



**PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP ACARA MEWUJUDKAN MIMPI  
INDONESIA**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro Semarang**

**Penyusun:**

**Nama : Beta Fiftina Aryani**

**Nim : 14030110141049**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

**2014**

## ABSTRAK

**Judul : Penerimaan Khalayak Terhadap Acara *Mewujudkan Mimpi Indonesia***

---

Menuju Pemilu 2014 banyak tokoh politik di Indonesia yang menampilkan diri melalui media massa khususnya televisi. Berbagai program acara di televisi dimanfaatkan sebagai alat untuk menarik simpati dan menciptakan citra positif dari khalayak, salah satunya adalah program acara *reality show*.

*Reality show Mewujudkan Mimpi Indonesia* menampilkan sosok Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo dengan aksi dan peran-peran yang berbeda dan tidak biasa mereka lakukan, demi mewujudkan impian masyarakat Indonesia, sehingga membuat acara tersebut menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak tentang acara *Mewujudkan Mimpi Indonesia*. Penelitian ini menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall yang digunakan untuk menjelaskan proses pemaknaan khalayak terhadap tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia*.

Penelitian ini adalah penelitian dengan tipe deskriptif yang bersifat kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi memandang khalayak sebagai penghasil makna (*producers of meaning*) yang aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna yang diproduksi oleh media massa.

Penelitian dilakukan menggunakan wawancara mendalam (*depth interview*) kepada lima orang informan yang merupakan pemirsa dari acara *reality show Mewujudkan Mimpi Indonesia*. Informan yang dipilih memiliki latar belakang yang berbeda, baik usia, jender, pendidikan maupun status sosial. Hasil penelitian akan membagi khalayak ke dalam tiga tipe dan posisi pemaknaan. Yaitu kelompok *dominant reading*, khalayak memaknai tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia* sesuai dengan *preferred reading* (makna dominan). Kelompok *negotiated reading*, memaknai tayangan ini dari dua sisi, yaitu menganggap bahwa tayangan ini tidak etis jika digunakan sebagai alat propaganda politik dan menganggap tayangan ini sebagai tayangan yang memotivasi serta memberikan inspirasi kepada penontonnya. Sedangkan kelompok *oppositional reading*, adalah khalayak yang memiliki pemaknaan yang berbeda sama sekali dengan makna dominan. Khalayak *oppositional* memaknai bahwa tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia* adalah tayangan yang membodohi publik, karena dimanfaatkan sebagai alat propaganda politik oleh elit politik tertentu.

Kata kunci : analisis resepsi, *reality show*, propaganda politik

## ABSTRACT

**Judul : Audiences Reception on “Mewujudkan Mimpi Indonesia” Program**

---

Welcoming general election in Indonesia this year, many politicians show their self through mass media like television. Many programs are used to get sympathy and show positive response from society. One of them is through reality show in television.

“Mewujudkan Mimpi Indonesia” is a reality show that exposes Wiranto and Hary Tanoesoedibjo in different role and action to make Indonesian people’s dreams come true, which make research in this program is interesting to be done. This research aims to know people’s understanding about “Memujudkan Mimpi Indonesia” show. This research uses encoding-decoding model by Stuart Hall to describe the process of understanding in society toward “Mewujudkan Mimpi Indonesia” show.

This is a decriptive qualitative research which uses reception analysis approach. Reception analysis consider society as the active producers of meaning to give perception and produce meaning. They are not only a passive individual which accept all meaning produced by mass media.

This research uses depth interview to five informant who are viewer of “Mewujudkan Mimpi Indonesia” show. The viewer has different background included age, gender, educational background, and society level. The research finding will divide society into three types and interpretation. They are dominant reading group, who interpreted “Mewujudkan Mimpi Indonesia” appropriate with preferred reading. The second is negotiated reading, who interpreted this show from two side, they cannot accept this show as the propaganda for election and they receive this show as motivating and make some inspiration for audience. The third is oppositional reading, who perceive in contrast with dominant reading. They think that this show befool society because it is used as the propaganda for election.

This research really open to studied from view side and different method and became the basic for futher research, especially about reality program and active public therefore could add public acceptance research.

Keyword : reception analysis, reality show, propaganda politic

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Mewujudkan Mimpi Indonesia* mengangkat tema tentang realitas sosial, yang mengandung nilai-nilai kehidupan dalam masyarakat. Muncul menjelang pemilu dan melibatkan seorang tokoh salah satu calon presiden 2014 yaitu Jendral Purnawirawan Wiranto, dengan aksi perannya yang berbeda dan mengejutkan. Dengan pengemasan pesan yang berbeda dengan *reality show* lainnya yang betema sama, menjadikan acara ini memiliki poin tersendiri untuk dapat menggugah perasaan khalayaknya sehingga hal ini menarik untuk diteliti.

### B. Perumusan Masalah

Bagaimana pemaknaan khalayak terhadap acara *Mewujudkan Mimpi Indonesia*?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap *reality show Mewujudkan Mimpi Indonesia*.

### D. Kerangka Teori

#### Komunikasi Politik

Denton dan Woodward dengan menekankan intensionalitas komunikasi politik, dalam *An Introduction to Political Communication* (McNair, 2003: 4), mendefinisikan komunikasi politik sebagai “*purposeful communication about politics*” secara sederhana komunikasi politik, meliputi :

1. Semua bentuk komunikasi yang dilakukan oleh politisi dan aktor-aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan tertentu.
2. Komunikasi politik yang ditujukan oleh aktor-aktor politik tersebut kepada kelompok-kelompok non-politisi, seperti pemilih, dan kolumnis koran.
3. Komunikasi tentang aktor-aktor politik beserta aktivitas mereka, seperti yang termuat dalam berita, editorial, dan bentuk media lainnya seperti dalam diskusi politik.

#### Propaganda Politik dalam Media Massa

Propaganda politik adalah upaya yang disengaja untuk mempengaruhi pendapat khalayak melalui transmisi ide-ide dan nilai-nilai untuk tujuan spesifik, secara sadar dirancang untuk melayani kepentingan propagandis dan aktor politik, baik secara langsung maupun tidak langsung (Cull, Culbert, dan Welch, 2003: 317). Propaganda

selalu diarahkan untuk mendapatkan hasil yang menguntungkan propagandis. Dilakukan melalui teknik-teknik komunikatif dengan tujuan memanipulasi pendapat, kepercayaan, dan sikap seseorang agar bertindak sesuai dengan yang diinginkan propagandis.

Televisi sebagai salah satu media massa elektronik seringkali dimanfaatkan untuk kepentingan propaganda. Sebagai media massa dengan kekuatannya yang audio visual, ia mampu mempengaruhi kehidupan manusia, baik dari segi politik, sosial dan budaya (Nimmo, 2005: 131-132). Dengan kelebihan yang dimiliki dibanding media lainnya, menjadikan televisi menjadi salah satu alat propaganda politik yang efektif dan sering digunakan oleh propagandis untuk tujuan mempengaruhi opini publik.

### **Teori Penerimaan Khalayak**

Salah satu kunci dalam penelitian khalayak menyangkut hubungan antara produsen, teks, dan penonton. Dalam banyak hal persamaan ini menilai tentang keseimbangan kekuasaan, sejauh mana khalayak dipengaruhi dan terpengaruh oleh teks media (Rayner, Wall, and Kruger, 2004 : 96-97). Makna bukanlah makna yang melekat pada teks tersebut, tetapi makna yang diciptakan karena menonton atau membaca teks media. Sebuah program dihasilkan oleh sebuah industri disusun berdasarkan rangkaian makna.

Peran aktif khalayak di dalam memaknai teks media dapat terlihat pada premis-premis dari model *encoding/decoding* Stuart Hall yang merupakan dasar dari analisis resepsi (Morley, 1992: 78-79), yaitu:

- Peristiwa yang sama dapat dikirimkan atau diterjemahkan lebih dari satu cara.
- Pesan selalu mengandung lebih dari satu potensi pembacaan. Tujuan pesan dan arahan pembacaan memang ada, tetapi itu tidak akan bisa menutup hanya menjadi satu pembacaan saja: mereka masih polisemi (secara prinsip masih memungkinkan munculnya variasi interpretasi).
- Memahami pesan juga merupakan praktik yang problematik, sebagaimana itu tampak transparan dan alami. Pengiriman pesan secara satu arah akan selalu diterima atau dipahami dengan cara yang berbeda.

Khalayak bersifat aktif dalam memaknai sebuah pesan media. Sehingga pesan yang disampaikan media selalu diterima dan dipahami secara berbeda-beda. Bahkan peristiwa yang sama dapat diterjemahkan lebih dari satu makna.

Model *encoding / decoding* yang diajukan oleh Stuart Hall dan David Morley berpusat pada gagasan bahwa penonton bervariasi dalam respon mereka terhadap pesan-pesan media. Hal ini karena mereka dipengaruhi oleh posisi mereka sosial, jenis kelamin, usia, etnis, pekerjaan, pengalaman, keyakinan, serta di mana mereka berada dan apa yang mereka lakukan ketika mereka menerima pesan. Morley (2005:82), menjelaskan 3 kategorisasi dari pemaknaan pembacaan khalayak terhadap teks media yaitu :

1. *Dominant Position*

Yaitu, khalayak TV mengambil makna yang mengandung arti dari program TV dan meng-*decode*-nya sesuai dengan makna yang dimaksud (*preferred reading*) yang ditawarkan teks media. Khalayak sudah punya pemahaman yang sama, tidak akan ada pengulangan pesan, pandangan komunikator dan komunikan sama, langsung menerima.

2. *Negotiated Position*

Yaitu, mayoritas khalayak memahami hampir semua apa yang telah didefinisikan dan ditandakan dalam program TV. Khalayak bisa menolak bagian yang dikemukakan, di pihak lain akan menerima bagian yang lain.

3. *Oppositional Position*

Yaitu, khalayak membaca kode atau pesan yang lebih disukai dan membentuknya kembali dengan kode alternatif. Dalam bentuk ekstrem mempunyai pandangan yang berbeda, langsung menolak karena pandangan yang berbeda.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi.

### **2. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian ini adalah pemirsa yang secara aktif menyaksikan program *Mewujudkan Mimpi Indonesia*, dan teks-teks yang ada dalam tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia*.

### **3. Jenis dan Sumber Data**

- a. Primer : Hasil wawancara mendalam

b. Sekunder : Sumber buku, artikel, referensi lain yang mendukung.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

- a. Teknik pengumpulan data melalui wawancara.
- b. Hasil telaah data yang didapatkan dari hasil dokumentasi tayangan, dan data hasil studi kepustakaan baik berupa buku, majalah, dokumen, laporan, catatan, dan sumber lainnya.

#### **5. Analisis Data**

1. *Collection*, atau pengumpulan data.
2. *Analysis*, menganalisis *preferred reading* dari teks yang akan diteliti dengan melakukan analisis semiotik terhadap struktur internal teks. Analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan berdasarkan konsep John Fiske tentang *The Codes of Television*.
3. *Interpretation*, analisis interpretasi data dari wawancara mendalam.
4. Tema-tema yang muncul kemudian dianalisis dengan mempertimbangkan diskursus yang meliputi proses pemaknaan, karakteristik individu, cara pemaknaan, sekaligus juga konteks sosial dan kultural yang melingkupi proses pemaknaan.
5. Tema-tema yang muncul kemudian dibandingkan dengan *preferred reading* untuk kemudian dikelompokkan ke dalam 3 kelompok pemaknaan yaitu *dominant reading*, *opositional reading*, dan *negotiated reading*.

#### **F. Pembahasan**

*Mewujudkan Mimpi Indonesia* dapat memberikan pendapat yang berbeda-beda berdasarkan interpretasi pemirsanya. Khalayak penonton yang berasal dari latar belakang berbeda-beda akan melakukan pemaknaan teks dalam tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia* dengan cara-cara yang berbeda berdasarkan latar belakang masing-masing khalayak.

Dari kelima informan yang telah diwawancarai, informan memiliki pendapat yang berbeda-beda terhadap tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia*. Pertama khalayak memaknai bahwa *Mewujudkan Mimpi Indonesia* adalah acara yang positif, acara yang membantu masyarakat yang kurang mampu dan mewujudkan impiannya. Kedua, khalayak memaknai *Mewujudkan Mimpi Indonesia* sebagai acara Wiranto. Menurut

informan, tayangan tersebut merupakan cara untuk mempopulerkan Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo agar dikenal masyarakat sebagai sosok yang peduli dengan rakyat.

Tujuan dari tayangan ini dimaknai semua informan untuk menarik perhatian publik dalam Pemilu 2014. Berkaitan dengan fungsi hiburan dalam tayangan tersebut, beberapa informan melihat bahwa *Mewujudkan Mimpi Indonesia* adalah acara yang menghibur, memberikan informasi yang bermanfaat, serta memberikan motivasi untuk lebih peduli dengan orang lain. Namun ada juga khalayak yang melihat bahwa acara tersebut justru tidak menghibur sama sekali, tapi justru mengganggu karena lebih mementingkan kepentingan pribadi daripada kepentingan publik.

Sebagai khalayak aktif, pemirsa televisi dalam menerima dan menginterpretasikan tayangan televisi menggunakan pandangan masing-masing dan tidak selalu sesuai dengan kemauan produsen. Begitu pula halnya saat pemirsa menonton *Mewujudkan Mimpi Indonesia*. Di satu sisi media ingin menyampaikan pesan bahwa Indonesia membutuhkan seorang pemimpin, yang dekat dengan rakyat, yang mau merasakan penderitaan rakyat, dan pemimpin yang dapat mewujudkan impian rakyat sehingga kehidupan masyarakat akan lebih sejahtera. Namun di sisi lain khalayak dapat menerima pesan tersebut dengan cara yang berbeda. Khalayak dengan *frame of reference* tertentu akan menganggap tayangan tersebut tidak menggambarkan sosok pemimpin tapi sekadar pencitraan Wiranto dan Hary Tanoesoedibjo terhadap publik.

Dramatisasi dalam *Mewujudkan Mimpi Indonesia* diterima khalayak secara berbeda-beda. Ada khalayak yang menganggap bahwa dramatisasi adegan masih dalam sewajarnya, dan tidak merugikan pihak mana pun. Dramatisasi dilakukan sewajarnya untuk menarik perhatian khalayak terhadap acara tersebut. Dramatisasi pada umumnya digunakan untuk menarik perhatian khalayak agar sebuah tayangan tidak terlihat monoton. Namun begitu seharusnya dramatisasi dimasukkan dalam sebuah tayangan dalam kadar yang sewajarnya agar tidak menimbulkan akibat yang negatif bagi khalayak.

Berbagai informan sebagai khalayak yang aktif mampu memberikan pemaknaan yang beragam tentang *Mewujudkan Mimpi Indonesia* sesuai dengan latar belakang



sosial dan politik masing-masing informan. Beberapa informan dalam tayangan ini ada yang memberikan pemaknaan yang sejalan dengan apa yang ditampilkan media, namun ada juga yang memberikan pemaknaan berlawanan dengan yang ditampilkan media.

Informan yang memberikan pemaknaan berlawanan dalam tayangan ini melihat bahwa *Mewujudkan Mimpi Indonesia* bukan sekadar acara yang memberikan hiburan dan informasi biasa, tapi acara yang mengandung propaganda politik. Munculnya tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia* menjelang Pemilu 2014 selain memiliki tujuan memberikan informasi dan hiburan dengan menampilkan realita kehidupan masyarakat, ternyata juga menyortir beberapa tokoh politik tertentu untuk meningkatkan popularitas tokoh tersebut di dalam masyarakat.

## **G. Kesimpulan**

Terdapat tiga tipe pemaknaan khalayak terhadap tayangan *Mewujudkan Mimpi Indonesia*, yaitu :

### **1. Dominant Hegemonik**

Khalayak dalam melakukan pemaknaan sesuai dengan *preferred reading*. Menyikapi tayangan secara positif, sebagai acara yang menghibur, menggambarkan sosok pemimpin yang baik, merakyat, dan tidak termasuk propaganda politik

### **2. Tipe pemaknaan bersifat negosiatif**

Khalayak yang memberikan pemaknaan secara berbeda pada tiap konteks yang dibahas. Menilai bagus dari sisi acara yang menghibur, bermanfaat, dan membantu masyarakat. Tapi sebenarnya juga menyadari dan menyayangkan jika dimanfaatkan sebagai acara politik.

### **3. Oppositional Reading**

Khalayak melakukan pemaknaan secara berlawanan dan pemaknaan yang berbeda dengan *preferred reading*. Tayangan dianggap mengganggu, tidak mementingkan kepentingan publik, dan tidak memberikan informasi. Tidak menggambarkan sosok pemimpin dan memaknai *Mewujudkan Mimpi Indonesia* sebagai tayangan propaganda politik.

## Daftar Pustaka

- McNair, Brian. 2003. *An Introduction to Political Communication*. New York-London : Routledge
- Cull, Nicholas John, David Culbert, and David Welch. 2003. *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. California: ABC-CLIO, Inc.
- Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan media*. Trans.Tjun Surjaman.ed. Jalaluddin Rakhmat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rayner, Philip & Peter Wall, Stephen Kruger. 2004. *Media Studies: The Essential Resource*. London: Routledge.
- Morley, David. 2005. *Television, Audiences, & Cultural Studies*. London: Routledge.