

Resepsi khalayak pada program acara televisi di Trans 7 sebagai media edukasi

Rizkia Nidha Amalia¹, Sri Seti Indriani², Jimi Narotama Mahameruaji³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

ABSTRAK

Peminatan masyarakat pada program edukasi dalam televisi mengalami kemunduran, ini disebabkan karena jadwal tayang yang tidak sesuai dengan sasaran, pembukaan program dan beberapa diantaranya kurang menarik perhatian masyarakat. Meskipun demikian adapun salah satu acara televisi “Tau Gak Sih” yang mencoba mengambil kembali perhatian masyarakat dengan tema edukasinya. Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan merupakan salah satu komunitas pemerhati masalah edukasi dalam masyarakat memiliki kesadaran akan adanya acara televisi “Tau Gak Sih”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pembentukan kode teks atau enkoding nilai edukasi pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7 dan untuk mengetahui posisi pembacaan anggota dalam Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) terhadap nilai edukasi program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7. Informan penelitian ini adalah guru-guru relawan yang berada di Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall dan teori enkoding – dekoding Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga indikator nilai edukasi yang membuat program acara televisi “Tau Gak Sih?” sebagai media edukasi yaitu memberikan wawasan, didukung oleh sumber terpercaya, dan pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami. Posisi pembacaan Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan untuk tiga indikator nilai edukasi, mayoritas berada pada posisi Hegemoni – Dominan. Maka dapat disimpulkan bahwa program acara televisi “Tau Gak Sih?” menjadi media edukasi untuk komunitas tersebut.

Kata-kata Kunci: Enkoding-Dekoding; Stuart Hall; Analisis Resepsi; Edukasi; ‘Tau Gak Sih’

***Audience reception on the television program
in Trans 7 as an educational medium***

ABSTRACT

Public interest in educational programs on television has declined. This situation is because the broadcast schedule is not in accordance with the target, program openings, and some do not attract public attention. However, there is one television program, “Tau Gak Sih”, which tries to take back the public’s attention with its educational theme. The Community Care for Academics and Society is one of the communities concerning education issues in the community. The community is also aware of the existence of the television program “Tau Gak Sih”. The study is to acknowledge the process of forming text codes or encoding educational values in television programs “Tau Gak Sih?” in Trans 7 and to find out the reading position of members in the Community Care for Academics and Society (KOMPAK) on the educational value program. The informants of this research are volunteer teachers in the Community of Academic and Social Care (KOMPAK). This is a qualitative research using Stuart Hall’s reception analysis approach and Stuart Hall’s coding-decoding theory. The results show that there are three indicators of educational value in the program “Tau Gak Sih?” as an educational medium, namely providing insight, supported by trusted sources, and messages reaching the audience and easy to understand. The reading position of the Community Care for Academics and Society for the three indicators of educational value, the majority are in the position of Hegemony – Dominant. The conclusion is that the television program “Tau Gak Sih?” is a medium of education for the community.

Keywords: Encoding – Decoding; Stuart Hall; Reception Analysis; Education; ‘Tau Gak Sih’

Korespondensi: Rizkia Nidha Amalia. Universitas Padjadjaran. Jalan Raya Bandung – Sumedang KM 21, Jatinangor, Sumedang 45363. Email: rizkianidhaamalia@gmail.com

Submitted: October 2021, **Accepted:** April 2022, **Published:** April 2022

ISSN: 2548-687X (printed), ISSN: 2549-0087 (online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/protvf>

PENDAHULUAN

Saat ini di dunia pertelevisian memberikan beberapa jenis program acara yang ditayangkan. Jenis program acara yang ditayangkan di televisi di antaranya yaitu *talkshow*, *gameshow*, *infotainment*, *entertainment*, *news*, *sport*, drama, edukasi dan lainnya. Namun, sayangnya saat ini program yang bersifat mengedukasi kurang diminati oleh khalayak.

Program acara televisi “Planet Sains” merupakan salah satu program acara yang diproduksi oleh stasiun televisi TV Edukasi untuk dimanfaatkan sebagai bahan pengayaan mata pelajaran IPA. Namun, sangat disayangkan program acara ini kurang diminati, karena jadwal tayang yang tidak sesuai dengan sasaran, pembukaan program yang tidak menarik, pembawa acara yang dinilai kurang menarik, narasumber dalam program dinilai terlalu kaku, kurangnya publikasi, dan tidak adanya evaluasi siaran dan pemanfaatan terhadap program tersebut, sehingga tidak pernah diketahui secara spesifik kualitas dan kebermanfaatannya bagi sasarannya (Suhartini, 2014). Hal-hal tersebut menjadi beberapa alasan khalayak mencari program acara televisi lainnya.

Ada kalanya khalayak berasumsi program acara televisi yang bersifat mengedukasi itu menjenuhkan, sehingga kurang diminati oleh khalayak, padahal tidak seperti itu faktanya.

Ada juga program acara televisi yang bersifat mengedukasi dan diminati oleh khalayak, seperti program acara yang ditayangkan di stasiun televisi Trans 7.

Tayangan program pendidikan tidak semudah menyajikan program televisi lainnya karena membutuhkan format yang sesuai dengan materi pendidikan (Kuswita, 2014). Namun demikian, Trans 7 terbukti sukses melaksanakan berbagai macam program edukasi yang diproduksinya, dan diminati oleh khalayak, seperti Si Unyil, Si Bolang Bocah Petualang, Si Otan, dan juga On The Spot yang memiliki keunikan tersendiri dalam program acaranya, karena “On The Spot” merupakan sebuah program informasi, *pionir magazine* yang merupakan kompilasi informasi mengenai berbagai fenomena, isu hingga sains. Kompilasi informasi ini menelusuri berbagai liputan secara langsung. Hal ini memungkinkan penonton untuk menambah pengetahuan mereka dan merasa bahawa mereka turut serta dalam penelusuran tersebut. Program acara televisi “On the Spot” ini tayang setiap hari Senin hingga Jumat pukul 19.00 WIB, dan setiap Sabtu - Minggu pukul 19.30 WIB. (Trans 7, n.d.-a).

Selain program acara televisi “On The Spot”, Trans 7 juga memiliki tayangan yang bersifat mengedukasi dan diminati oleh khalayak yaitu program acara televisi “Tau Gak

Sih?", karena program acara televisi "Tau Gak Sih?" memberikan informasi yang dikemas secara *entertaining*. Dengan slogan "Makin Tau Makin Banyak Ilmu", "Tau Gak Sih?" Menghadirkan berbagai variasi tema informasi kekinian mulai dari wisata, kuliner, kerajinan, hobi, hingga proses manufaktur. Program ini merancang Voxpop seperti Ojip yang unik dengan pengemasan yang menarik dan tayang setiap **Senin - Jumat pukul 13.30 WIB (Trans 7, n.d.-b).**

Jika dibandingkan dengan program acara televisi "On The Spot" yang sama-sama memberikan edukasi atas informasi yang disampaikannya, program acara televisi "On The Spot" memberikan informasi mengenai keanehan dunia, keunikan yang mungkin saja belum diketahui orang banyak sehingga menjadi suatu informasi bagi khalayak yang menontonnya. Video yang ditayangkan di program acara televisi "On The Spot" bersumber dari *platform youtube* atau dokumentasi milik Trans 7 dan disertai *voice over* untuk menyampaikan informasi dari video yang ditayangkannya.

Sedangkan program acara televisi "Tau Gak Sih?" bukan hanya sekedar memberikan informasi yang bisa mengedukasi saja, tetapi program acara ini juga menguji wawasan dan pengetahuan masyarakat sekitar dengan pertanyaan dari tema yang akan dibahas setiap



Sumber : Trans 7, 2021

Gambar 1 Rating dan share program acara di Trans 7 pada 09 April 2021

episodenya, setelah itu setiap pertanyaan akan dibahas lebih lanjut oleh tokoh ahli di bidangnya sehingga informasi yang disampaikan bersifat valid. Oleh karena itu program acara televisi "Tau Gak Sih?" diminati oleh khalayak.

Hal itu terbukti dengan *rating* dan *share* program acara "Tau Gak Sih?" lebih tinggi dibandingkan program acara "On The Spot". Berdasarkan data yang diperoleh dari Trans 7 pada tanggal 09 April 2021 *rating / share* "Tau Gak Sih?" sebesar 0,9 / 8,6 sedangkan *rating / share* "On The Spot" sebesar 0,8 / 4,5. Maka dari itu penulis memilih program acara "Tau Gak Sih?" dibandingkan program acara "On The Spot".

Pak Tino Ardianto selaku Produser program acara "Tau Gak Sih?" dalam sesi wawancara mengungkapkan bahwa acara tersebut memiliki misi yaitu menyampaikan informasi ringan di seputar pemirsa, dengan bentuk penyampaian

yang ringan dan menghibur (Wawancara produser “Tau Gak Sih?”, November 2020).

Pada penelitian Asah (2016) membuktikan bahwa program acara televisi “Tau Gak Sih?” memberikan peningkatan ilmu pengetahuan umum bagi khalayak yang menontonnya. Dengan begitu media massa televisi memiliki fungsi sebagai media pendidikan bagi khalayak yang menontonnya. Semakin sering menonton program acara tersebut maka akan memberi pengaruh pada peningkatan ilmu pengetahuan umum seseorang.

Untuk memudahkan terkumpulnya data penelitian, penulis mencoba untuk melakukan pra-riset dengan suatu komunitas yang relevan dengan topik penelitian yang akan diteliti oleh penulis, yaitu Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) merupakan relawan yang bergerak di bidang pendidikan, tetapi bukan dari latar belakang yang berprofesi guru, melainkan mahasiswa dan mahasiswi yang masih menggali ilmunya di sebuah perguruan tinggi. Komunitas ini dibentuk pada tanggal 5 Februari 2019 dengan inisiatif dari mahasiswa dari berbagai daerah yang bertempat tinggal di Cirebon. Komunitas tersebut ingin berbagi ilmu pengetahuan kepada para pelajar Sekolah Dasar yang membutuhkan di berbagai daerah terpencil (Wawancara informan 6, November 2020).

Seorang relawan biasanya melakukan sebuah kegiatan secara sukarela tanpa diberikan

imbalan. Namun, anggota KOMPAK justru membayar pada awal penerimaan sebagai relawan sebesar Rp 275.000,- dan mengeluarkan uang untuk menunjang perjalanan pada saat menuju Sekolah Dasar yang akan diajarnya di daerah terpencil tanpa diberikan bayaran. KOMPAK mengajar di Sekolah Dasar terpencil selama tujuh hari, bukan hanya mata pelajaran umum Sekolah Dasar saja yang KOMPAK ajarkan, tetapi mereka juga mengajarkan ekstrakurikuler, pemeriksaan kesehatan, dan kegiatan sosial atau kemasyarakatan di Sekolah Dasar tersebut (Wawancara informan 6, November 2020).

Menurut Informan 6 selaku ketua KOMPAK tahun ajaran 2020, mengungkapkan pendapatnya setelah menonton program acara televisi “Tau Gak Sih?”. Informan 6 bisa mendapatkan wawasan baru yang dikemas secara menarik dan menghibur, lalu banyak juga pengetahuan umum yang bisa didapat. Serta dapat diterima masyarakat umum.

Hal tersebut membuktikan bahwa media massa televisi memiliki berbagai fungsi untuk khalayak yang menontonnya, seperti fungsi hiburan, fungsi informasi, dan juga fungsi pendidikan. Informan 6 merasakan setelah menonton program acara televisi “Tau Gak Sih?” dirinya mendapatkan wawasan baru, dan acara tersebut dikemas secara menarik dan menghibur, selain itu Informan 6 juga

mendapatkan pengetahuan umum dari program acara tersebut. Sehingga program acara televisi “Tau Gak Sih?” dapat diterima oleh masyarakat umum.

Penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan penelitian yaitu: (1) bagaimana proses pembentukan kode teks atau *encoding* nilai edukasi pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7, dan (2) bagaimana posisi pembacaan Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) terhadap nilai edukasi program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan kode teks atau *encoding* nilai edukasi pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7, dan mengetahui posisi pembacaan Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) terhadap nilai edukasi program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7.

Untuk memperkuat hasil penelitian penulis, penelitian ini didukung oleh berbagai teori dari para ahli yaitu: Komunikasi massa menurut Bittner yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Namun, jika komunikasi tersebut tidak menggunakan media massa elektronik maupun media massa cetak, maka hal tersebut bukanlah komunikasi massa melainkan hanya komunikasi biasa (Rakhmat, 2001).

Media massa terdiri dari dua kategori besar, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dimaksud adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan yang dimaksud media elektronik adalah televisi, radio, film, dan *online media*. (Ardianto et al., 2015).

Media massa merupakan sumber utama berita dan hiburan bagi kita, media massa mempengaruhi kehidupan kita sehari – hari (Lahyanto, 2018, p. 36). Media massa bukan hanya sebuah media yang hanya digunakan tanpa memiliki fungsi dan memberikan manfaat kepada khalayaknya, tetapi media massa juga memiliki berbagai fungsi yaitu informasi, pendidikan, hiburan, dan persuasi (Lahyanto, 2018).

Salah satu media massa yang bisa mempengaruhi kehidupan kita karena memiliki berbagai fungsi dan bisa memberikan manfaat kepada khalayaknya yaitu media massa televisi, televisi merupakan media pandang sekaligus media pendengar berupa audio-visual (Badjuri, 2010). Khalayak tidak hanya melihat gambar yang ditayangkan televisi saja, tetapi khalayak juga bisa mendengar ataupun mencerna narasi dari visual tersebut.

Definisi televisi lainnya menurut Burton (2007) yaitu televisi merupakan suatu media yang membentuk cara berpikir kita tentang dunia. Maksudnya membentuk cara berpikir kita tentang dunia yaitu televisi dapat membentuk

pandangan kita atau membentuk sikap dan cara bertindak kita terhadap lingkungan sekitar kita. Melalui program acara yang ditayangkan di televisi, produsen teks menginginkan pesan yang disampaikan lewat program acara tersebut dapat diterima dan dipahami oleh khalayak yang menonton program acara tersebut, karena program televisi merupakan konsep acara televisi yang direncanakan sehingga bertujuan menjadi sebuah landasan kreativitas dan desain produksi. Rencana ini dibagi ke dalam berbagai kriteria utama sesuai dengan target khalayak dan tujuan acara (Naratama, 2004).

Dunia pendidikan melakukan berbagai upaya dalam menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat. Awalnya proses belajar mengajar bersifat tradisional, yakni terbatas dalam kelas dan tatap muka. Kini, proses belajar menagjar memberikan berbagai alternatif baru dengan menggunakan alat audio visual. Ausio visual berbentuk video, televisi dan film. Alternatif ini ditujukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses belajar mengajar, sehingga diharapkan khalayak mampu mengembangkan daya nalar serta daya rekanya (Darwanto, 2007).

Program acara televisi “Tau Gak Sih?” sebagai salah satu media massa dalam dunia pendidikan memiliki fungsi pendidikan, yaitu karena pesan yang disampaikan dari program acara tersebut memberikan informasi yang

dapat menambah wawasan bagi penontonnya, dengan kata lain program acara tersebut dapat mengedukasi khalayak yang menontonnya. Khalayak yang sebelumnya belum mengetahui informasi tersebut, namun setelah menonton program acara “Tau Gak Sih?” khalayak jadi mengetahui wawasan baru.

Dalam penelitian ini penulis membutuhkan khalayak sebagai subjek penelitian penulis, maka dari itu penulis juga mengutip konsep khalayak, terdapat dua tipe yaitu khalayak pasif dan khalayak aktif. Khalayak pasif cenderung menerima isi teks media yang diproduksi oleh produsen teks, khalayak seolah – olah tidak memiliki kuasa dan menjadi pihak yang didominasi. Sedangkan khalayak aktif yang memilih dan menggunakan media serta mengkonstruksi makna sesuai dengan kode – kode dari khalayak itu sendiri (Nasrullah, 2019). Khalayak memiliki kebebasan dan keragaman dalam memilih sumber media untuk mereka. Khalayak dapat memilih sumber media yang disesuaikan dengan kegemaran personal dan persepsi mengenai apa yang relevan dan menarik (McQuail, 2011).

Sama seperti Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK), mereka merupakan khalayak yang bebas untuk memilih media apa yang disukai oleh mereka, media yang dipilih mereka yang menurutnya menarik dan relevan untuk mereka yaitu salah satunya

program acara televisi “Tau Gak Sih?” karena mereka merupakan seorang relawan yang bergerak di bidang pendidikan maka dari itu mereka membutuhkan ilmu lebih banyak lagi.

Untuk mengetahui pesan yang diproduksi oleh produsen teks sama atau berbeda dengan yang diterima oleh khalayak, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan model *encoding – decoding* dari Stuart Hall. Dalam model *encoding – decoding* Stuart Hall, sebelum terjadinya *decoding*, terdapat proses *encoding* terlebih dahulu oleh produsen teks. *Encoding* adalah pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan, dan *decoding* adalah pesan yang dipahami oleh penerima pesan (Muid, 2013).

Sebelum menghasilkan sebuah pesan yang berupa teks media seperti film atau program acara televisi, terdapat proses *encoding* terlebih dahulu. Seperti program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7, pengirim pesan atau yang disebut produsen teks, mereka membahas konsep yang akan diproduksi, informasi dan pesan apa yang ingin disampaikan, apakah pesan yang dikirimkan akan sampai kepada khalayak atau bahkan sebaliknya.

Setelah menghasilkan sebuah pesan yang berupa teks media. Lalu, khalayak akan melakukan *decoding* terhadap teks media yang dibacanya dan satu sama lain akan memberikan makna yang berbeda dari setiap individunya.

Dengan kata lain proses *encoding* dapat memberikan hasil yang berbeda pada saat proses *decoding*, hal tersebut terjadi karena setiap khalayak yang membaca teks media tersebut, berdasarkan dari latar belakang setiap individu yang berbeda seperti sosial, budaya tingkat pendidikan, wawasan dan pengetahuan yang dimilikinya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat topik mengenai resensi dari suatu komunitas pada program acara televisi sebagai media edukasi. Karena KOMPAK adalah suatu komunitas yang bergerak di bidang pendidikan, maka dari itu KOMPAK harus memiliki wawasan dan pengetahuan yang lebih banyak lagi untuk bisa disampaikan kepada para pelajarnya. Pendidikan tidak hanya bisa didapatkan melalui suatu institusi saja, tetapi di era kemajuan teknologi yang secara pesat ini pendidikan bisa juga didapatkan melalui media audio visual yang dapat memberikan banyak manfaat kepada khalayaknya. Misalnya seperti menonton program acara televisi yang memiliki fungsi hiburan, informasi dan pendidikan, dari menonton program acara televisi tersebut, kita bisa mendapatkan hiburan, dan informasi yang bisa menambah wawasan kita, bahkan suatu program acara televisi juga dapat mengedukasi kepada khalayak yang menontonnya. Tentunya kita harus pintar dalam memilih dan memilih program acara televisi mana yang menurut kita

bisa menghibur tetapi juga bisa mengedukasi kita. Sehingga, pesan dari program acara televisi yang kita tonton, bisa tersampaikan kepada kita.

Oleh karena itu, yang membuat penelitian ini sangat penting untuk diteliti, karena penelitian ini mengarah kepada resensi KOMPAK pada program acara televisi "Tau Gak Sih?" di Trans 7 sebagai media edukasi. Apakah setelah menonton program acara tersebut KOMPAK mendapatkan suatu edukasi, sehingga program acara televisi "Tau Gak Sih?" bisa menjadi media edukasi untuk KOMPAK.

METODE PENELITIAN

Penulis memilih pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif mengarah pada proses penelitian yang terbatas namun memiliki kedalaman data yang tidak terbatas. Semakin dalam data yang diperoleh atau dikumpulkan maka semakin berkualitas hasil penelitian tersebut (Bungin, 2003).

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang memberikan pengetahuan mengenai gambaran dunia nyata yang dikonstruksi oleh seseorang atau sekelompok orang berdasarkan *frame of reference* mereka. Makna dari fenomena atau objek dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut (Rusmana, 2019).

Penulis menggunakan pendekatan analisis resensi Stuart Hall. Analisis resensi khalayak menekankan proses pembuatan makna oleh audiens ketika mengkonsumsi tayangan sinema atau program film seri di televisi. Analisis resensi memungkinkan membongkar dan memahami respon, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton. Stuart Hall (1972) mengungkapkan teori *encoding – decoding* sebagai proses khalayak mengkonsumsi dan memproduksi makna dalam proses penerimaan atas konten media yang dikonsumsinya. Dari konsep Hall tentang *encoding – decoding* inilah munculah studi analisis resensi khalayak atau *audiens* (Ida, 2014).

Menurut Stuart Hall, setelah khalayak meresepsi teks media yang diterimanya, khalayak akan menempatkan tiga klasifikasi posisi. Klasifikasi pertama adalah posisi hegemoni dominan yang mana khalayak menerima apa yang ingin disampaikan media. Media menyampaikan pesannya menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada dalam masyarakat.

Klasifikasi kedua adalah posisi negosiasi. Posisi ini memungkinkan khalayak secara umum menerima ideologi dominan, namun menolak penerapannya jika bertolak belakang



Sumber : youtube Trans7 Official, 2017

Gambar 2 Opening Program Acara

"Tau Gak Sih?" di Trans 7

dengan nilai-nilai dan budaya setempat. Sedangkan pada klasifikasi ketiga merupakan posisi oposisi. Posisi ini memungkinkan khalayak melihat tontonan dengan kritis dan mengganti bahkan mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif.

Penonton yang masuk ke dalam klasifikasi ketiga ini menolak makna pesan media dan memahaminya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media (Morissan, 2013).

Objek penelitian merupakan fokus perhatian dari sebuah penelitian, yang kemudian diteliti untuk mengumpulkan berbagai data secara lebih terarah. Titik perhatian tersebut berupa isi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya dengan menggunakan teori



Sumber : Instagram @cirebonmengajar.id

Gambar 3 Logo Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK)

yang bersangkutan (Fitrah & Luthfiyah, 2017).

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah program acara televisi "Tau Gak Sih?" Trans 7. Program acara tersebut dipilih karena menyajikan konten yang menghibur, informatif dan mengedukasi. Program tersebut juga memiliki ciri khas yaitu menguji wawasan dan pengetahuan masyarakat sekitar dengan pertanyaan dari tema yang akan dibahas setiap episodenya, setelah itu setiap pertanyaan dibahas dan dijawab oleh para ahli di bidangnya.

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu menentukan informan sesuai tujuan. Informan merupakan orang-orang yang memberi informasi akurat secara mendalam mengenai data yang diharapkan oleh peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian (Fitrah & Luthfiyah, 2017).

Tabel 1 Data Informan

| Initial | Jenis Kelamin | Usia | Universitas | Domisili |
|------------|---------------|------|----------------------------|----------|
| Informan 1 | P | 20 | IAIN Syekh Nurjati Cirebon | Brebes |
| Informan 2 | P | 20 | UHAMKA Jakarta | Jakarta |
| Informan 3 | P | 21 | IAIN Syekh Nurjati Cirebon | Cirebon |
| Informan 4 | P | 20 | IAIN Syekh Nurjati Cirebon | Cirebon |
| Informan 5 | L | 21 | IAIN Syekh Nurjati Cirebon | Pemalang |
| Informan 6 | L | 21 | IAIN Syekh Nurjati Cirebon | Cirebon |

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Dengan begitu penulis mencari informan tidak secara *random*, melainkan memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian penulis. (Komariah & Satori, 2012).

Informan dari penelitian ini adalah Pak Tino Arfianto selaku produser program serta enam anggota Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK). Mereka bukan dari latar belakang yang berprofesi guru, melainkan mahasiswa dan mahasiswi yang masih menggali ilmunya di sebuah perguruan tinggi. Komunitas tersebut ingin berbagi ilmu pengetahuan kepada para pelajar Sekolah Dasar yang membutuhkan di berbagai daerah terpencil. Penulis menentukan beberapa kriteria informan yang sesuai dengan penelitian penulis. Beberapa kriteria di antaranya adalah informan merupakan salah satu anggota Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK), mengetahui program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7, dan pernah menonton program acara “Tau Gak Sih?” di Trans 7. Tabel informan dapat dilihat pada tabel 1.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari mereduksi data, memeriksa kembali data yang sudah terkumpul, lalu memilah – memilih hal – hal yang pokok sehingga akan memberikan gambaran yang lebih jelas dari hasil pengamatan. Selanjutnya menyajikan data dalam bentuk teks naratif, tabel dan bagan. Penyajian data dilakukan secara sistematis dengan mengembangkan hasil yang telah diperoleh dari wawancara.

Berikutnya, menarik kesimpulan/verifikasi, hasil analisis data yang sudah dilakukan dan melakukan verifikasi data, jika ditemukan data yang valid maka kesimpulan yang penulis simpulkan bersifat akurat Hal terakhir yang dilakukan adalah menguji keabsahan data, penulis melakukan *membercheck* dengan informan yang hasilnya positif, informan telah menyetujui hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Cirebon yang berlangsung sejak Desember 2019 hingga Desember 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pada proses pembentukan kode teks atau *encoding* nilai edukasi pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7. Kode-kode yang dijabarkan merupakan sebuah makna yang didiskusikan bersama informan. Proses *encoding* ini merupakan tolak ukur pembacaan khalayak terhadap teks yang dihasilkan produsen teks.

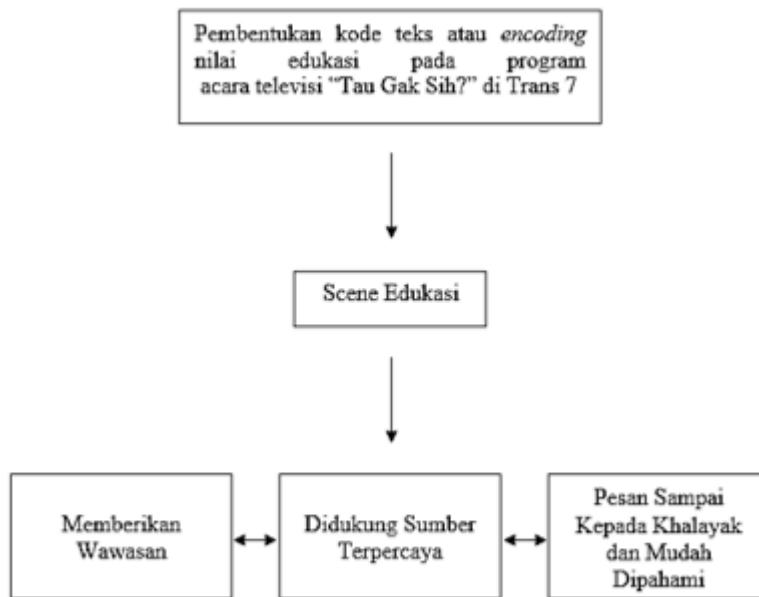
Program acara televisi “Tau Gak Sih?” bukan hanya sekedar memiliki sebuah misi dan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak, namun program acara tersebut juga memiliki beberapa indikator nilai edukasi. Hal tersebut bisa menjadikan program acara televisi “Tau Gak Sih?” sebagai media edukasi karena pertama, program tersebut memberikan suatu wawasan, seperti apa yang diungkapkan Lahyanto (2018) bahwa media massa memiliki fungsi pendidikan yaitu dapat memberi kita pengetahuan atau wawasan yang luas tentang topik yang dipilih. Banyak media massa di Indonesia yang berpartisipasi dalam sistem pendidikan nasional dengan menerbitkan suplemen pendidikan untuk para siswa dan mahasiswa.

Darwanto mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi memberikan berbagai alternatif perubahan yang mengarah

pada perkembangan sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kemajuan teknologi tersebut (Darwanto, 2007).

Proses belajar mengajar bisa dengan menggunakan alat audio visual contohnya seperti audio, video, film, dan televisi, ditujukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses belajar mengajar, sehingga diharapkan khalayak mampu mengembangkan daya nalar serta daya rekanya. Program acara televisi “Tau Gak Sih?” merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi dalam proses belajar mengajar. Penonton program acara televisi “Tau Gak Sih?” selain mendapatkan hiburan, khalayak juga bisa mendapatkan informasi yang dapat menambah wawasan, dan mengedukasi penontonnya. Kemudian, program tersebut didukung oleh sumber terpercaya. Hal ini berbanding lurus dengan fungsi media massa yaitu fungsi informasi, sehingga informasi yang diberikan harus akurat, obyektif, dan lengkap (Lahyanto, 2018).

Media massa televisi program acara televisi “Tau Gak Sih?” memiliki fungsi informasi, sehingga informasi yang diberikan oleh program acara tersebut akurat dengan adanya peran tokoh ahli di setiap bidangnya. Tokoh ahli disini memberikan penjelasan mengenai suatu topik pembahasan yang telah dijawab oleh beberapa masyarakat sekitar pada saat sesi uji wawasan dan pengetahuan masyarakat, agar



Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Gambar 4 Pembentukan kode teks atau encoding nilai edukasi padaprogram acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7

khalayak tidak salah dalam menerima informasi yang diberikan. Selain itu, pesan sampai dan mudah dipahami oleh khalayak. *Encoding* merupakan sebuah pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan melalui sebuah teks media (Muid, 2013), sehingga, sebelum menghasilkan sebuah pesan yang berupa teks media yaitu program acara televisi “Tau Gak Sih?”, produsen teks membahas konsep yang akan diproduksi, informasi dan pesan apa yang ingin disampaikan kepada khalayak dan mudah dipahami.

Berdasarkan hasil wawancara dengan produsen teks membuktikan bahwa program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7 menjadi media edukasi untuk khalayak karena memiliki tiga indikator nilai edukasi yaitu memberikan

wawasan, didukung oleh sumber terpercaya, pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan fungsi acara televisi sebagai media pendidikan (Sabardila et al., 2021).

“Indikator nilai edukasi kedua karena didukung oleh sumber terpercaya. Beragamnya pendapat atau jawaban dari masyarakat, tentu harus diluruskan oleh pendapat ahli yang terkait, agar tidak terjadi kesimpangsiuran informasi.” (Wawancara dengan Pak Tino Ardianto, November 2020).

Setelah proses *encoding*, lalu merupakan data pembacaan khalayak atau *decoding* terhadap program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7. Pembacaan dilakukan berdasarkan tiga indikator nilai edukasi yang

sudah diungkapkan oleh produsen teks yaitu memberikan wawasan, didukung oleh sumber terpercaya, pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami.

Hasil pembacaan akan dibandingkan dengan indikator nilai edukasi yang sudah diungkapkan oleh produsen teks sebagai penentuan posisi pembacaan. Pembacaan yang ditemukan cukup bervariasi. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan mengenai aspek latar belakang budaya, pendidikan, dan wawasan informan.

Setelah khalayak melakukan *decoding* dan meresepsiakan terhadap teks media yang diterimanya, khalayak akan menempatkan pada tiga klasifikasi posisi. Posisi pertama adalah Hegemoni Dominan di mana pesan yang telah disampaikan media diterima oleh khalayaknya. Posisi kedua adalah Negosiasi yaitu di mana khalayak dapat menerima ideologi dominan secara umum. Pada kasus-kasus tertentu khalayak melakukan pengecualian untuk menolak penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat, dan posisi ketiga adalah Oposisi yaitu di mana khalayak yang aktif dan kritis akan melakukan penolakan makna pesan yang diberikan media dan mengganti atau mengubah pesan tersebut. Mereka menciptakan alternatif makna sesuai dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik media.

Dalam penelitian ini, konsep khalayak

terdapat dua tipe yaitu khalayak pasif dan aktif. Khalayak pasif cenderung menerima isi teks media yang diproduksi oleh produsen teks, khalayak seolah-olah tidak memiliki kuasa dan menjadi pihak yang didominasi. Sedangkan khalayak aktif yang memilih dan menggunakan media serta mengkonstruksi makna sesuai dengan kode-kode dari khalayak itu sendiri (Nasrullah, 2019).

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) terdapat dua tipe khalayak yaitu khalayak yang pasif dan aktif. Anggota KOMPAK yang pasif cenderung menerima isi teks media, dan anggota KOMPAK yang aktif akan mengkonstruksi makna dari program acara televisi “Tau Gak Sih?” berdasarkan latar belakang budaya dan pengetahuannya. Aspek sosio kultural dan kemampuan intelektual mempengaruhi cara informan menginterpretasi atau mengkonstruksi pesan yang terkandung dalam teks media (Idayanti, 2017).

Namun, sebelum menghasilkan sebuah pesan yang berupa teks media seperti film atau program acara televisi, terdapat proses *encoding* terlebih dahulu. Model *encoding – decoding* Stuart Hall menekankan proses *encoding* dari produsen teks lalu menghasilkan sebuah isi teks media (Muid, 2013) . Selanjutnya pesan tersebut akan di *decoding* dan diresepsiakan oleh

Tabel 2 Posisi Akhir Pembacaan Khalayak Terhadap Nilai Edukasi Program Acara Televisi "Tau Gak Sih?" Di Trans 7

| Informan | Posisi Akhir Pembacaan | | | | | | | | | |
|----------|------------------------|---|---|----------------------------|---|---|---------------------------|---|---|--|
| | Memberi Wawasan | | | Didukung Sumber Terpercaya | | | Pesan sampai dan dipahami | | | |
| | H-D | N | O | H-D | N | O | H-D | N | O | |
| 1 | X | | | | X | | | X | | |
| 2 | X | | | | X | | | X | | |
| 3 | | X | | | | X | | X | | |
| 4 | X | | | | X | | | X | | |
| 5 | X | | | | | X | | X | | |
| 6 | | X | | X | | | | X | | |

Keterangan: H-D : Hegemoni-Dominan, N: Negoisasi, O: Oposisi

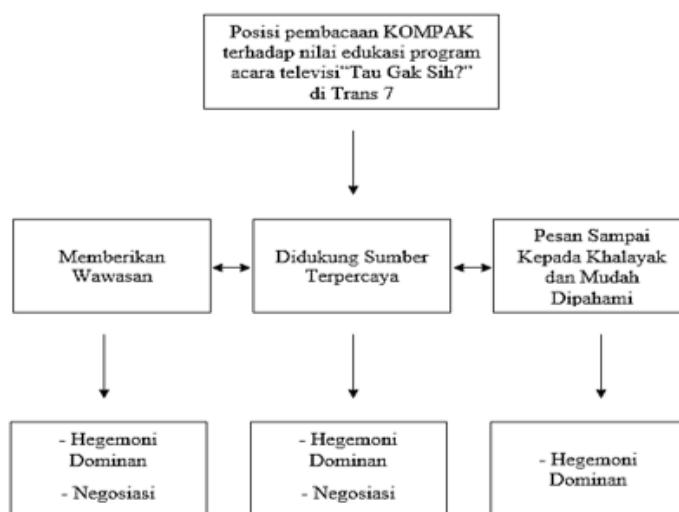
Sumber: Hasil Penelitian, 2020

khalayak.

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, analisis resepsi khalayak mencoba membongkar agar proses pembuatan makna dipahami oleh khalayak ketika mereka menonton tayangan

program acara televisi. Analisis ini memberikan gambaran mengenai sikap, makna dan respon yang dirangkai oleh penonton (Ida, 2014).

KOMPAK melakukan *decoding* dan menerima isi teks media yang dikonsumsinya



Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Gambar 5 Posisi Akhir Pembacaan informan terhadap *scene edukasi* program acara televisi "Tau Gak Sih?" di Trans 7

Resepsi khalayak pada program acara televisi di Trans 7 sebagai media edukasi
(Rizkia Nidha Amalia, Sri Seti Indriani, Jimi Narotama Mahameruaji)

dari program acara televisi “Tau Gak Sih?”, dan akan mengkonstruksi makna dari program acara tersebut. Setelah itu khalayak meresepsi isi teks media yang diterimanya, dan akan menempatkan pada tiga klasifikasi posisi yaitu: 1) posisi hegemoni dominan; 2) negosiasi; dan 3) oposisi. Sesuai dengan penjelasan di atas seluruh informan dalam penelitian ini telah melakukan pembacaan terhadap *scene* edukasi program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7.

Hasil pembacaan informan Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) menempatkan informan pada beberapa posisi seperti yang diungkapkan Stuart Hall. Hasilnya yaitu pada *scene* edukasi 1 “memberikan wawasan”; terdapat 4 informan di posisi Hegemoni – Dominan dan 2 informan diposisi Negosiasi. Pada *scene* edukasi 2 “didukung sumber terpercaya”; terdapat 4 informan di posisi Hegemoni – Dominan dan 2 informan di posisi Negosiasi, dan yang terakhir pada *scene* edukasi 3 “pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami”, enam informan berada di posisi Hegemoni – Dominan.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan cukup bervariasi, setiap informan KOMPAK akan mengkonstruksi makna dan ditemukan respon yang berbeda, dikarenakan perbedaan aspek latar belakang budaya, pendidikan, dan wawasan informan.

Maka dari itu berdasarkan hasil pembacaan yang telah dibandingkan dengan indikator nilai edukasi yang disampaikan oleh produsen teks sebagai penentuan posisi pembacaan menentukan pada tiga klasifikasi posisi yaitu: (1) Hegemoni Dominan, (2) Negosiasi, dan (3) Oposisi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai resensi Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7 sebagai media edukasi, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Penulis menemukan tiga indikator nilai edukasi yang membuat program acara televisi “Tau Gak Sih?” ini menjadi media edukasi untuk khalayak, yaitu memberikan wawasan kepada khalayaknya, didukung oleh sumber yang terpercaya, dan yang terakhir pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami.

Penulis menyimpulkan bahwa mayoritas posisi pembacaan terhadap *scene* edukasi 1 “memberikan wawasan” berada di posisi Hegemoni – Dominan. Pembacaan Dominan memiliki arti bahwa mereka setuju dengan wawasan yang disampaikan oleh program acara televisi “Tau Gak Sih?”.

Untuk *scene* edukasi 2 “didukung sumber terpercaya” juga mayoritas posisi pembacaan informan berada di posisi Hegemoni – Dominan. Pembacaan Dominan memiliki arti bahwa mereka setuju dengan adanya peran tokoh ahli yang membuat sumber informasi menjadi valid.

Selanjutnya untuk *scene* edukasi 3 “pesan sampai kepada khalayak dan mudah dipahami”, seluruh informan berada pada posisi Hegemoni – Dominan, yang berarti bahwa informan merasa pesan yang disampaikan produsen teks sampai dan dipahami.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai resepsi Komunitas Peduli Akademik dan Kemasyarakatan (KOMPAK) pada program acara televisi “Tau Gak Sih?” di Trans 7 sebagai media edukasi, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

Saran penelitian terkait peminatan program acara edukasi di televisi perlu dikaji lebih mendalam dengan menggunakan beberapa pendekatan lainnya selain bisa memperkaya kajian televisi juga bisa menjadi rujukan bagi masyarakat dalam menimba ilmu. Saran untuk para produser lebih fokus pada pesan yang disampaikan tersebut agar bisa diterima dan dipahami oleh khalayak. Berdasarkan teori *encoding – decoding* Stuart Hall maka dapat dijelaskan bahwa khalayak merupakan partisipan aktif dalam proses pemaknaan

pesan. Maka dari itu, produsen teks dapat berusaha untuk lebih memahami jika terdapat perbedaan dalam konstruksi makna antara yang disampaikan dengan makna yang dihasilkan oleh khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2015). *Komunikasi massa: suatu pengantar* (Edisi Revisi). Simbiosa Rekatama Media.
- Badjuri, A. (2010). *Jurnalistik televisi*. Graha Ilmu.
- Bungin, B. (2003). *Metode penelitian kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Burton, G. (2007). *Membincangkan televisi: sebuah pengantar kepada kajian televisi*. Jalasutra.
- Darwanto. (2007). *Televisi sebagai media pendidikan*. Pustaka Pelajar Offset.
- Asah, A.G. (2016). *Pengaruh Program Acara “Tau Gak Sih?” di Trans7 Terhadap Tingkat Pengetahuan Umum Warga Semampir RW.01 – Sidoarjo*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian; penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Jejak Publisher.
- Ida, R. (2014). *Metode penelitian: studi media dan kajian budaya*. Prenada Media Group.
- Idayanti, M. (2017). *Resepsi Khalayak Terhadap Tubuh Perempuan Dalam Serial Televisi Game of Thrones*. Universitas Padjadjaran.
- Komariah, A., & Satori, D. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Alfabeta.
- Kuswita, H. (2014). *Strategi Penyajian Program Pendidikan Di Televisi Edukasi*.

- Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 11(1).* <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/134>.
- Lahyanto, N. (2018). *Media massa dan pasar modal: strategi komunikasi bagi perusahaan go public*. Media Center.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa*. Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: individu hingga massa* (Edisi Pertama). Kencana Prenamedia Group.
- Muid, A. (2013). *Islam vs Barat: merajut identitas yang terkoyak*. Penerbit Nagamedia.
- Naratama. (2004). *Menjadi sutradara televisi*. Grafindo.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan riset khalayak media*. Simbiosa Rekatama Media.
- Rusmana, A. (2019). *The future of organizational communication in the industrial era 4.0*. Media Akselerasi.
- Sabardila, A., Markhamah, M., Arifin, Z., Kusmanto, H., Hidayah, L. N., Kurniasari, A. D., & Saputro, D. (2021). Menakar Nilai Pendidikan Karakter Acara Televisi pada Anak Usia 6-8 Tahun. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 150-162
- Suhartini, S. (2014). Evaluasi Terhadap Program Planet Sains pada Siaran TV Edukasi untuk Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 16(3), 198–209.
- Trans 7. (n.d.-a). *On The Spot*.
- Trans 7. (n.d.-b). *Tau Gak Sih*.