

RESEPSI KHALAYAK PROGRAM “GALERI HALAL” ADiTV

THE AUDIENCE RECEPTION OF ‘GALERI HALAL’ ADiTV’S

Oleh: Dainty Dheanara, 16419141013, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta

daintydheanaraaa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui resepsi khalayak setelah menonton program “Galeri Halal” ADiTV, (2) mengetahui perilaku khalayak ketika menonton program “Galeri Halal” ADiTV. Penelitian ini merupakan penelitian analisis resepsi khalayak dengan pendekatan kualitatif.. subjek atau informan penelitian ini adalah penonton program “Galeri Halal” yang berjumlah tiga informan dengan usia 22 tahun, 30 tahun dan 48 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan analisis konten. Validasi data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data dilakukan dengan analisis resepsi dengan teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Khalayak memilih program “Galeri Halal” sebagai referensi wisata kuliner dan penghilang rasa penat setelah beraktivitas. Khalayak menempatkan diri pada posisi pembacaan dominan. Mereka mengambil pesan yang disampaikan oleh media secara utuh, (2) Khalayak program “Galeri Halal” menyatakan bahwa program tersebut mampu membuat penontonnya merasa lapar, sehingga khalayak secara langsung mengambil makanan sambil menonton program tersebut. Saat iklan berlangsung khalayak lebih memilih untuk melakukan kegiatan lain, seperti melakukan pekerjaan rumah tangga atau hanya sekedar bermain *handphone*. Selain itu khalayak terkadang mengganti *channel* ketika iklan berlangsung.

Kata kunci: analisis resepsi, galeri halal, dan khalayak televisi.

Abstract

This study aimed to: (1) to know the audience reception after watching “Galeri Halal” ADiTV’s program, (2) to know the behavior of the audience when watching the “Galeri Halal” ADiTV’s program. This research is a reception analysis with a qualitative approach. the subject or informant of this research is the audience of the “Galeri Halal” program which is determined by purposive sampling technique. For the validity used the source’s triangulation. Data analysis was performed by reception analysis with Stuart Hall’s encoding-decoding theory. The results of the research showed that: (1) the audience of the “Galeri Halal” program was used as a reference for culinary tourism and relieving fatigue after activities. The audience places itself in the dominant reading position. They take the message delivered by the media as a whole, (2) when the advertisement takes place the public prefers to do other activities, such as doing household chores or just playing mobile phones. In addition, audiences sometimes change the channel when the advertisement takes place. The audience of the “Galeri Halal” program stated that the program was able to make the audience feel hungry, so the audience directly took food while watching the program.

Keywords: reception analysis, galeri halal, and television audience..

PENDAHULUAN

Televisi masih menjadi media elektronik yang digemari oleh beberapa kalangan masyarakat. Walaupun media digital saat ini berkembang pesat, tetapi televisi masih menjadi media yang memiliki banyak peminat. Sebagai salah satu media massa elektronik, televisi memiliki pengaruh yang besar terhadap aspek kehidupan masyarakat. Terlihat dari pengaruh positif, sebagai sumber informasi dan pendidikan. Serta bisa juga berupa pengaruh negatif seperti sarana pembentukan pola perilaku tidak produktif, pola hidup konsumtif, dan sebagainya. Bahkan bagi banyak orang, televisi sebagai cerminan masyarakat, televisi sudah menjadi teman, dan televisi adalah candu.

Tingginya minat masyarakat Indonesia dalam menonton tayangan televisi menjadi keuntungan tersendiri bagi industri pertelevisian. Berbagai macam acara atau program televisi dari banyak stasiun televisi, setiap harinya disuguhkan kepada masyarakat. Secara umum, menurut Abrar (2005) terdapat tujuh ragam berita, yaitu berita langsung (*straight news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*), kolom (*column*), pojok, dan tajuk rencana (*editorial*). Berita kisah atau (*feature*) adalah laporan kreatif, yang terkadang subjektif karena bertujuan untuk menyenangkan dan memberi informasi kepada khalayak tentang suatu kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan.

Program *feature* yang sekarang banyak ditayangkan di televisi Indonesia memberikan kontribusi tersendiri bagi industri pertelevisian Indonesia. Walaupun dipersepsikan sebagai sama-sama berita, tetapi *feature* memiliki ciri khas sendiri, *feature* akan membawa para penontonnya untuk ikut merasakan apa yang sedang ditayangkan, dan berminat untuk terjun langsung ke dalam informasi yang ditayangkan.

Berbagai stasiun televisi swasta nasional dan lokal saling berlomba-lomba memunculkan program *feature*, seperti misalnya ADiTV yang memiliki program

“Galeri Halal”. “Galeri Halal” merupakan program *feature* ADiTV yang mengajak para penonton untuk mengetahui kuliner halal di sekitar Yogyakarta. Program “Galeri Halal” menampilkan host yang sengaja menggugah selera makan para penontonnya.

Penelitian mengenai resepsi khalayak atau *audience reception* menjadi penting untuk dilakukan. *Reception* berkaitan dengan proses penerimaan dan pembacaan isi teks media. Pembacaan terhadap media dipengaruhi oleh faktor kontekstual mulai dari latar belakang sosial, sejarah, dan isu politik, genre program, hingga elemen identitas khalayak (Hadi, 2008: 2).

Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* (analisis resepsi) Stuart Hall. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa, yaitu dengan proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas media teks, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran, 2010). Berdasarkan beberapa hal tersebut, penelitian ini mengungkap resepsi khalayak terhadap program “Galeri Halal” ADiTV.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif kualitatif. Hal ini dikarenakan permasalahan yang ada berhubungan dengan pengalaman yang pernah dirasakan oleh khalayak, yang kemudian dipaparkan lebih mendalam pada fokus penelitian mengenai resepsi Menurut Arikunto dalam Prastowo (2011: 204) tujuan penelitian deskriptif yaitu untuk *mereview* secara apa adanya suatu variable, gejala atau keadaan, bukan menguji hipotesis. Sehingga mampu menjelaskan data atau informasi yang didapatkan dari wawancara akan diolah ke dalam bentuk kalimat.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada rentang waktu 3 bulan, yakni pada bulan Januari – Maret 2020 di Sleman dan Kota Yogyakarta

Sumber Data

Subjek penelitian ini adalah penonton program “Galeri Halal” ADiTV yang memiliki latar belakang yang berbeda. subjek penelitian diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan jenis sampling yang digunakan untuk situasi- situasi khusus. Sampling ini biasa digunakan dalam penelitian lapangan (Ahmadi, 2014: 85).

Tenik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan ada 3, yaitu wawancara, observasi partisipasi, dan analisis konten. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis wawancara mendalam, di mana subjek penelitian dapat memberikan pemaknaan mereka yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti dalam penelitian ini. Selain itu juga dilakukan observasi selama proses pengumpulan data, dengan adanya lembar observasi sebagai instrumen penelitian serta melakukan pengamatan saat informan menyaksikan program acara “Galeri Halal” ADiTV.

Selain dengan menggunakan wawancara, data yang digunakan dalam penelitian ini juga berupa rekaman tayangan program “Galeri Halal” yang diperoleh dari *youtube* ADiTV. Rekaman tayangan diolah menggunakan pendekatan analisis konten dengan metode deskriptif analitik. Metode yang digunakan yaitu deskriptif analitik yang merupakan analisis sederhana berupa pencarian nilai frekuensi untuk statistik deskriptif (Darmawan, 2014: 69).

Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi.. Menurut Patton triangulasi yang dilakukan dalam penelitian adalah triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2009: 187). Teknik ini dilakukan dengan membandingkan hasil pengamatan dari informan yang satu dengan informan yang lain saat wawancara. Dengan

demikian, data yang diperoleh dari teknik tersebut dapat terlihat keabsahannya.

Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan- bahan lain. Sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan ke orang lain. Analisis dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan (Sugiyono, 2017: 130).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Resepsi khalayak setelah menonton program “Galeri Halal” ADiTV yaitu khalayak ikut merasakan lapar dan merasa ingin mengunjungi tempat wisata kuliner yang sedang ditayangkan. Menurut khalayak program “Galeri Halal”, program tersebut memberikan informasi yang penting dan menarik, mengenai lokasi-lokasi wisata kuliner di sekitar Yogyakarta, dan menjadi referensi saat ingin berwisata kuliner.

Posisi khalayak dikelompokkan menjadi tiga berdasarkan bagaimana memaknai isi teks media. Dari hasil penelitian di atas, maka posisi khalayak dapat diketahui melalui analisis resepsi sebagai berikut.

1. Posisi pembacaan dominan (*dominant-hegemonic position*)

Hall (2005) menjelaskan bahwa pembacaan dominan adalah situasi ketika teks dari suatu media diterima secara utuh oleh khalayak. Hal ini terjadi ketika media menggunakan budaya dominan yang ada di masyarakat dalam memproduksi kontennya. Sehingga apa yang disampaikan oleh media bisa disukai dan diterima oleh khalayak. Media harus memastikan bahwa pesan yang diproduksinya harus sesuai dengan budaya dominan yang ada dalam masyarakat (Morissan, 2014: 550).

Pada setiap program acara “Galeri Halal” terdapat beberapa adegan yang menunjukkan ketika sang pembawa acara

sedang mereview makanan dan spot-spot terbaik pada lokasi kuliner. Terdapat khalayak program “Galeri Halal” yang menduduki posisi tersebut, yaitu merasakan secara langsung dampak dari program tersebut, yaitu memesan makanan dari lokasi yang sedang ditayangkan melalui aplikasi online.

2. Pembacaan yang dinegosiasikan (*negotiated code/position*)

Pada posisi ini, khalayak secara umum menerima ideologi dominan, namun menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu. Dalam hal ini, khalayak bersedia menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat (Morissan, 2014: 550).

Terdapat khalayak program “Galeri Halal” yang menduduki posisi tersebut, yaitu merasakan dampak dari program “Galeri Halal” dengan ikut merasakan lapar namun masih bisa menahan rasa lapar itu, karena tidak ingin berdampak pada bentuk tubuhnya jika terlalu banyak makan.

3. Pembacaan oposisi (*oppositional code/position*)

Posisi oposisi terjadi ketika khalayak memiliki pemikiran yang kritis dalam membaca teks media. Khalayak dalam posisi ini biasanya akan mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan media dengan kode alternatif. Khalayak menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media (Morissan, 2014: 550).

Dari beberapa informan yang ada pada penelitian ini, tidak ada informan yang berpikiran kritis, dengan mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan media. Mereka lebih menempatkan diri pada posisi dominan dan negosiasi. Artinya bahwa ada beberapa pesan yang mereka maknai kemudian menerimanya. Namun adapun beberapa pesan yang setelah mereka maknai tidak sesuai dengan budaya dominan yang mereka miliki. Sehingga

tidak semua informan menerima pesan yang disampaikan media secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan, khalayak memiliki alasan-alasan ketika memilih menonton program “Galeri Halal”. Alasan yang membuat para informan tertarik yaitu sebagai sarana hiburan, informasi dan sebagai sarana pendidikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa program tersebut merupakan program feature/nonberita, yang artinya bahwa program tersebut memberikan informasi yang mendidik dan penting namun menarik sehingga dapat menghibur.

Setelah dilakukan pengamatan secara langsung oleh peneliti, perilaku khalayak ketika menonton program “Galeri Halal” ADiTV bermacam-macam. Penonton menonton program tersebut dengan melakukan *zapping* (mengganti channel ketika iklan), dan *multitasking*. *Zapping*: khalayak biasa mengganti *channel* untuk menghindari iklan. Satu dari tiga informan penelitian ini melakukan *zapping*, hal itu dilakukan karena untuk menghindari iklan. *Multitasking*: khalayak melakukan aktivitas-aktivitas lain ketika menonton program “Galeri Halal”. Seluruh informan penelitian ini melakukan *multitasking*, yaitu makan, bermain *handphone*, dan melakukan pekerjaan rumah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa khalayak menikmati program “Galeri Halal” sebagai sarana untuk mencari informasi dan hiburan. Program tersebut dijadikan sebagai referensi wisata kuliner dan penghilang rasa penat setelah beraktivitas. Khalayak menempatkan diri pada posisi pembacaan dominan. Mereka mengambil pesan yang disampaikan oleh media secara utuh. Khalayak program “Galeri Halal” biasa melakukan *multitasking* dan *zapping* ketika iklan. Selain itu juga, bahwa program tersebut dinilai mampu membuat penontonnya merasa lapar, sehingga

khalayak secara langsung mengambil makanan sambil menonton program tersebut.

Saran

Setelah dilakukan penelitian mengenai analisis resepsi khalayak program “Galeri Halal”, saran yang dapat diberikan bagi pengelola industri media, khususnya tim program “Galeri Halal”, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu dijadikan pedoman dalam melakukan evaluasi program yang kurang berkenan bagi khalayak, dan mempertahankan kualitas konten yang baik saat diproduksi.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2009). *Masscommunication theory: Foundations, ferment, and future*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.

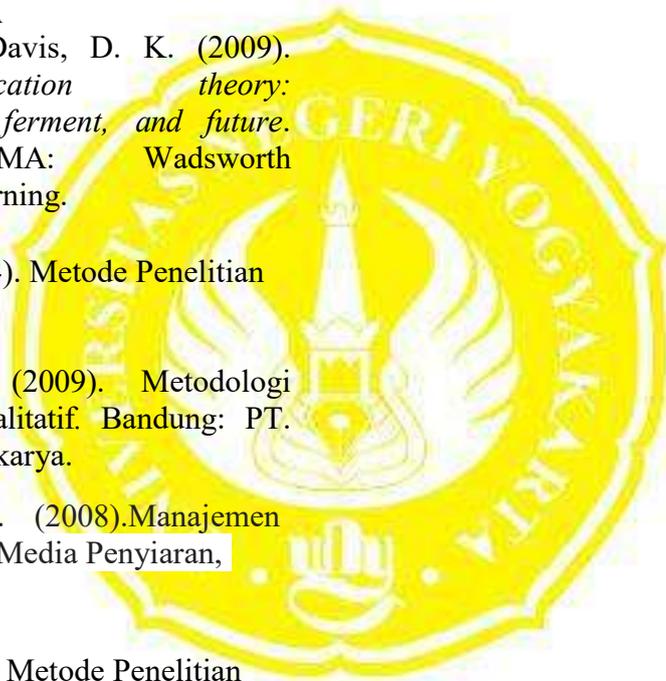
Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan, M. A. (2008). *Manajemen Media Group. Media Penyiaran*, Prenada

Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Prastowo, A. (2011). *Memahami metode-metode penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.



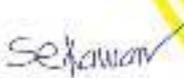
LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Resepsi Khalayak Program "Galeri Halal" ADiTV
Nama : Dainty Dheanara
NIM : 16419141013
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Reviewer,

Yogyakarta, 14 Juli 2020

Dosen Pembimbing


Benni Setiawan, S.H.I., M.S.I
NIP. 198303292015041001


Prof. Dr. Drs. Suranto, M.Pd., M.Si
NIP. 196103061987021004