



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 3884-3898

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Makna Kepahlawanan dalam Tayangan 'CNN Indonesia Heroes' di CNN Indonesia Tv: Sebuah Analisis Resepsi

Abdul Azis<sup>1✉</sup>, Azka Prasetyo<sup>2</sup>, Reza Pahlevi Ginting<sup>3</sup>

(1),(2) Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Universitas Budi Luhur

(3) Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Malikussaleh, Banda Aceh, Indonesia

Email : [abdul.aziz@budiluhur.ac.id](mailto:abdul.aziz@budiluhur.ac.id)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan pemirsa televisi terhadap pesan yang disampaikan terkait unsur kepahlawanan dalam tayangan CNN Indonesia Heroes episode Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu dan Cerita Sang Penutur Dongeng. CNN Indonesia Heroes dipilih karena program acara ini menjadi bagian dari sedikit tayangan televisi yang mengusung tema-tema kepahlawanan saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis resepsi encoding-decoding Stuart Hall yang digunakan untuk melihat pemaknaan dari para informan. Ada tiga posisi pemaknaan dalam analisis resepsi yakni posisi dominan hegemoni, negosiasi dan oposisi. Wawancara mendalam digunakan sebagai metode pengumpulan data terhadap lima informan dengan beraneka ragam latar belakang sosio kultural. Dari hasil penelitian ditemukan pemaknaan yang berbeda-beda dari para informan dalam memaknai pesan unsur kepahlawanan dalam tayangan CNN Indonesia Heroes episode Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu dan Cerita Sang Penutur Dongeng ini. Beragamnya posisi pemaknaan tersebut didasari oleh sejumlah faktor, seperti latar belakang tingkat pendidikan dan pekerjaan para informan. Informan berlatar belakang pendidikan strata pascasarjana cenderung lebih kritis memaknainya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mayoritas pemaknaan dari para informan berada pada pemaknaan dominan hegemoni. Bagi para informan, tayangan CNN Indonesia Heroes ini memang mengusung nilai dan makna kepahlawanan, dan hal ini sejalan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat program acara ini

Kata Kunci: *Pemaknaan, Analisis Resepsi, Kepahlawanan, Tayangan Televisi*

## Abstract

The study aims to find out how television viewers interpret the message conveyed through the heroic characters aired on CNN Indonesia TV show titled 'CNN Indonesia Heroes' in the episodes of *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu* and *Cerita Sang Penutur Dongeng*. CNN Indonesia Heroes was chosen because it is part of the few television shows that include present-day heroic values. The study uses a qualitative approach, with Stuart Hall's encoding-decoding reception analysis method to comprehend the informants' interpretation. The Reception Analysis has three positions of meaning: the dominant position of hegemony, negotiation and opposition. In-depth interviews to five informants were used as a data collection method with various socio-cultural backgrounds. It was found that the informants gave different meanings in interpreting the message of the heroic characters in, CNN Indonesia Heroes – *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu* and *Cerita Sang Penutur Dongeng* episodes. The various positions of meaning are based on several factors, such as the informants' background level of education and occupation. Informants with postgraduate education background tend to be more critical in interpreting it. The conclusion from this study is that the majority of the meanings of the informants are in the dominant meaning of hegemony. For the informants, CNN Indonesia Heroes has the value and meaning of heroism, which is in line with the message that the creators of this program want to convey.

Keyword: *Interpretation, Reception Analysis, Indonesia Identity, TV Show*

## PENDAHULUAN

CNN Indonesia Heroes merupakan sebuah program acara berdurasi tiga puluh menit yang tayang sekali dalam sepekan, yakni setiap hari minggu pukul 10.00 - 10.30 WIB di CNN Indonesia TV. Program feature ini adalah tayangan tentang nilai kepahlawanan dan inspiratif yang menjadi tempat bagi 'orang biasa' yang mempunyai kontribusi terhadap sesamanya dan terhadap lingkungan sekitarnya (Firmansyah et al., 2022). Orang biasa yang mempunyai pengaruh dan kebermanfaatannya sehingga bisa menginspirasi orang lain, sehingga tagline program acara ini adalah 'Ordinary People Extra Ordinary Impact' (Firmansyah, 2022).

Ada dua episode dari tayangan CNN Indonesia Heroes ini yang menjadi objek penelitian, yaitu episode berjudul *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu* dan *Cerita Sang Penutur Dongeng*. Pada episode berjudul *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu*, mengisahkan sosok bernama Herawati Soekardi yang rela mengorbankan waktu, biaya dan tenaga untuk mendirikan Taman Kupu-Kupu Gita Persada, demi terwujudnya tempat konservasi kupu-kupu (Leksi, 2022). Sementara episode berjudul *Cerita Sang Penutur Dongeng*, bercerita tentang Awam Prakoso yang menghabiskan separuh hidupnya untuk menebar inspirasi dan nilai-nilai positif bagi anak-anak Indonesia, dengan mendirikan kampung dongeng. Demi mencetak

sejuta pendongeng agar dongeng terus lestari, hingga saat ini kampung dongeng yang didirikan Awam Prakoso sudah tersebar di 200 wilayah di Indonesia (Sucipto & Sitepu, 2021).

Ketertarikan peneliti mengambil dua episode tersebut untuk diteliti adalah karena kedua episode tersebut memiliki alur cerita tentang kepahlawanan yang menarik dan tentunya inspiratif. Jika dalam episode berjudul *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu*, sosok Herawati Soekardi berkontribusi bagi lingkungan dengan cara terbilang unik, yakni lebih bersinggungan dengan alam, terutama hewan dan tanaman, sementara dalam episode berjudul *Cerita Sang Penutur Dongeng*, sosok Awam Prakoso langsung bersinggungan dengan manusia lain, dengan sesamanya terutama dengan anak-anak. Kedua cara dari kedua sosok tersebut, tentunya bisa menggiring pemirsa yang mengamati untuk memaknainya secara berbeda pula (Ningsih & Wirawanda, 2021).

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tayangan bertema kepahlawanan dalam program acara CNN Indonesia Heroes ini dimaknai oleh pemirsa televisi? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan resepsi pemirsa televisi mengenai tayangan 'CNN Indonesia Heroes' berdasarkan tiga kemungkinan posisi pemaknaan dalam analisis resepsi, yakni posisi dominan hegemoni, posisi negosiasi dan posisi oposisi.

Khalayak bukanlah penonton biasa karena khalayak tak hanya sekedar menonton tetapi mereproduksi makna dari sebuah produk budaya yang dikonsumsi. Teks yang sama sangat mungkin akan ditafsirkan secara berbeda oleh khalayak, dan inilah inti dari paradigma khalayak aktif, yakni penafsiran khalayak terhadap suatu teks. Dalam penelitian ini, peneliti mengategorikan khalayak program acara 'CNN Indonesia Heroes' di CNN Indonesia TV sebagai khalayak aktif yang menonton lewat televisi. Sebagaimana tradisi penelitian terhadap khalayak yang telah lama dilakukan dalam kerja penelitian Cultural Studies, tradisi khalayak aktif dalam Cultural Studies menunjukkan bahwa khalayak bukanlah orang bodoh secara kultural melainkan produsen makna aktif dalam konteks kultural mereka sendiri (Paneri, 2019).

CNN Indonesia Heroes adalah sebuah program acara yang berdurasi setengah jam, yang tayang satu pekan sekali yakni setiap hari minggu pukul 10.00 - 10.30 WIB di CNN Indonesia TV. Program feature ini mengangkat sosok- sosok yang melakukan banyak hal untuk menjadi berguna bagi sesamanya. Orang orang yang dengan kerelaan hati melakukan terobosan untuk menjadikan hidup menjadi lebih mudah (Jin & Austin, 2021). Program acara ini dibuat karena informasi yang disampaikan sifatnya dekat, yakni adanya keterikatan dan kedekatan emosi dengan masyarakat Indonesia. Faktor kedekatan dengan pemirsa memang menjadi salah satu elemen yang semestinya harus ada dalam sebuah program acara televisi.

Tayangan CNN Indonesia Heroes ini menjadi tempat bagi 'orang biasa' yang mempunyai kontribusi terhadap sesamanya dan terhadap lingkungan sekitarnya. Orang biasa yang mempunyai pengaruh dan kebermanfaatannya sehingga bisa menginspirasi orang lain. Oleh karena itu tayangan ini mempunyai tagline 'Ordinary People Extra Ordinary Impact'. CNN Indonesia Heroes adalah tayangan inspiratif yang bisa memberikan pengetahuan atau inspirasi bagi orang lain agar melakukan hal yang sesuatu ke arah yang lebih baik. Namun pembuat acara ini sangat selektif dalam menentukan hal-hal yang dianggap paling menarik dari kisah orang-orang biasa yang menginspirasi tersebut.

Sementara nilai kepahlawanan bagi generasi milenial dipersepsikan sebagai sebuah aktivitas yang memberi inspirasi dan pengaruh positif bagi masyarakat. Pahlawan bagi milenial adalah suatu tindakan nyata yang memberi manfaat kepada masyarakat. Nilai kepahlawanan bukan lagi dipahami sebagai sebuah gerakan heroik yang mengangkat senjata melawan penjajah (Rahardi, 2017). Dengan mengakomodasi persepsi generasi milenial pada pahlawan sesuai dengan zamannya, maka pahlawan tidak hanya menjadi masa lalu dari orang-orang yang sudah wafat. Namun pahlawan juga adalah tokoh masa kini (living heroes) yang akan membawa Indonesia ke depan sebagai bangsa yang sejajar dengan bangsa-bangsa maju lainnya (Ohoiwutun & Sudrajat, 2017).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat memperlihatkan pengalaman individu menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak diketahui sebelumnya (Sultoni et al., 2020). Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivis karena ingin mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa atau pemaknaan suatu tayangan. Metode yang digunakan metode analisis resepsi (reception analysis) dimana khalayak dilihat sebagai bagian dari interpretative communities yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna yang diproduksi oleh media massa. Khalayak menginterpretasi teks media dengan cara yang sesuai dengan pengalaman subjektif yang berkaitan dengan situasi tertentu, yakni sesuai dengan kondisi sosial-budaya mereka dan juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadinya masing-masing. Hal ini berlandaskan pada teori televisual tentang konsep Encoding Decoding dari Stuart Hall.

Objek penelitian ini adalah dua episode program acara CNN Indonesia Heroes yang berjudul *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu* dan *Cerita Sang Penutur Dongeng*.

Episode berjudul *Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu*, berkisah tentang sosok Herawati Soekardi yang mendirikan Taman Kupu-Kupu Gita Persada pada tahun 1997 silam, yang dibantu oleh Martinus, seorang Konservator Kupu-kupu. Keduanya ingin mewujudkan konservasi Kupu-kupu yang diharapkan bisa menjadi rujukan bagi konservasi di dalam maupun luar negeri, serta dimanfaatkan sebagai tempat melakukan penelitian atau riset akademis mengenai Kupu-kupu. Sementara episode berjudul *Cerita Sang Penutur Dongeng*, menceritakan tentang sosok bernama Awam Prakoso (Kak Awam) yang lekat dengan dongeng. Separuh hidup Kak Awam didedikasikan untuk menebar inspirasi dan nilai-nilai positif bagi anak-anak Indonesia.

Untuk para informan yang menjadi subjek penelitian ini, peneliti memilih lima informan dengan beragam kriteria, seperti usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Peneliti sengaja memilih kelima informan berdasarkan tingkat pendidikan yang tinggi, yakni mulai jenjang sarjana hingga pascasarjana (Magister dan Doktor), dengan alasan karena sebagian besar pemirsa CNN Indonesia TV memiliki tingkat pendidikan tinggi.

Sementara dalam tehnik pengumpulan data, untuk memperoleh data primer, peneliti melakukan wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Wawancara dilakukan selain kepada lima informan yang sudah dipilih, juga dilakukan kepada produser pembuat program acara CNN Indonesia Heroes. Wawancara mendalam dilakukan untuk mencari tahu atau melakukan investigasi yang lebih mendalam tentang topik atau isu tertentu dari konten media (Zulfahmi, 2017). Peneliti menggunakan tehnik pengumpulan data tersebut untuk memberikan ruang bicara yang luas kepada informan dalam memberikan jawaban sesuai dengan *frame of reference* mereka.

Untuk tehnik analisa data, penelitian ini berpedoman kepada proses analisa data yang disampaikan oleh Miles dan Hubberman (Maulida, 2021). Tahapan tersebut adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data yang peneliti lakukan sebagai langkah pertama adalah dengan membuat pedoman wawancara agar wawancara tidak terlalu melebar kemana-mana. Selanjutnya dari data hasil wawancara yang sudah dikelompokkan atau dikategorisasikan tersebut kemudian disajikan. Data kualitatif disajikan dalam bentuk naratif berdasarkan tema-tema terkait yang sesuai dengan data yang sudah direduksi sebelumnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program acara di televisi yang bertemakan kepahlawanan dan menginspirasi yang tayang secara reguler di stasiun televisi di Indonesia memang bisa dihitung jari. Selain CNN Indonesia Heroes yang tayang di CNN Indonesia TV, program acara bertema kepahlawanan dan

menginspirasi adalah Kick Andy, sebuah program acara Talk Show yang tayang di Metro TV. Selain itu beberapa waktu lalu juga pernah ada program acara MNCTV Pahlawan Untuk Indonesia yang tayang MNCTV. Program acara CNN Indonesia Heroes ini dibuat untuk memberikan tempat kepada 'orang biasa' namun mempunyai kontribusi besar terhadap sesama, terhadap lingkungan dan orang-orang sekitarnya. Orang biasa ini mempunyai pengaruh dan kebermanfaatan sehingga bisa menginspirasi orang lain.

Hasil penelitian mengenai makna kepahlawanan dalam tayangan CNN Indonesia Heroes, episode Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu dan Cerita Sang Penutur Dongeng, yang peneliti peroleh merupakan hasil dari wawancara mendalam dengan lima informan yang sudah menonton kedua episode CNN Indonesia Heroes tersebut. Dari hasil wawancara mendalam dengan para informan tersebut, peneliti menganalisa berdasarkan dari jawaban-jawaban yang diutarakan oleh para informan dengan menggunakan analisis resepsi dari Stuart Hall. Terdapat tiga posisi pemaknaan dari khalayak terkait makna kepahlawanan dalam tayangan CNN Indonesia Heroes ini, yakni posisi dominan hegemoni, posisi negosiasi dan posisi oposisi. seperti yang terlihat dalam Tabel Pemaknaan Informan Terhadap Tayangan CNN Indonesia Heroes di CNN Indonesia TV dibawah ini.

Tabel 1. Pemaknaan Informan Terhadap Tayangan CNN Indonesia Heroes di CNN Indonesia TV

No	Keterangan	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5
1	Unsur Kepahlawanan dalam CNN Indonesia Heroes	Bagaimana seseorang bisa menjadi inspirator bagi ribuan orang dengan cara mendidik anak-anak dengan moral,	Berani berkorban dan berani berbuat sesuatu untuk masa depan	Rela berkorban untuk menyediakan waktu, tenaga dan perhatiannya untuk orang banyak	Berjuang untuk menyebarkan kebahagiaan dan menanamkan nilai-nilai moral yang mulia kepada anak-anak	Orang – orang yang bekerja mendedikasikan pekerjaan mereka untuk memberikan manfaat buat orang lain di sekitarnya

---

		kedisiplina n, dan sopan santun				
2	Faktor kian pudarnya masyarakat menghargai nilai kepahlawana n menjadi salah satu faktor pendorong dibuatnya CNN Indonesia Heroes	Bisa jadi menjadi pendoron g dibuatnya tayangan ini. Supaya dengan tayangan ini menginspi rasi masyaraka t agar bisa menjadi pahlawan sesuai dengan profesi dan bidang yang ditekuni	Harusnya makin banyak makin bervariatif tema- tema kepahlawa nan yang ada agar bisa memacu orang untuk bisa berbuat sesuatu buat kepenting an yang lebih banyak	Faktor kian pudarnya masyarakat mengharga i nilai kepahlawan an saat ini menurut saya sangat perlu untuk dibuat tayangan seperti ini, karena kita sendiri juga nggak tau kalo selama ini ada orran- orang yang bisa menceritak an ke anak- anak, yang membuat anak-anak menjadi bahagia dengerin	lya. Betul sekali. Hal ini sangat bagus ya di tengah mulai acuhnya masyarakat terhadap kondisi sekitar yang sebetulnya sangat membutuhka n para pahlawan- pahlawan tanpa tanda jasa	Sebenarnya bukan pudarnya orang menghargai nilai kepahlawanan ya tapi, gimana sebenarnya orang juga sadar bahwa disekitar mereka ternyata banyak heroes loh, banyak pahlawan – pahlawan yang ternyata kita gak sadari orang – orang sekitar kita tuh yang kegiatannya ternyata bermanfaat buat orang

---

---

				cerita yang penuh ekspresi		lain. Jadi bukan pudarnya nilai kepahlawanan kita menghargai nilai kepahlawanan engga, tapi bahwa ada orang – orang yang jadi pahlawan justru bahwa di sekitar kita banyak orang – orang tuh yang bisa jadi pahlawan
3	Tema kepahlawana n apakah bisa menggiring penonton memaknai kepahlawana n	lya, dengan mengetah ui lebih dalam bagaiman a awal proses perjuanga n mereka, gagasan yang mereka sebar kepada	Harusnya iya, agar bisa lebih inspiratif agar bisa lebih terdorong dengan tayangan- tayangan seperti ini	Menurut saya bisa menggiring penonton untuk memaknai kepahlawan an, karena ternyata yang saya tahu dari dulu adalah pahlawan yang anak- anak tau,	Betul, saya sendiri sebelumnya agak ragu. Di mana letak kepahlawanan seorang pendongeng. Dengan adanya tayangan ini, kisah perjuanganny a menjadi sangat	lya sih pastinya, karena kan ini menginspirasi ya bahwa orang biasa aja bisa gitu melakukan hal – hal yang bermanfaat buat orang tuh pasti sih bisa menggiring penonton

---

---

masyaraka t, serta hambatan yang mereka hadapi dapat menjadi inspirasi penonton untuk bisa melakukan hal yang telah dilakukan para pahlawan	pahlawan itu adalah yang dia berada di medan tempur. Tapi, ternyata kepahlawan an nggak hanya untuk bertumpah darah. Tapi dengan menyediak an waktu, tenaga, pikiran untuk orang lain saja sudah bisa disebut pahlawan	menarik. Bagaimana perjuangan kak Awan (pendongeng) sebagai pahlawan dongeng berkorban demi kebahagiaan anak-anak dan misi moral yang dibawanya	buat bahwa kita bisa menjadikan hidup kita bermanfaat buat orang
---	--	---	---

4	Mengangkat tema kepahlawana n hanya bagian dari strategi stasiun televisi	Saya kira tayangan CNN Heroes ini tidak hanya untuk sekedar	Menurut saya itu sah sah saja bagaiman a strategi dari	Menurut saya untuk rating dan share yang tinggi, tidak. Karena untuk	Secara rating mungkin tayangan seperti ini belum tentu menarik ya. Tapi tayangan ini perlu	Kalo rating dan share pastilah kalo sekarang tv terrestrial, tv yang swasta gitu kan enggak
---	--	--	--	---	---	--

---

---

mendapat kan rating yang tinggi, tapi lebih dari itu yaitu memberik an inspirasi kepada masyaraka t agar bisa memberik an yang terbaik bagi masyaraka t dan NKRI	televisi itu sendiri	program heroes ini program yang penontonn ya segmented yang dia suka menambah ilmu pengetahu an. Selama ini di Indonesia yang disuka hanya program receh dan bikim happy ketawa- ketawa aja itu yang paling sharenya tinggi.	dilanjutkan agar semakin banyak pengorbanan pahlawan di Indonesia yang belum tampak jadi bisa mengemukak an dan menjadi inspirasi bagi banyak orang	mungkin dia enggak bikin program yang tujuannya gak bukan rating share dan ujungnyanya gak jualan. karena kan namanya juga kitanya swasta didanai sama iklan, tapi program – program seperti ini tuh gak semata – mata buat jualan, ada value yang didapat sama penonton ketika mereka menikmati tayangan ini gak semata – mata buat hiburan atau buat senang – senang. buat penonton mengedukasi lah atau memberikan
---	-------------------------	--	--	--

---

---

pencerahan  
 bahwa hidup  
 ini gak cuma  
 senang –  
 senang gitu  
 gak cuma  
 hiburan –  
 hiburan tapi  
 bisa ada  
 tayangan –  
 tayangan  
 yang  
 mendidik lah.  
 ini termasuk  
 tayangan  
 mendidik sih  
 kalo menurut  
 saya

5	Melihat CNN Indonesia Heroes, apakah timbul perasaan menghargai nilai kepahlawanan	Iya, sekecil apapun kebaikan dan pengorbanan yang diberikan orang untuk masyarakat sekitarnya merupakan kepahlawa	Menurut saya sih bentuk dari pengorbanan seperti pahlawan - pahlawan yang telah lalu	Iya jelas. timbul perasaan menghargai nilai, yaitu sikap rela berkorban untuk kebahagiaan atau kebaikan orang lain yang ada disekitar	Betul. Saya sendiri menjadi terinspirasi untuk melanjutkan peran-peran bersama yang sedang kami lakukan untuk lebih memberikan manfaat bagi masyarakat.	Iya sih, pasti iya kadang – kadang ini juga bikin kita “ ah dia aja bisa begitu, masa kita ga bisa sih ” gitu. Hal – hal yang simple tapi begitu dilakukan konsisten tulus dampaknya
---	--	---	--	---	---	--

---

---

nan yang  
mesti kita  
hargai

luas buat  
orang masa  
kita sedikit aja  
ga bisa kaya  
dia pasti  
adalah ketika  
nonton kaya  
gitu

---

Produser atau pembuat acara CNN Indonesia Heroes ini mengakui tayangan ini dibuat bukan sekedar tayangan belaka. Ketika ditanyakan tentang hal ini, mayoritas informan berada dalam posisi pemaknaan dominan hegemoni. Mereka menganggap tayangan ini bukan sekedar tayangan belaka yang isinya hanya hiburan, namun mengandung nilai-nilai kepahlawanan dan menginspirasi bagi orang banyak di dalamnya. "Tidak hanya sekedar tontonan belaka namun juga bisa menjadi inspirasi bagi semua kalangan dan masyarakat agar bisa menghargai nilai kepahlawanan" dan "Engga mungkin cuman sekedar tontonan, pasti ada nilai – nilai kepahlawanan yang bisa kita ambil dan kita bisa serap bahwa sebagai orang biasa pun kita bisa jadi pahlawan", ungkap informan satu dan informan lima.

Peneliti berpendapat bahwa para informan sebenarnya sudah mengerti arti dan nilai kepahlawanan sehingga ketika unsur kepahlawanan diangkat menjadi tema tayangan tersebut, mereka mampu memahaminya dengan baik dan menerima semua pesan yang dikemukakan dan diinginkan oleh pembuat program acara (Cindy et al., 2021).

Sementara itu meski jumlahnya tidak terlalu banyak namun ada beberapa jawaban dari informan yang berada pada posisi pemaknaan negosiasi. Secara umum mereka menerima ideologi dominan yang disampaikan pembuat program acara, namun dalam beberapa kasus tertentu mereka menolak penerapannya dan ingin menyesuaikan dengan pendapat mereka. Misalnya tentang program acara ini dibuat sebagai sebuah bisnis televisi yang ingin menaikkan rating share, sejumlah informan yang rata-rata memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi (informan satu dan lima, lulusan S2, sedangkan informan empat berijazah S3) bisa menerima pesan yang disampaikan tersebut. Namun di sisi lain mereka juga memaknai adanya tujuan tertentu diangkatnya unsur kepahlawanan dalam tayangan ini.

## SIMPULAN

Dari penelitian mengenai Makna Kepahlawanan Dalam Tayangan CNN Indonesia Heroes, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pemaknaan dari para informan berada pada pemaknaan dominan hegemoni. Hal ini berarti para informan dapat memaknai isi pesan makna kepahlawanan dalam tayangan CNN Indonesia Heroes episode Metamorfosis Penjaga Habitat Kupu-Kupu dan Cerita Sang Penutur Dongeng sesuai dengan apa yang disampaikan pembuat program acara tersebut. Meski begitu terdapat beberapa pemaknaan dari para informan yang berada pada posisi negosiasi dan oposisi. Pada posisi negosiasi, mereka tidak sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan pembuat program acara, karena ingin menyesuaikan dengan pendapat mereka sendiri. Sementara pada posisi oposisi, karena memiliki pemahaman yang cukup luas mengenai produksi sebuah program acara, terdapat pemaknaan sejumlah informan yang tidak sejalan dengan pesan yang diberikan pembuat program acara CNN Indonesia Heroes ini. Beragamnya posisi pemaknaan tersebut didasari oleh sejumlah faktor, seperti latar belakang tingkat pendidikan dan pekerjaan para informan. Informan berlatar belakang pendidikan strata pascasarjana cenderung lebih kritis memaknainya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtiyas, N. K. (2020). *Analisis Narasi Fungsi Karakter Makna Eksploitasi Anak Dalam Film Lebanon Capernaum*. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Cindy, C. V. H., Een, E. N., & Slamet, S. T. (2021). Analisis Struktural Dan Nilai Pendidikan Karakter Dalam Novel The Sun Of The Rain Karya Viona Prameswari. *Bahtera Indonesia; Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(2), 292–299. <https://doi.org/10.31943/bi.v6i2.136>
- Dwita, D., & Sommaliagustina, D. (2019). Feminism Interpretation: Reception Analysis Of Pekanbaru Society About 'Kartini' movie. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 2(2).
- Firmansyah, O., Wibowo, J. H., & Kusumaningrum, H. (2022). Analisis Resepsi Heroisme Ibu Tunggal Dalam Film Pendek "Banyu" Pada Anggota Ukm Graha Sinema Untag Surabaya. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01).
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2020). *Crisis Communication* (Vol. 23). Walter De Gruyter GmbH & Co Kg.
- Ginting, R. P., & Azis, A. (2023). Analisis Semantik: Nilai Persahabatan Antara Piko Dan Ucup Melalui Dialog Film Mencuri Raden Saleh. *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang*, 14(2), 348–354.

- Jin, Y., & Austin, L. (2021). A Cocreational Approach To Social-Mediated Crisis Communication. *The Handbook Of Strategic Communication*, 102, 61.
- Junita, N. S. (2018). *Analisis Sosiologis Novel Kidung Rindu Di Tapal Batas Karya Aguk Irawan*. [Http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/545](http://Repository.Umsu.Ac.Id/Handle/123456789/545)
- Leksi, E. Y. C. (2022). *Pemaknaan Khalayak Pada Isi Pesan Iklan Layanan Masyarakat "Pria Ber-Kb Itu Keren" Di Televisi (Analisis Resepsi Pada Pria Di Kampung Kb Kelurahan Bunulrejo)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Maulida, U. (2021). Kesalahan Berbahasa Tataran Ejaan, Morfologi, Dan Sintaksis Skripsi Mahasiswa Program Studi Pgmi Binamadani. *Dirasah: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Dasar Islam*, 4(1), 24–34. <https://doi.org/10.51476/Dirasah.V4i1.220>
- Ningsih, S. T., & Wirawanda, Y. (2021). *Analisis Resepsi Penonton Wanita Terhadap Maskulinitas Dalam Drama Korea "Crash Landing On You."* Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/eprint/95165>
- Ohoiwutun, P., & Sudrajat, H. (2017). *Sosiolinguistik: Memahami Bahasa Dalam Konteks Masyarakat Dan Kebudayaan*. Kesaint Blanc.
- Paneri, A. I. (2019). *Representasi Feminisme Dalam Film Captain Marvel (Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Feminisme Dalam Film Captain Marvel Karya Anna Boden & Ryan Fleck)*. Universitas Komputer Indonesia. <http://elibrary.unikom.ac.id/eprint/2059>
- Quinn, P. (2018). Crisis Communication In Public Health Emergencies: The Limits Of 'Legal Control' And The Risks For Harmful Outcomes In A Digital Age. *Life Sciences, Society And Policy*, 14(1), 4. <https://doi.org/10.1186/S40504-018-0067-0>
- Rahardi, R. K. (2017). *Kajian Sosiolinguistik: Ihwal Kode Dan Alih Kode*. Ghalia Indonesia.
- Rasyid, I., & Sofyan, A. (2021). Makna Kepahlawanan Dalam Film Nasional. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 1(1), 20–25.
- Saphira, A. (2019). *Studi Resepsi Citra Profesi Pustakawan Dalam Film The Librarian: Quest For The Spear Di Kalangan Mahasiswa Surabaya*. Universitas Airlangga. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/commercium/article/view/50387>
- Sucipto, M. Z. T., & Sitepu, Y. S. (2021). Pemaknaan Penonton Perempuan Mengenai Superhero Perempuan Dalam Film. *Komunika*, 17(1). <https://doi.org/10.32734/komunika.v17i1.6809>
- Sultoni, S., Gunawan, I., & Argadinata, H. (2020). Dampak Pembelajaran Berkarakter Terhadap Penguatan Karakter Siswa Generasi Milenial. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(2), 160–170. <https://doi.org/10.17977/um027v3i22020p160>
- Tama, M. B. (2021). *Analisis Naratif Pesan Moral Dalam Film Lima Penjuru Masjid*. Fakultas

Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....

Yunus, S., Djou, D. N., & Salam, S. (2021). Deiksis Persona, Deiksis Tempat, Deiksis Waktu Dalam Novel Kidung Rindu Di Tapal Batas Karya Aguk Irawan Mn. *Jambura Journal Of Linguistics And Literature*, 1(2). <https://doi.org/10.37905/Jjll.V1i2.9233>

Zulfahmi, H. B. (2017). Pembelajaran Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing (Bipa) Dan Model Pembelajaran Tutorial. *Tarbiyah Al-Awlad: Jurnal Kependidikan Islam Tingkat Dasar*, 7(2). <https://doi.org/10.15548/Alawlad.V7i2.429>