 1:

"Biasanya capek sama kehidupan rantau. Paling sering sakit sih. Kalau lagi sakit, biasanya kalau di rumah ada yang ngurusin, nanyain gitu kan kalau di rantau itu harus sendiri, apa apa sendiri" (AR, Informan 1)

Kondisi stres dan tekanan selama perkuliahan juga memicu rasa *homesick* menurut Informan 3. Sementara itu, menurut Informan 2, *homesick* dipicu oleh momen tertentu yang biasanya diisi dengan kebersamaan keluarga, seperti bulan Ramadhan dan hari raya Idul Fitri. Pada momen tersebut, informan merasakan kehilangan suasana yang biasanya mereka jalani bersama keluarga di rumah.

Homesick pada mahasiswa rantau dipicu oleh faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Faktor internal seperti sakit, kesepian, dan tekanan akademik membuat individu berada dalam kondisi rentan sehingga muncul kebutuhan akan dukungan emosional dari keluarga (Prasetio et al., 2020). Kondisi yang mengharuskan hidup jauh dari keluarga juga menjadi dasar munculnya *homesick* karena mahasiswa berada dalam situasi adaptasi di lingkungan baru (Shafiananta et al., 2024). Tuntutan untuk hidup mandiri dan keterbatasan dukungan keluarga di perantauan semakin meningkatkan tekanan yang dirasakan mahasiswa rantau (Fauzia et al., 2021). Wahyuningrat et al., (2025) menyebutkan bahwa *homesick* ditandai keinginan untuk pulang ke rumah walaupun secara fisik mereka tetap bertahan di perantauan, mereka memiliki keinginan kuat untuk kembali. Kerinduan terhadap keluarga merupakan pengalaman umum bagi mahasiswa rantau; keluarga tidak hanya sebagai orang terdekat tetapi juga sebagai sumber dukungan emosional dan kasih sayang (Prasetio et al., 2020). Temuan ini sejalan dengan Kirana et al., (2021) yang menyebutkan *homesick* ditandai dengan rasa kerinduan kuat terhadap rumah yang terpikirkan secara terus-menerus.

Konstruksi Makna Rumah Menurut Mahasiswa Rantau

Informan merepresentasikan rumah sebagai simbol kehangatan keluarga serta tempat kembali bagi mahasiswa rantau yang merasakan kerinduan:

"Rumah tempat berpulang kayak sejauh pun kita kayak pergi gitu loh, tapi kayak itu tuh tempat kecil tapi yang bener-bener ngebuat kita tuh kayak, kita tuh bisa apa adanya disitu, bisa nerima gitu ya" (BR, Informan 4)

Sejalan dengan Informan 4, Informan 1, 2, dan 3 memiliki pandangan serupa. Kutipan di atas menunjukkan bahwa rumah dimaknai bukan hanya sekadar bangunan fisik, melainkan sebagai ruang emosional yang berkaitan dengan kehangatan keluarga, suasana penuh kasih sayang dan perhatian yang memberikan rasa nyaman, serta adanya rasa penerimaan informan merasa diterima apa adanya tanpa penghakiman.

Menurut Prasetio et al. (2020) pemaknaan seseorang terhadap sesuatu terbentuk dan berubah melalui interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Pada masa awal, mahasiswa berinteraksi terutama dengan keluarga sehingga memaknai rumah sebagai tempat aman dan ruang untuk mengekspresikan diri secara utuh tanpa perlu menjaga citra atau khawatir ditolak. Makna rumah sebagai tempat untuk menampilkan diri apa adanya ini seringkali hilang ketika mahasiswa merantau dan mulai berinteraksi dengan lingkungan baru (Prasetio et al., 2020).

Informan 5 memiliki pemaknaan berbeda. Dengan latar belakang keluarga kurang harmonis, Informan 5 memaknai rumah hanya sebagai bangunan tanpa kedekatan emosional:

"Menurut saya untuk saya sendiri cuman kayak dalam waktu yang sekarang ya Cuman tempat numpang tidur aja sih kayak sekarang" (TO, Informan 5)

Informan 5 menyatakan tempat pulang paling nyaman adalah pada dirinya sendiri, karena menurutnya yang paling mengerti tentang dirinya adalah dirinya sendiri.

Analisis Teks Videoklip: Kode-Kode dan Pesan yang Ditonjolkan

Bagian ini menganalisis isi teks videoklip "Rumah" dengan mengidentifikasi kode-kode semiotik yang digunakan serta pesan ideologis yang ditonjolkan melalui kode tersebut.

Adegan Percakapan Salma dan Ayah (00:04–00:44)



Gambar 1. Adegan Percakapan antara Salma dan Ayahnya dalam Videoklip Lagu "Rumah"

(Sumber: https://youtu.be/_xvPA9zKOoc?si=iTqqjFuEf_I6Vgtb)

Pada adegan tersebut memuat kode yang teridentifikasi, kode teknis menampilkan f*raming close-up* wajah, pencahayaan hangat (*warm tone*), dan suara latar tenang, sedangkan kode sosial muncul dari dialog intim antara anak dan ayah dan *gesture* tubuh yang rileks serta terbuka.

Adegan ini menonjolkan ideologi familisme pandangan bahwa keluarga merupakan unit sosial paling penting dan hubungan orang tua-anak adalah sumber utama dukungan emosional. *Close-up* wajah menekankan ekspresi emosional dan kedekatan interpersonal, sementara pencahayaan hangat mengkonstruksi rumah sebagai ruang aman dan nyaman. Pesan yang di-*encode* adalah bahwa ikatan keluarga, khususnya dengan orang tua, merupakan fondasi rasa aman dan penerimaan diri.

Adegan Memasak Bersama Ibu (03:02–03:11)



Gambar 2. Adegan Salma Memasak dengan Ibu

(Sumber: https://youtu.be/_xvPA9zKOoc?si=iTqqjFuEf_I6Vgtb)

Adegan diatas memuat beberapa kode yang teridentifikasi, yaitu kode teknis yang nampak dari ritme editing lambat dan *medium shot* yang menampilkan interaksi dua figur, kode kultural muncul dari aktivitas domestik seperti memasak serta adanya *property* rumah tangga seperti panci, alat makan dan meja makan, selain itu adegan tersebut memuat kode simbolik yaitu makna makanan sebagai simbol kasih sayang dan perawatan.

Adegan ini merepresentasikan ideologi domestisitas yang mengasosiasikan rumah dengan rutinitas keluarga dan peran pengasuhan. Aktivitas memasak bersama bukan sekadar kegiatan praktis, melainkan ritual kebersamaan yang memperkuat ikatan emosional. Editing lambat memberi penekanan pada momen seolah waktu berjalan lebih pelan di rumah, berbeda dengan hiruk-pikuk kehidupan perantauan. Pesan yang ditonjolkan adalah bahwa kebersamaan dalam aktivitas sederhana sehari-hari merupakan esensi kehangatan rumah.

Adegan Melihat Orang Tua Ngobrol Bersama (04:16–04:19)



Gambar 3. Adegan Salma Melihat Orangtuanya sedang Ngobrol Bersama

(Sumber: https://youtu.be/_xvPA9zKOoc?si=iTqqjFuEf_I6Vgtb)

Kode-kode yang teridentifikasi dalam adegan tersebut yaitu kode teknis, kode gestural dan kode naratif. Kode teknis memuat komposisi *framing* yang memisahkan Salma (pengamat) dari orang tua (subjek), dan musik latar yang menjadi lebih tenang. Kode gestural teridentifikasi dari senyum dan gestur santai orang tua selanjutnya kode naratif muncul dari *point of view shot* dari perspektif Salma.

Adegan ini mengkonstruksi posisi subjek yang spesifik: anak yang mengamati keharmonisan orang tua dari jarak tertentu. Pemisahan *framing* merepresentasikan jarak fisik dan emosional yang dialami mahasiswa rantau mereka tetap bagian dari keluarga namun terpisah oleh jarak. Pesan yang ditonjolkan adalah bahwa meskipun jauh, ikatan dengan keluarga tetap menjadi sumber kebahagiaan dan kerinduan, sekaligus mengingatkan bahwa kehidupan keluarga terus berlanjut tanpa kehadiran fisik sang anak.

Secara keseluruhan, videoklip "Rumah" meng-*encode* ideologi dominan tentang keluarga ideal harmonis, hangat, dan menjadi sumber utama penerimaan emosional. Ideologi ini dikonstruksi dari *setting* yang dikodekan melalui rumah asli salma yang menampilkan ideologi kesederhanaan, penggunaan pallet warna hangat yaitu kuning, orange dan coklat menunjukkan ideologi kehangatan dan kenyamanan, pencahayaan terkesan natural yang menonjolkan ideologi kejujuran, iringan musik dengan vokal lembut dan aransemen yang minimalis menonjolkan ideologi ketulusan dann intiminasi, selanjutnya interaksi melalui dialog dan aktivitas bersama antara orang tua dan anak menonjolkan ideologi kekeluargaan.

Pesan dominan yang dikodekan oleh Salma Salsabil sebagaimana dikutip dari Bingkaikarya (2024) adalah bahwa "rumah bukan sekadar bangunan fisik, melainkan sosok yang menerima dan mencintai kita apa adanya."

Proses Decoding: Framework of Knowledge, Relations of Production, dan Technical Infrastructure

Analisis decoding dalam penelitian ini mengacu pada tiga aspek yang dikemukakan Hall (1980): *framework of knowledge*, *relations of production*, dan *technical infrastructure*.

Framework of Knowledge

Framework of knowledge merujuk pada pengetahuan, pengalaman, dan konteks sosial-budaya yang dimiliki audiens yang memengaruhi cara mereka memaknai teks media (Himam, 2021). Informan 1 yang menyatakan "kalau lagi sakit, biasanya kalau di rumah ada yang ngurusin" membawa *framework* pengalaman konkret tentang ketiadaan dukungan keluarga saat sakit. Ketika menonton adegan *close-up* percakapan ayah-anak (00:04–00:44), *framework* ini teraktivasi dan memperkuat resonansi emosional, sehingga Informan 1 memaknai adegan tersebut sesuai dengan *preferred reading* kedekatan orang tua sebagai sumber dukungan yang dirindukan.

Sebaliknya, Informan 5 dengan *framework* pengalaman keluarga kurang harmonis tidak memiliki memori positif serupa untuk diaktivasi. Akibatnya, adegan yang sama dimaknai sebagai "kenangan masa lalu yang tidak lagi mencerminkan kondisi sekarang" pembacaan yang dinegosiasikan dengan pengalaman personal.

Relations of Production

Relations of production merujuk pada konteks produksi teks, termasuk siapa yang memproduksi, untuk tujuan apa, dan dalam kondisi institusional seperti apa (Chevadina et al., 2022). Konteks dalam produksi videoklip "Rumah" menampilkan *encoder* yaitu Salma Salsabil sebagai penyanyi sekaligus penulis lagu, dengan keterlibatan tim produksi profesional. Dibuat dengan tujuan artistik yaitu mengekspresikan kerinduan personal Salma terhadap rumah dan keluarga. Konteks institusional memuat bahwa videoklip ini diproduksi oleh label musik dan didistribusikan melalui platform digital (YouTube). Keputusan produksi kunci dari videoklip ini yaitu Pengambilan gambar di rumah asli Salma di Purbalingga, bukan di set buatan, keputusan untuk menggunakan rumah asli Salma bukan keputusan teknis semata, melainkan pilihan ideologis yang memperkuat klaim autentisitas. Pesan yang dikodekan adalah: "Ini bukan representasi abstrak tentang rumah, melainkan rumah yang sesungguhnya dengan segala kehangatannya yang nyata". Berdasarkan wawancara Salma dalam Bingkaikarya (2024) ia secara eksplisit menyatakan bahwa "rumah adalah sosok yang menerima kita dan mencintai kita apa adanya." Pernyataan ini menunjukkan ideologi familisme yang menekankan keluarga sebagai unit sosial primer dan sumber utama penerimaan emosional. Ideologi ini kemudian

dikodekan ke dalam seluruh elemen videoklip dari pemilihan adegan, *setting*, hingga komposisi visual.

Technical Infrastructure

Technical infrastructure merujuk pada perangkat teknis dan kode sinematik yang digunakan untuk menyampaikan pesan (Putri et al., 2026). Inventaris kode teknis dalam videoklip "Rumah":

Timestamp	Kode Teknis	Fungsi Semiotik
00:04–00:44	Close-up wajah, pencahayaan hangat	Mengkonstruksi intimasi dan kedekatan emosional
03:02–03:11	Medium shot, editing lambat, prop domestik	Menekankan kebersamaan dan rutinitas keluarga
04:16–04:19	Komposisi terpisah (Salma vs. orang tua), POV shot	Merepresentasikan jarak dan posisi pengamat
Keseluruhan	Palet warna hangat (kuning, oranye)	Mengasosiasikan rumah dengan kehangatan dan keamanan
Keseluruhan	Vokal lembut, aransemen minimalis	Menciptakan suasana intim dan personal

Kode-kode teknis ini bekerja secara **sinergis** untuk mengkonstruksi makna. Misalnya, *close-up* wajah (kode teknis) dikombinasikan dengan pencahayaan hangat (kode teknis) dan dialog intim (kode sosial) untuk menghasilkan makna "kedekatan emosional yang aman." Audiens yang memiliki *framework of knowledge* selaras dengan makna ini akan cenderung melakukan pembacaan dominan.

Posisi Decoding Informan

Dominant Hegemonic Position

Informan 1, 2, 3, dan 4 menempati posisi *dominant hegemonic*. Mereka menerima makna yang dikonstruksikan oleh pembuat videoklip secara utuh rumah sebagai simbol kehangatan keluarga dan tempat kembali secara emosional.

Keempat informan memiliki *framework of knowledge* yang selaras dengan ideologi familisme yang dikodekan dalam videoklip yaitu berasal dari keluarga harmonis, memiliki pengalaman positif dengan ritual keluarga (Ramadhan, Lebaran, memasak bersama) dan mengalami *homesick* yang dipicu oleh kondisi rentan (sakit, stres akademik) di mana keluarga biasanya hadir.

Ketika menonton videoklip, kode-kode teknis seperti *close-up*, pencahayaan hangat, dan adegan kebersamaan beresonansi dengan memori autobiografis mereka, sehingga *preferred*

reading yang dikodekan *encoder* diterima tanpa resistensi signifikan. Informan 2 dan 3, ketika menonton adegan memasak bersama (03:02–03:11), mengaktivasi memori personal tentang momen serupa dengan keluarga. Kode aktivitas domestik dan prop rumah tangga dibaca sesuai makna yang dimaksud sebagai simbol kebersamaan yang hangat. Tidak ada negosiasi atau penolakan terhadap makna ini.

Negotiated Position

Informan 5 menempati posisi *negotiated*. Ia menerima sebagian pesan videoklip namun menegosiasikannya berdasarkan pengalaman dan ideologi personal. *Framework of knowledge* Informan 5 berbeda secara fundamental karena berasal dari keluarga kurang harmonis, tidak memiliki memori positif tentang kebersamaan keluarga yang dapat diaktivasi dan mempraktikkan ideologi individualisme keyakinan bahwa "yang paling mengerti tentang dirinya adalah dirinya sendiri". Ketika menonton adegan orang tua ngobrol bersama (04:16–04:19), Informan 5 tidak melakukan pembacaan oposisional atau menolak sepenuhnya, melainkan menegosiasikan makna: "Ini adalah representasi ideal yang pernah saya alami di masa lalu, tapi tidak lagi relevan dengan kondisi saya sekarang." **Proses negosiasi melalui penerimaan yaitu** Pengakuan bahwa adegan tersebut merepresentasikan kebahagiaan keluarga, kemudian dinegosiasikan melalui penolakan bahwa representasi tersebut relevan dengan pengalaman personal saat ini, sehingga hasilnya memaknai rumah sebagai tempat emosional yang hangat atau rumah sebagai tempat fisik untuk tidur.

Oppositional Position

Tidak ditemukan informan yang menempati posisi oposisional. Tidak ada yang sepenuhnya menolak pesan videoklip atau mengkonstruksi makna yang berlawanan dengan *preferred reading*. Ketiadaan pembacaan oposisional menunjukkan bahwa **ideologi familisme yang dikodekan dalam videoklip memiliki hegemoni kuat** dalam konteks budaya Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa rantau. Bahkan Informan 5 yang memiliki pengalaman keluarga berbeda tidak menolak bahwa keluarga *seharusnya* menjadi sumber kehangatan ia hanya menegosiasikan bahwa pengalamannya tidak sesuai dengan ideal tersebut.

Pembahasan

Penelitian ini menganalisis pemaknaan *homesick* pada videoklip "Rumah" oleh Salma Salsabil menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall (1980). Temuan menunjukkan bahwa pemaknaan terbentuk melalui interaksi antara ideologi dominan yang dikodekan dalam teks dan konstruksi pengalaman, pengetahuan, serta ideologi yang dipraktikkan oleh audiens.

Ideologi Dominan dalam Encoding

Videoklip "Rumah" meng-*encode* ideologi familisme pandangan bahwa keluarga merupakan institusi sosial paling penting dan hubungan keluarga adalah sumber utama identitas, dukungan emosional, dan penerimaan diri. Ideologi ini merupakan bagian dari ideologi dominan dalam konteks budaya Indonesia, di mana nilai-nilai kekeluargaan dan kebersamaan mendapat penekanan kuat (Prasetio et al., 2020).

Ideologi ini dikodekan melalui tiga elemen yang saling terkait yaitu ***Framework of knowledge encoder*** berdasarkan latarbelakang Salma Salsabil yang membawa pengalaman personal tentang keluarga harmonis yang menjadi basis penciptaan lagu dan videoklip. ***Relations of production*** melalui keputusan untuk mengambil gambar di rumah asli Salma menegaskan klaim autentisitas dan memperkuat ideologi bahwa "rumah ideal" adalah yang hangat dan penuh kasih sayang. ***Technical infrastructure*** dari kode-kode sinematik (*close-up*, pencahayaan hangat, editing lambat) secara sistematis mengkonstruksi rumah sebagai ruang aman dan keluarga sebagai sumber kehangatan

Proses Decoding dan Variasi Pemaknaan

Audiens tidak menerima pesan secara pasif, melainkan secara aktif memaknai teks berdasarkan konstruksi sosial mereka sendiri. Variasi pemaknaan antar-informan dapat dijelaskan melalui perbedaan dalam tiga aspek decoding:

Aspek	Informan 1–4 (Dominant)	Informan 5 (Negotiated)
Framework of knowledge	Pengalaman keluarga harmonis, memori positif ritual keluarga	Pengalaman keluarga kurang harmonis, memori ambivalen
Ideologi yang dipraktikkan	Familisme keluarga sebagai sumber utama dukungan	Individualisme diri sendiri sebagai sumber utama pemahaman

Temuan bahwa empat dari lima informan menempati posisi *dominant hegemonic* menunjukkan efektivitas hegemoni ideologi familisme dalam konteks budaya Indonesia. Sebagaimana dikemukakan Hall (1980), hegemoni tidak bekerja melalui paksaan, melainkan melalui naturalisasi membuat ideologi tertentu tampak sebagai "kebenaran" yang tidak perlu dipertanyakan.

Videoklip "Rumah" berhasil mereproduksi ideologi familisme melalui representasi visual yang menarik secara emosional. Audiens dengan pengalaman selaras tidak memiliki alasan untuk mempertanyakan representasi ini bahkan, mereka justru menemukan validasi atas kerinduan mereka.

Namun, kasus Informan 5 menunjukkan bahwa hegemoni tidak total. Audiens dengan pengalaman yang berkonflik dengan ideologi dominan dapat melakukan pembacaan negosiasi menerima kerangka umum namun memodifikasi makna spesifik berdasarkan konteks personal. Ini menunjukkan bahwa audiens adalah agen aktif dalam proses pemaknaan, bukan penerima pasif.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian *homesick* dengan menunjukkan bahwa *homesick* bukan semata-mata fenomena psikologis internal, melainkan juga terkonstruksi secara sosial melalui media. Videoklip sebagai teks media tidak hanya merepresentasikan *homesick*, tetapi juga turut membentuk cara audiens memahami dan mengalami *homesick*.

Temuan ini melengkapi penelitian Pratiwi et al., (2024) yang menganalisis teks videoklip "Rumah" dengan melibatkan perspektif audiens aktif. Dengan mengintegrasikan analisis teks (*encoding*) dan analisis resepsi (*decoding*), penelitian ini menunjukkan bahwa makna tidak inheren dalam teks, melainkan diproduksi dalam momen artikulasi antara teks dan audiens (Hall, 1980).

Berdasarkan temuan dari jawaban wawancara informan penelitian ini, diketahui bahwa kemunculan fenomena *homesick* yang dialami mahasiswa dipicu oleh beragam faktor terutama posisi *decoding* para informan**.** Empat dari lima informan menempati posisi *dominant hegemonic*, menerima makna "rumah" sebagai simbol kehangatan keluarga sebagaimana dikodekan dalam videoklip, satu informan menempati posisi *negotiated*, menerima pesan namun memaknainya berdasarkan pengalaman keluarga yang kurang harmonis. Tidak ditemukan pembacaan *oppositional***.** Adanya tiga kelompok tersebut didasari oleh perbedaan preferensi informan dalam memaknai tayangan. Setiap *audience* memiliki perbedaan dalam melakukan analisis resepsi, hal tersebut nampak melalui bagaimana sikap dan tindakan *audience* terhadap sebuah fenomena dan perbedaan tersebut dilandasi beberapa faktor seperti keluarga, lingkungan sosial, umur dan nilai budaya (Risal & Nisa, 2021).

Sebagian jawaban informan, mengkonstruksi makna rumah sebagai ruang emosional yang memberikan rasa aman, penerimaan dan tempat yang mendorong individu untuk bisa menjadi dirinya sendiri. Melalui konstruksi tersebut, videoklip "Lagu Rumah" oleh Salma Salsabil direpresentasikan dalam bentuk percakapan orang tua, momen masak bersama dan kebersamaan keluarga dengan latarbelakang rumah yang di ambil langsung dari rumah asli Salma, agar *audience* turut memaknai pesan sesuai makna yang dikirimkan produsen. Individu mampu mereproduksi sebuah ingatan yang terjadi pada masa lampau melalui media, peran media cenderung signifikan karena mampu merepresentasikan suatu nilai budaya (Kusuma, 2025). Melalui representasi dalam media yaitu video klip Salma Salsabil, kemudian

menimbulkan perasaan *homesick* pada informan. *Technical infrastructure* dirinci sebagai daftar kode teknis yang diidentifikasi beserta *timestamp* dan fungsi semiotik singkatnya seperti halnya *close-up* wajah pada menit 00:04–00:44 yang menunjukkan intimasi/keintiman antara Salma dan orangtua, adegan memasak bersama pada menit 03:02–03:11 yang menampilkan rutinitas domestik sebagai penanda kehangatan, serta palet warna hangat yang menciptakan rasa aman.

Terkait teori analisis resepsi, Stuart Hall menjabarkan bahwa khalayak memberikan makna melalui proses *decoding* melalui tiga pendekatan yaitu posisi dominan hegemonik, posisi negosiasi serta posisi oposisi. Khalayak memungkinkan untuk memberikan makna yang berbeda pada konteks yang sama, perbedaan makna tersebut didasari oleh perbedaan latar belakang seperti pendidikan, kelas sosial, budaya dan hal lain (Jordania, 2022). Sebayak 4 dari 5 informan menerima makna videoklip secara utuh dalam posisi posisi ***dominant hegemonic.*** *Dominant hegemonic* menempatkan *audience* pada posisi ideal yang memberi makna tayangan secara konotatif (Taruna & Sari, 2022). Pesan yang dikirimkan melalui videoklip lagu "Rumah" oleh Salma Salsabil disampaikan dengan baik sehingga dapat dipahami oleh sebagian besar informan dalam penelitian ini. Analisis resepsi pada posisi dominan hegemonik memungkinkan tidak memuat adanya kesalahpahaman antara komunikator dan komunikan pesan, artinya pesan yang dikirim dan diterima dimaknai secara selaras (Prakoso & Haryanti, 2023). Maka temuan ini menjelaskan bahwa khalayak memaknai videoklip tersebut dengan perasaan *homesick* yang dirasakan khalayak.

Selanjutnya 1 informan lain yang memiliki latar belakang keluarga kurang harmonis memiliki pemaknaan yang berbeda, yang memberikan makna videklip tersebut pada posisi ***negotiated*****,** posisi pemaknaan tersebut didasari pada pernyataan yang memaknai rumah hanya sebatas tempat untuk tidur. Informan yang memosisikan diri pada posisi *negotiated* saat memaknai pesan, cenderung mengkombinasikan dominan hegemonik dan opposisi dalam waktu bersamaan. Dalam hal ini, khalayak *negotiated position* mampu memaknai pesan sesuai dengan makna yang dimaksud media sekaligus memaknainya berdasarkan latar belakang dari pengalaman yang dialami (Prakoso & Haryanti, 2023). Pada dasarnya individu dalam *negotiated position* cenderung menerima pesan yang dikodekan oleh pengirim pesan, namun terdapat bagian dalam diri individu tersebut menolak pesan yang dikirimkan. Hal tersebut yang membuat individu dalam *negotiated position* melakukan seleksi terhadap sebuah pesan yang kemudian mengadaptasinya kedalam makna pesan baru yang kombinatif (Pertiwi et al., 2020). Berkaitan dengan temuan tersebut, yaitu perbedaan antara pemaknaan pada posisi ***dominant hegemonic*** **maupun** ***negotiated*****,** penting digarisbawahi bahwa setiap individu berhak melakukan justifikasi

dari sudut pandang yang diyakini baik perbedaan pengalaman maupun pemahaman. Pengetahuan, pengalaman, latar belakang sosial maupun budaya dan media yang dikonsumsi individu menjadi pengaruh utama adanya perbedaan individu dalam melakukan *decoding* (Santoso, 2021). Selain itu, pada posisi **oposisi** tidak ditemukan dalam analisis ini, jawaban informan yang merupakan mahasiswa rantau terkait resepsi makna *homesick* pada videoklip lagu "Rumah" karya Salma Salsabil tidak memuat temuan yang bertentangan. Temuan ini secara signifikan menjelaskan bahwa para informan menerima pesan dengan positif dengan pandangan yang selaras dan tidak bertentangan dengan makna lagu yang disampaikan sebenarnya terutama mengenai makna "rumah". Tidak ditemukannya individu dalam posisi oposisi saat melakukan proses *decoding* terhadap pesan media, menunjukkan bahwa pesan yang terkandung dalam media tersebut relevan pada keadaan yang sebenarnya (Achsani & Wibowo, 2023).

Penting diketahui bahwa berdasarkan hasil penelitian ini, khalayak mengkonstruksi makna *homesick* secara emosional dan menghubungkan pesan yang terkandung dalam videoklip dengan kehidupan dan pengalaman pribadi masing-masing khalayak. video klip tidak hanya memengaruhi persepsi makna musik, tetapi juga memicu respons emosional melalui kombinasi elemen audio dan visual (Dasovich-wilson & Thompson, 2022).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa videoklip "Rumah" karya Salma Salsabil efektif merepresentasikan makna rumah sebagai ruang kehangatan, penerimaan, dan dukungan emosional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa videoklip tersebut secara efektif mereproduksi ideologi familisme menggambarkan rumah sebagai ruang kehangatan, penerimaan, dan sumber dukungan emosional sehingga menimbulkan resonansi emosional dan perasaan *homesick* pada mayoritas informan. Analisis *decoding* menunjukkan bahwa 4 dari 5 informan menempati posisi *dominant hegemonic* (menerima makna 'rumah' sebagaimana dikodekan dalam videoklip) sedangkan 1 informan menempati posisi *negotiated* (menerima pesan namun menafsirkan ulang berdasarkan pengalaman keluarga kurang harmonis), dan tidak ditemukan pembacaan *oppositional*, temuan ini menegaskan kontribusi studi dengan menempatkan audiens perantau sebagai fokus resepsi dan mengaitkan tanda-tanda visual/auditori spesifik (percakapan orang tua, momen memasak bersama, *setting* rumah, serta teknik sinematik) sebagai pemicu emosional *homesick*. Implikasinya, pembuat konten disarankan mempertahankan narasi autentik dan detail keseharian keluarga, institusi pendidikan dapat memanfaatkan media audiovisual untuk intervensi psikososial, dan penelitian lanjutan perlu memperluas sampel serta memperdalam analisis *relations of production* untuk menguji generalisasi temuan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Achsani, V., & Wibowo, A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip "Tutur Batin" Karya Yura Yunita. *Communications*, *5*(2), 467–485.

Adzkiya, T. A., & Asrita, S. (2023). *Analisis Resepsi Penonton Terhadap Mitos Kecantikan dalam Video Musik " Tutur Batin ." 4*(2), 166–183.

Afrilia, D., Fuad, M., & Siregar, Z. (2024). Pengaruh Homesickness Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa Rantau. *Jurnal Studi Islam Indonesia (JSII)*, *2*(1), 161–175.

Andayani, N. N., Nandini, N. R., & Sijabat, R. (2026). *Coping Strategi Mengurangi Rasa Homesick pada Mahasiswa*. *2*(1), 31–41.

Bingkaikarya. (2024). *Salma Salsabil Releases a Heartwarming New Single "Rumah."*

bolehmusic.com. (2024). *Salma Salsabil Resmi Luncurkan Video Musik "Rumah."* Bolehmusic.Com.

Chevadina, S. A., Sofiawati, S., & Hidayati, R. K. (2022). Analisis Resepsi Penonton Terhadap Penggambaran Perselingkuhan dalam Series Layangan Putus. *Madhangi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(1), 69–90. http://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/index

Dasovich-wilson, J. N., & Thompson, M. (2022). *Exploring Music Video Experiences and Their In fl uence on Music Perception*. *5*, 1–18. https://doi.org/10.1177/20592043221117651

Fauzia, N., Asmaran, A., & Komalasari, S. (2021). Dinamika Kemandirian Mahasiswa Perantauan. *Jurnal Al-Husna*, *1*(3), 167. https://doi.org/10.18592/jah.v1i3.3918

Hall, S. (1980). *Cultural Studies: Encoding/Decoding*. Palgrave Macmillan.

Harsusilo, Y. E. (2019). *Rindu Itu Berat dan 7 Fakta Seputar "Kangen Rumah" Mahasiswa*. Kompas.Com.

Himam, A. (2021). Makna Logika Nubuwwah dalam Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim: Analisis Trilogi Epistemologi Arab-Islam Dan Analisis Resepsi Encoding/Decoding. *Jurnal Al-Ijtimaiyyah*, *7*(1), 137–164.

Jordania, A. (2022). Analisis Resepsi Agen Asuransi Mengenai Gambaran Kerja Keras dalam Videoklip Ardhito Pramono '925.' *KALBISIANA: Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, *8*(1), 904–912.

Kirana, D., Khaldun, R., & Alfaizi, A. (2021). Penanganan kasus homesickness melalui cognitive behaviour terapi dengan teknik restruktursasi kognitif dan terapi sabar di Yayasan Peduli Anak. *Qawwam: Journal for Gender Mainstreaming*, *15*(1), 69–88. https://doi.org/10.20414/qawwam.v15i1.3437

Kusuma, A. (2025). Representasi Perempuan dan Kekerasan Simbolik dalam Film "Before, Now and Then (NANA)" Karya Kamila Andini: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *5*(2), 3227–3237.

Nahdlatul, U., & Surabaya, U. (2023). *Epistemological Paradigms in Positivism , Interpretivism , and Action Research in Educational Research : A Literature Review*. *3*(3), 214–224.

Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film "Dua Garis Biru." *Jurnal Audiens*, *1*(1), 1–8.

Prakoso, A. A., & Haryanti, Y. (2023). *Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Penggunaan Bahasa Daerah Pada Konten Youtube Comedy Sunday" Jawa Jawa Jawa"*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Prasetio, C. E., Gustara, E., Sirait, N., & Hanafitri, A. (2020). *Rumah , Tempat Kembali : Pemaknaan Rumah pada Mahasiswa Rantau*. *6*(2), 132–144.

Pratiwi, D., Firmansyah, M., & Rosidah, I. (2024). Multimodalitas Pada Lagu "Rumah" Karya Salma Salsabil (Kajian Analisis Wacana Multimodal). *Jurnal Tinta*, *Vol. 6*(No. 2), 100–105.

Putri, N. S. B. I., Lestari, A., & Lathifah, N. (2026). Representasi Pengorbanan dalam Nilai Kekeluargaan pada Film How to Make Millions Before Grandma Die : Analisis Semiotika John Fiske. *InSearch*, *25*(1), 1–10. https://jurnalunibi.unibi.ac.id/ojs/index.php/in_search/article/download/1503/1050/6453

Risal, Y., & Nisa, F. K. (2021). Reinterpretasi dan dekonstruksi fenomena sosial dalam film (Analisis pada film fiksi pendek Srinthil). *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, *5*(1), 84–95.

Rohmatun. (2024). Derita Mahasiswa Rantau: Homesickness Mahasiswa Rantau Ditinjau dari Dukungan Sosial Teman Sebaya. *PSISULA: Prosiding Berskala Psikologi*, *6*, 332–339.

Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *12*(2), 140–154.

Shafiananta, M., Wafirotul Khusna, Z., Rinda Widyaningrum, F., Dian Primastuti, F., Salsa Wijayanti, F., Rifa Yuniar, H., & Agung Rifai, M. (2024). Apakah Mahasiswa Mengalami Loneliness?: Studi Kasus Pada Mahasiswa Baru Perantau di Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Mediasi*, *3*(1), 11–24.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Taruna, M. R., & Sari, R. P. (2022). Analisis Resepsi Kelas Sosial Dalam Film "Crazy Rich Asians." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, *2*(2), 129–138.

Utami, R. I., & Herdiana, A. (2021). Pemaknaan Pendengar Terhadap Iklan Testimoni Nutrisi Herbal Nariyah Di Radio Kasihku FM Bumiayu Dalam Teori Resepsi Stuart Hall. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, *3*(2), 509–520. https://doi.org/10.53977/sadharananikara.v3i2.356

Wahyuningrat, N., Maitsa, M., Sibarani, E. J., Rafi, H., Ramadhani, N. P., Putri, N. T., & Yafiq, M. I. (2025). *Pengaruh Homesick Terhadap Kesehatan Mental dan Adaptasi Sosial*. *4*(3), 880–890.

Wibowo, F. A., & Kusumawati, D. (2024). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan Mengenai Peran Ayah dalam Video Klip " Saat Kau Telah Mengerti ." 11*(2).