



Original Article

Analisis Resepsi Audiens terhadap Serial Edutainment *Academy of Champions* yang Ditayangkan pada Channel YouTube Ruangguru

Azwa Mulya Putri^{1✉}, Ainun Ni'matu Rohmah², Nurliah³, Harry Isra Muhammad⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Korespondensi Email: azwamulyaptr88@gmail.com

Abstrak:

The establishment of the online learning platform Ruangguru was based on the phenomenon of digital transformation, which creates effectiveness and efficiency in the learning process. As a way to increase public interest, Ruangguru created a new strategy by producing an edutainment program called Academy of Champions. This study aims to analyze how the audience perceives the content of the Academy of Champions series aired on Ruangguru's YouTube channel. Using a qualitative approach with Stuart Hall's reception analysis method, this study classifies audience responses into three categories of meaning: dominant-hegemonic position, negotiated position, and oppositional position. Data was collected through in-depth interviews with research subjects, who were students from SMA Negeri 10 Samarinda. The results of the analysis show that most informants were in the dominant-hegemonic position, whose assessments were in line with the main discourse of Academy of Champions because the series successfully presented representations of outstanding students who could be a source of inspiration and motivation for learning. Meanwhile, informants in the negotiated position needed to adjust the meaning based on their interests and learning style preferences. This study shows that the interpretation of the show's messages is diverse and influenced by personal experiences, motivation, learning preferences, and interest in entertainment.

Keywords: Audience Reception, Edutainment, Academy of Champions, Ruangguru

Submitted	: 15 February 2026
Revised	: 18 February 2026
Acceptance	: 23 February 2026
Publish Online	: 24 February 2026

Pendahuluan

Transformasi digital memiliki dampak besar dalam dunia pendidikan untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam pengimplementasian proses pembelajaran

(Siswanto, 2022). Untuk menunjang aspek pendidikan secara formal, terobosan teknologi digital berbasis pendidikan atau *e-learning* dapat mempercepat kemajuan pendidikan di dunia termasuk Indonesia. Beberapa platform *e-learning* atau belajar online seperti Ruangguru, Zenius, Rumah Belajar, dan Quipper menunjukkan kehadirannya dalam bersaing dengan bimbingan belajar konvensional (Iswanto & Sanaji, 2021). Berdasarkan data Indonesia Gen Z Report 2022, Ruangguru menjadi platform terbanyak digunakan generasi Z dengan persentase 23 persen. Di posisi kedua ada Brainly dengan persentase 11 persen, sedangkan Zenius berada di posisi ketiga dengan persentase 8 persen (Utomo & Heriyanto, 2022).

Sebagai cara untuk meningkatkan minat khalayak agar menjadi pengguna, Ruangguru menerapkan berbagai macam strategi salah satunya dengan memproduksi sebuah program kompetisi intelektual yang menggabungkan konsep edukasi dan hiburan atau edutainment yakni *Clash of Champions*. Serial *Clash of Champions* menjadi program pertama yang diproduksi dan ditayangkan oleh Ruangguru dengan mengadaptasi format program kompetisi pendidikan dari Korea Selatan yang mendapat banyak perhatian di tahun 2023 yaitu serial *University War*. Kesuksesan produksi serial *Clash of Champions* membuat Ruangguru kembali menghadirkan program kompetisi dengan wacana serupa namun menerapkan format dalam bentuk kompetisi antar tim yaitu serial *Academy of Champions*. Sebagai serial lanjutan yang diproduksi oleh Ruangguru, *Academy of Champions* melibatkan sebanyak 36 pelajar SMA yang terbagi ke dalam dua belas distrik sebagai representasi berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Serial ini turut mendapat atensi khalayak dari penayangannya yang telah ditonton jutaan kali pada tiap episode. Program ini tentunya memberi sorotan bagi siswa berprestasi di seluruh penjuru Indonesia yang sering kali kurang mendapatkan perhatian.

Penggunaan platform YouTube sebagai salah satu bentuk media baru (*new media*) dalam penayangan serial *Academy of Champions*, cukup menarik perhatian remaja sebagai pengguna internet dan media sosial aktif. Di tahun 2024, YouTube menempati urutan kedua sebagai aplikasi yang paling sering diakses oleh pengguna internet yakni sebanyak 50,84 persen. Sementara itu, sebanyak 87,02 persen dari populasi penduduk Indonesia terindikasi sebagai pengguna internet yang didominasi oleh generasi Z (APJII, 2024).

Berdasarkan hasil pra-observasi penulis, audiens dari serial *Academy of Champions* menginterpretasikan penerimaan mereka terhadap program tersebut dengan berbagai macam penafsiran. Wacana yang menjadi dasar utama kehadiran program Ruangguru ini adalah sebagai suatu cara untuk meningkatkan motivasi audiens pada pembelajaran melalui peserta sebagai *role model* (Network, 2024).

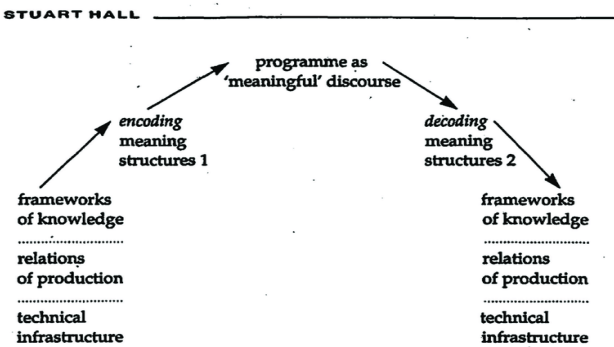
Subjek penelitian ini merupakan siswa-siswi dari SMA Negeri 10 Samarinda. Berdasarkan penilaian resmi LTMPPT pada hasil Ujian Tertulis Berbasis Komputer (UTBK) di tahun 2022, SMA Negeri 10 Samarinda menempati urutan pertama sebagai sekolah terbaik di Kota Samarinda dengan nilai rata-rata UTBK 539,316 (Sestiani, 2024). SMA Negeri 10 Samarinda juga menjadi satu-satunya perwakilan sekolah dari Kalimantan Timur yang berhasil menembus Program SMA Unggul Garuda Transformasi 2025 (KaltimExpose, 2025).

Prestasi yang terus diraih oleh SMA Negeri 10 Samarinda sebagai perwakilan Kota Samarinda bahkan Provinsi Kalimantan Timur menjadi alasan penulis menetapkan lokus karena dianggap relevan dengan serial *Academy of Champions* yang turut melibatkan peserta berprestasi sebagai perwakilan sekolah dari tiap daerah mereka. Hal

tersebut memunculkan argumentasi penulis bahwa siswa-siswi SMA Negeri 10 Samarinda memiliki motivasi belajar yang tinggi, sehingga resepsi mereka diharap dapat merepresentasikan tujuan penelitian.

Penelitian ini ingin menelisik resepsi atau respon yang akan dikonstruksikan audiens (*decoder*) terhadap keseluruhan tayangan serial *Academy of Champions* dari Ruangguru (*encoder*). Fenomena mengenai serial produksi Ruangguru pernah diteliti oleh [Sari & Reftantia \(2024\)](#) yang membuktikan bahwa Ruangguru berhasil menciptakan hegemoni baru melalui tayangan *edutainment*, dalam hal ini serial *Clash of Champions*. Selanjutnya penelitian [Putri et al. \(2025\)](#) menemukan bahwa aspek *brand ambassador*, *brand image*, dan kualitas konten yang disajikan oleh serial *edutainment* memengaruhi persepsi dan minat siswa dalam memilih Ruangguru sebagai platform bimbingan belajar. Berdasarkan beberapa penelitan yang digunakan sebagai acuan untuk perbandingan, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas mengenai serial *Academy of Champions* oleh Ruangguru terkhusus resepsi audiens terhadap tayangan serial tersebut. Penelitian ini akan memfokuskan bagaimana pengonstruksian pesan yang dilakukan oleh audiens terhadap serial *Academy of Champions* dengan menggunakan teori resepsi dari Stuart Hall.

Menurut [Sutriani et al. \(2022\)](#), sebelum didapatkannya pemaknaan dari suatu pesan, pengonstruksian pesan dilakukan sebagai proses produksi melalui pola komunikasi encoding dan decoding dengan sirkulasi makna menurut Stuart Hall. Gambaran sederhananya Hall menjelaskan bahwa penonton (*decoder*) menginterpretasikan pesan dari pembuat teks (*encoder*), sehingga terbentuklah model komunikasi yang melibatkan momen produksi, sirkulasi, serta distribusi.



Sumber: Teori Stuart Hall

Gambar 1. Model Encoding dan Decoding Stuart Hall

Menurut Hall dalam [\(Morissan, 2013:550-551\)](#), proses pemaknaan yang dilakukan oleh audiens terbentuk berdasarkan tiga faktor, yakni: *framework of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relation of production* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis). Kemudian dari tiga faktor tersebut, penafsiran audiens akan menghasilkan suatu respon yang dapat dikelompokkan berdasarkan posisi penerimaan yang meliputi: *dominant-hegemonic position* (posisi dominan-hegemonik), *negotiated position* (posisi negosiasi), dan *oppositional position* (posisi oposisi).

Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini akan dikaji menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis

deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif tidak menegaskan pada penyederhanaan suatu yang khusus menjadi umum (generalisasi), namun bagaimana menegaskan perihal pemahaman makna dan pengonstruksian suatu fenomena (Sugiyono, 2021). Rancangan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan riset fenomenologi (*phenomenological research*). Fenomenologi berfokus pada pengalaman subjektif seseorang. Oleh sebab itu, penelitian fenomenologi berusaha memperoleh dan memahami pengalaman sosial melalui kebiasaan masyarakat (Schutz dalam Mulyana, 2024).

Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk menganalisis bagaimana resepsi atau pemaknaan audiens atas tayangan serial *Academy of Champions* dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall berdasarkan wacana yang telah dibangun Ruangguru untuk memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar di bidang pendidikan dengan kehadiran pelajar berprestasi sebagai peserta yang menjadi *role model* untuk meningkatkan motivasi belajar. Teori ini mampu menafsirkan penginterpretasian khalayak berdasarkan tiga posisi penerimaan audiens, yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*.

Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari catatan dan juga wawancara yang dilakukan bersama informan. Wawancara dilakukan kepada beberapa informan yang telah ditentukan sesuai kriteria yang ditetapkan. Informan pada penelitian ini merupakan siswa-siswi SMA Negeri 10 Samarinda dari kelas peminatan MIPA dan juga IPS yang ada pada rentang usia sekitar 16 – 17 tahun.

Data sekunder sebagai sumber data kedua yang dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, serta skripsi dengan tujuan memperoleh referensi terkait teori konsep. Selain itu juga melalui pencarian data pada internet dan beberapa situs yang membahas tentang platform Ruangguru dan serial *Academy of Champions*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara dan observasi. Pada penelitian ini, penulis menerapkan wawancara terstruktur, dimana materi pertanyaan atau pedoman pertanyaan telah disusun sebelumnya untuk diajukan kepada informan. Sebelum melangsungkan wawancara, penulis terlebih dahulu menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* dengan tujuan menemukan calon informan yang paling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Pernah menonton serial *Academy of Champions* minimal satu episode
- b) Menggunakan platform YouTube sebagai salah satu media untuk mengakses konten edukatif
- c) Bersedia berpartisipasi dalam proses wawancara sebagai informan penelitian

Sementara itu observasi dilakukan dengan mengamati interaksi audiens dalam komunitas *online*, seperti forum diskusi serta kolom komentar pada media sosial yang membahas serial *Academy of Champions* untuk dapat melihat bagaimana audiens mendiskusikan tayangan serta menginterpretasikan pesan edukatif yang disampaikan

oleh Ruangguru.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan selama proses penelitian dengan menggunakan teknik analisis interaktif (*interactive model of analysis*) dari Miles & Huberman yang terbagi ke dalam empat komponen analisis data, yakni (Sugiyono, 2021): pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyajian kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan melalui triangulasi data (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Reduksi data dilakukan mengelompokkan, mentransformasi, dan meringkas data mentah yang ditemukan. Tahapan selanjutnya merupakan penyajian data dengan menyatukan informasi yang disusun secara sistematis dalam bentuk uraian singkat. Kemudian pada tahap penyajian kesimpulan, hasil penelitian yang telah diuji kebenarannya dapat ditarik ke dalam suatu kesimpulan.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum

PT Ruang Raya Indonesia atau Ruangguru merupakan salah satu perusahaan teknologi di Indonesia yang bergerak dalam bidang pendidikan nonformal. Ruangguru dirintis sejak April 2014 oleh Adamas Belva Syah Devara selaku *Co-Founder* dan *Chief Executive Officer* (CEO) bersama dengan Muhammad Iman Usman selaku *Co-Founder* dan *Chief Operating Officer* (COO). *Academy of Champions* merupakan serial edutainment kedua yang diproduksi langsung oleh Ruangguru. Serial ini ditayangkan melalui channel YouTube dan aplikasi Ruangguru. Para peserta akan bertanding secara kelompok dan akan diuji kemampuan intelektualnya dalam bidang hitungan, spasial, logika, pemecahan masalah, serta hafalan yang disajikan dalam bentuk tantangan permainan.

Melalui *Academy of Champions*, Ruangguru turut mendorong motivasi belajar anak muda Indonesia dengan inovasi barunya yakni melalui pembuatan konten edukasi menjadi suatu serial yang juga menggabungkan unsur hiburan. Para peserta program ini pun secara tidak langsung bisa menjadi *role model* bagi anak muda lainnya karena prestasi dan kemampuan yang dimiliki para peserta.

Hasil Penelitian

Proses Encoding atau *Preferred Reading* dari Ruangguru terhadap serial *Academy of Champions*

Produksi serial *Academy of Champions* menjadi suatu inovasi besar pada sektor pendidikan Indonesia atas keberhasilannya dengan menghadirkan program berbasis edukasi dalam bentuk tayangan hiburan. Ruangguru sadar akan adanya potensi besar para pelajar Indonesia dalam aspek pendidikan. Dari serial *Academy of Champions* ini, Ruangguru memiliki visi yakni sebagai jembatan untuk mengatasi kesenjangan serta menciptakan peluang dan impian para pelajar berprestasi dari seluruh wilayah Indonesia.

Di tengah minimnya apresiasi dan *spotlight* pada seseorang yang memiliki prestasi, Ruangguru menjadikan serial *Academy of Champions* sebagai langkah inspiratif untuk menunjukkan pada masyarakat umum bahwa seseorang dengan prestasi juga layak untuk mendapatkan perhatian besar.

“Kami membuat Clash of Champions (CoC) dan Academy of Champions (AoC) bukan hanya sekadar tontonan seru, tapi sebagai cara untuk merayakan

berbagai upaya kolektif tersebut. Kami ingin lebih dari sekadar menampilkan siapa yang juara. Kami ingin memberi panggung bagi mereka yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga memiliki semangat untuk terus belajar, bermental juara, sembari menunjukkan nilai-nilai yang bisa menginspirasi” ([Iman Usman, 18 Januari 2025](#)).

Upaya Ruangguru melalui penguatan hubungan emosional dan kognitif dengan para audiens ditunjukkan melalui kehadiran peserta dari perwakilan seluruh provinsi yang menunjukkan potensi para pelajar Indonesia tanpa mengenal asal daerah. Ruangguru berusaha membuka pemikiran masyarakat umum yang masih memiliki keraguan akan potensi akademik para pelajar daerah dengan akses pendidikan yang masih belum pesat. Hubungan emosional dari audiens terbangun seperti pada salah satu tim yaitu distrik IX Maluku & Papua. Pencapaian distrik IX selama berkompetisi di *Academy of Champions* menarik perhatian atas kapasitas kerja tim yang melebihi ekspektasi audiens.

“Makanya nggak heran, pas mereka tereliminasi malam ini, yang sedih bukan cuma mereka, tapi juga hampir seluruh Indonesia yang mengikuti perjalanan mereka. Begitu banyak orang yang sudah jatuh hati pada semangat, perjuangan, dan kepribadian mereka. Momen ini bukan hanya tentang kompetisi, tapi tentang betapa besar pengaruh yang mereka bawa ke hati para penonton. Mereka telah menunjukkan bahwa mimpi besar bisa datang dari mana saja, bahkan dari tempat yang mungkin selama ini kurang mendapat sorotan” ([Iman Usman, 22 Januari 2025](#)).

Dalam upaya menarik audiens melalui hiburan karena serial ini ditayangkan di YouTube, Ruangguru secara strategis mempertimbangkan kondisi, kebiasaan, dan preferensi audiens dalam penggunaan YouTube sebagai platform untuk mengonsumsi konten. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa pemahaman terhadap perilaku khalayak digital menjadi faktor penting dalam merancang dan mengemas tayangan agar sesuai dengan pola menonton yang telah terbentuk di kalangan pengguna platform tersebut.

“Durasi dibatasi untuk menjaga fokus dan kualitas cerita. Jika terlalu panjang, resiko penonton kehilangan minat meningkat, terutama di era dengan rentang perhatian yang pendek. Format ini juga disesuaikan dengan platform seperti YouTube yang memiliki durasi ideal untuk menjaga engagement. Ada yang mau nonton panjang-panjang, tapi lebih banyak lagi yang mungkin gak betah lama-lama (dan show ini kan dibuat untuk umum)” ([Iman Usman, 5 Januari 2025](#)).

Proses Decoding atau Pemaknaan Audiens terhadap serial *Academy of Champions*

Inovasi yang dihadirkan Ruangguru sebagai penunjang edukasi para pelajar melalui *Academy of Champions* tentu sangat menginspirasi serta mendorong audiens yang masih berstatus pelajar sekolah untuk unggul dalam bidang akademik. Hal ini disampaikan Rara yang merasa termotivasi karena pesertanya yang juga merupakan pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan beragam capaian prestasi yang telah diraih.

“Dalam serial itu mereka kan bersaing kak, hal itu membuat saya jadi kayak termotivasi dan lebih membuat semangat untuk belajar. Apalagi para pesertanya sesama anak SMA yang dimana seumuran dengan saya.” ([Wawancara Rara, 29 Juni 2025](#)).

Ammar—satu-satunya informan yang berasal dari kelas sosial—cenderung

memaknai serial *Academy of Champions* sebagai tontonan hiburan, bukan sebagai pendorong motivasi belajar. Selain karena tantangan yang didominasi soal saintek, Ammar mengakui dorongan belajarnya lebih banyak berasal dari faktor lain, bukan melalui tayangan edukasi yang dikemas dalam format hiburan.

“Saya lebih terdorong dengan sesuatu yang sifatnya lebih ‘mengajari’ gitu, kayak langsung dari video-video belajar. Kalau saya dihadapkan dengan orang-orang yang punya segudang prestasi atau tiba-tiba ada yang berkata ‘coba lihat mereka, kamu juga harusnya bisa begitu’ wah itu saya bukannya termotivasi malah malas.” ([Wawancara Ammar, 3 Juli 2025](#)).

Adanya relevansi antara materi pelajaran di sekolah dengan tantangan soal yang diberikan pada serial *Academy of Champions* ini disetujui oleh para informan. Beberapa informan juga menyatakan bahwa mereka mencoba untuk mengerjakan tantangan soal yang diberikan karena sesuai dengan pelajaran peminatan yang mereka pilih di sekolah sejak menduduki kelas 11.

“...untuk bidang matematika, biologi, dan kimia banyak sih yang relevan kak. Contohnya pas mereka praktek untuk penggunaan alat-alat praktikum, nah itu banyak diajarkan di sekolah. Ada nyoba beberapa, tapi cuma bidang-bidang yang saya bisa aja.” (Wawancara Nisfa, 6 Juli 2025).

Meskipun terdapat informan menyetujui kehadiran peserta pada serial *Academy of Champions* memotivasi mereka dalam hal akademis, tapi hampir seluruh informan mengaku merasa lebih efektif pembelajaran yang bersifat konvensional atau secara langsung untuk mendorong motivasi belajar mereka.

“Saya pribadi itu terdorong kalau misalnya mengikuti bimbel terutama privat. Saya bakal lebih bisa mengerti pelajaran ketimbang yang satu arah kak.” ([Wawancara Zahwa, 24 Juni 2025](#)).

Kirana memiliki fleksibilitas terhadap metode belajar baik secara konvensional maupun secara daring melalui video-video pembelajaran *online*. Pandangan Kirana secara umum ini menilai efektivitas program edutainment yang cukup berpengaruh bagi individu dengan metode belajar audiovisual.

“Kalau AOC ini kan pada dasarnya memang program edukasi yang dikemas dengan entertainment. Jadi para audiens mereka ini nantinya bisa mendapat ilmu dari sisi pendidikan, dan juga mendapat hiburan dari bentuk pengemasan program serial ini.” ([Wawancara Kirana, 7 Juli 2025](#)).

Penggunaan YouTube sebagai platform penayangan *Academy of Champions* memperlihatkan adanya kesamaan pendapat di antara para informan. Mereka menilai YouTube dapat mencakup jangkauan yang luas bagi para audiens agar bisa diakses oleh siapa pun, dimana pun, dan kapan pun.

“Kelebihannya jangkauannya luas jadi bisa diakses siapa pun, dimana pun, dan kapan pun. Terus mungkin untuk sebagian orang belajar lewat materi yang ada di AOC ini gak membosankan karena digabung dengan format games yang unik-unik. Bagi anak olimpiade juga mungkin jadi semakin terasah juga kemampuannya, mereka jadi punya gambaran tingkat kesulitan yang ada di soal-soal olimpiade.” ([Wawancara Ammar, 3 Juli 2025](#)).

Namun para informan lebih menyoroti kekurangan platform YouTube dalam pengaksesan tayangan *Academy of Champions* yang dirasa kurang efektif karena lebih mudah teralihkan oleh rekomendasi tayangan video lain.

“Tapi kekurangannya ya lebih mudah teralihkan, karena kan YouTube isinya

bukan hanya konten AoC. Jadi besar kemungkinan audiensnya terutama pelajar bakal teralihkan ketika melihat konten video lain.” ([Wawancara Nisfa, 6 Juli 2025](#)).

Pembahasan

Proses Encoding Ruangguru terhadap Serial Academy of Champions

Dari keseluruhan proses encoding tersebut, Ruangguru membangun *preferred reading* bahwa pendidikan adalah sesuatu yang modern, relevan, dan bermakna. Melalui wacana dari Ruangguru yang ingin memperlihatkan kehadiran pelajar berprestasi sebagai *role model* untuk meningkatkan motivasi belajar, pendidikan dikonstruksi sebagai instrumen sosial yang mampu melampaui batas ruang kelas, menciptakan peluang, serta membentuk karakter generasi muda. Representasi pelajar dari berbagai daerah menekankan bahwa pendidikan bersifat inklusif dan dapat diakses oleh siapa saja. Dengan demikian, audiens diarahkan untuk menginternalisasi citra Ruangguru sebagai platform pendidikan yang progresif, visioner, dan menginspirasi.

Namun demikian, literatur evaluatif juga menegaskan bahwa efektivitas edutainment tidak selalu tercermin dalam capaian pembelajaran yang konkret. Keberhasilan dalam membangkitkan motivasi belajar bergantung pada efektivitas penyampaian pesan edukatif, durasi tayangan, serta relevansi dengan aktivitas pembelajaran lain. Dengan kata lain, edutainment dapat berfungsi sebagai pintu masuk motivasi, tetapi belum tentu menghasilkan peningkatan prestasi akademik tanpa adanya scaffolding yang terintegrasi ([Radulović et al., 2023](#)).

Selain itu, penggunaan platform daring seperti YouTube menghadirkan paradoks tersendiri. Di satu sisi, YouTube memperluas jangkauan dan memudahkan akses audiens terhadap konten audiovisual. Namun di sisi lain, sifatnya yang dipenuhi dengan distraksi dan minim interaktivitas sering kali mengurangi efektivitas belajar. Oleh karena itu, meskipun *Academy of Champions* efektif sebagai media promosi pendidikan yang menarik perhatian publik, pencapaian tujuan transfer pembelajaran memerlukan strategi tambahan, seperti penyediaan materi lanjutan, soal latihan, atau aktivitas interaktif yang menuntut keterlibatan langsung ([Herwin et al., 2022](#)).

Hal menarik dalam penelitian ini ditemukan bahwa, sebagian audiens mengungkapkan bahwa unsur hiburan dalam *Academy of Champions* terkadang lebih dominan daripada pesan edukatif. Dengan demikian, serial ini telah berhasil melakukan *reframing education*, yakni mengubah persepsi belajar dari sesuatu yang kaku menjadi aktivitas yang kreatif, sosial, dan menyenangkan. Dalam konteks budaya digital, strategi ini menjadi bentuk adaptasi penting agar nilai-nilai pendidikan tetap relevan dan dapat diterima oleh audiens masa kini.

Proses Decoding Audiens terhadap Serial Academy of Champions

1. Dominant-Hegemonic Position

Dominant-Hegemonic Position (posisi dominan) menunjukkan bahwa audiens memahami, menerima, dan menginternalisasi pesan yang disampaikan dalam serial *Academy of Champions*.

Tabel 1. Informan pada Posisi Dominan Hegemonik

No	Nama Informan	Asal Kelas
1	Albert	MIPA
2	Rara	MIPA
3	Nisfa	MIPA
4	Kirana	MIPA

Empat informan memiliki kecenderungan kuat pada posisi dominan (*dominant-hegemonic position*) yakni Albert, Rara, Nisfa, dan Kirana. Keempat informan tersebut memperlihatkan penerimaan yang kuat terhadap pesan motivasional dan representasi pelajar berprestasi sebagai *role model* dalam tayangan. *Branding* melalui peserta yang tampil sebagai *brand ambassador* dinilai efektif untuk meningkatkan apresiasi terhadap pelajar berprestasi dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh [Putri et al. \(2025\)](#) yang menunjukkan bahwa peserta yang dianggap sebagai *brand ambassador* dalam serial edutainment sangat efektif untuk menarik dan membangun kepercayaan audiens karena memiliki karakteristik menarik, berprestasi, serta inspiratif. Selain itu dalam penelitian [Sari & Reftantia \(2024\)](#), kompetisi yang berjalan pada program edutainment membuat audiens yang merupakan pelajar tidak hanya terhibur, tetapi mereka juga terdorong untuk mengasah kemampuan kognitifnya.

2. *Negotiated Position*

Negotiated position (posisi negosiasi) menunjukkan bahwa audiens cenderung menerima sebagian pesan dominan yang disampaikan oleh *serial Academy of Champions*, namun mereka menyesuakannya dengan konteks pengalaman pribadi, motivasi, dan preferensi belajar masing-masing. Proses ini menandakan bahwa audiens tidak sekadar menerima pesan secara pasif, melainkan melakukan filterisasi terhadap informasi yang dianggap relevan atau bermanfaat bagi diri mereka, sekaligus bersikap kritis terhadap aspek yang dirasa kurang sesuai dengan kebutuhan atau tujuan belajar.

Tabel 2. Informan pada Posisi Negosiasi

No	Nama Informan	Asal Kelas
1	Zahwa	MIPA
2	Ammar	IPS

Dua informan memiliki kecenderungan pada posisi negosiasi, yakni Zahwa dan Ammar. Zahwa menilai perbedaan minat, fokus, dan gaya belajar dengan para peserta membuat dirinya tidak terdorong untuk menjadikan mereka sebagai *role model*. Sedangkan Ammar memandang tayangan ini lebih sebagai hiburan dan kurang sesuai dengan gaya belajarnya yang berbasis materi pembelajaran instruksional. Dengan demikian, keduanya hanya menerima sebagian pesan dari serial dan menyesuakannya dengan pengalaman serta kebutuhan pribadi, sehingga menunjukkan pola pemaknaan yang berada pada posisi negosiasi.

Literatur evaluatif menegaskan bahwa efektivitas edutainment tidak selalu tercermin dalam capaian pembelajaran yang konkret. Keberhasilan peningkatan motivasi sangat dipengaruhi kualitas strategi pembelajaran, durasi tayangan, serta keterkaitannya dengan aktivitas pembelajaran lain. Dengan kata lain, edutainment

dapat berfungsi sebagai pintu masuk motivasi, tetapi belum tentu menghasilkan peningkatan prestasi akademik tanpa adanya pendampingan belajar yang terstruktur ([Radulović et al., 2023](#)). Temuan ini juga sejalan dengan studi oleh [Zhang et al. \(2022\)](#) yang menegaskan bahwa edutainment sering kali berhasil meningkatkan engagement, tetapi hasil belajar yang diperoleh sangat dipengaruhi konteks, relevansi personal, dan kualitas integrasi pedagogis.

3. *Oppositional Position*

Oppositional position (posisi oposisi) dalam teori encoding–decoding Stuart Hall muncul ketika audiens secara tegas menolak atau menafsirkan pesan dominan media secara berbeda dari maksud pembuatnya. Namun, dalam konteks serial *Academy of Champions*, hasil wawancara menunjukkan bahwa tidak ada informan yang sepenuhnya memiliki pendapat yang menuju ke arah oposisi. Meskipun beberapa audiens menyampaikan kritik terhadap aspek-aspek tertentu dari tayangan, seperti dominasi unsur hiburan, keterbatasan akses digital, atau relevansi peserta sebagai *role model*, mereka tetap sejalan dengan wacana utama yang dibangun oleh Ruangguru. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *Academy of Champions* berhasil membangun *preferred meaning* yang kuat di benak audiens, yaitu pendidikan sebagai ruang inspiratif, progresif, dan membanggakan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis penerimaan audiens terhadap serial *Academy of Champions*, dapat disimpulkan bahwa interpretasi pesan tayangan edutainment bersifat beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, motivasi, preferensi belajar, dan minat terhadap hiburan. Upaya Ruangguru dengan menjadikan peserta *Academy of Champions* sebagai *brand ambassador* pendidikan memberikan hasil bahwa para peserta berperan besar sebagai simbol pelajar berprestasi yang inspiratif. Strategi ini efektif dalam membangun citra Ruangguru sebagai platform pembelajaran yang inovatif, prestisius, dan berorientasi pada prestasi.

Secara keseluruhan, empat informan yang berada pada posisi dominan menunjukkan penerimaan yang selaras dengan pesan utama serial *Academy of Champions*. Sementara itu, dua informan yang berada pada posisi negosiasi menerima sebagian pesan tayangan, namun melakukan penyesuaian makna berdasarkan minat, fokus, serta preferensi gaya belajar masing-masing.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah dan keragaman informan karena hanya berfokus pada pelajar di SMA Negeri 10 Samarinda. Hal ini membuat hasil penelitian belum dapat merepresentasikan keseluruhan resepsi audiens terhadap serial *Academy of Champions*, khususnya di kalangan siswa dari wilayah, jenjang, atau latar pendidikan yang berbeda. Secara teoritis, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan teori resepsi dengan memperluas variabel analisis yang melibatkan faktor-faktor sosial, budaya, dan ekonomi penonton. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga disarankan guna mengukur dampak serial edutainment seperti *Academy of Champions* terhadap motivasi, minat, dan capaian akademik.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Ruangguru untuk memperluas segmentasi dan diversifikasi konten edutainment. Berdasarkan temuan penelitian, sebagian audiens merasa tayangan ini masih lebih dekat dengan siswa dalam ranah saintek, sementara minat dan kebutuhan belajar siswa dari bidang lain belum

sepenuhnya terwakili. Oleh karena itu, Ruangguru dapat mengembangkan versi tayangan dengan fokus tematik yang lebih beragam, seperti bidang sosial, seni, olahraga, maupun kewirausahaan, agar nilai-nilai inspiratif dalam serial lebih relevan dengan latar belakang dan potensi siswa yang berbeda-beda.

Daftar Pustaka

- APJII. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Herwin, H., Nurhayati, R., & Dahalan, S. C. (2022). Mobile Assessment to Improve Learning Motivation of Elementary School Students in Online Learning. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(5), 436–442. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.5.1638>
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380–391.
- KaltimExpose. (2025). *SMAN 10 Samarinda Tembus Program SMA Unggul Garuda Transformasi 2025, Jadi Satu-satunya Wakil Kaltim*. <https://kaltimexpose.com/sman-10-samarinda-tembus-program-sma-unggul-garuda-transformasi-2025-jadi-satu-satunya-wakil-kaltim/>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2024). *Teori Teori Komunikasi Aplikasi Praktis*. Simbiosis Rekatama Media.
- Network, D. M. (2024). *Menguak Kesuksesan Clash of Champions - Sekolah Sukses bersama Iman Usman*. <https://www.youtube.com/watch?v=iXV5pjhcUjY>
- Putri, J. G. D., Pinandito, A., & Nugraha, D. C. A. (2025). Analisis Pengaruh Program Clash of Champions terhadap Minat Memilih Bimbingan Belajar Ruangguru. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(4), 1–10.
- Radulović, B., Dorocki, M., Olić Ninković, S., Stojanović, M., & Adamov, J. (2023). The Effects of Blended Learning Approach on Student Motivation for Learning Physics. *Journal of Baltic Science Education*, 22(1), 73. <https://doi.org/10.33225/jbse/23.22.73>
- Sari, K. A., & Reftantia, G. (2024). Hegemoni “Clash of Champions Ruang Guru” di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Jurnal Iapa Proceedings Conference*, 130–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1047>
- Sestiani, B. S. (2024). *6 SMA Terbaik di Samarinda versi Nilai UTBK SNBT, Referensi Daftar PPDB 2024*. <https://kaltim.tribunnews.com/2024/06/21/6-sma-terbaik-di-samarinda-versi-nilai-utbk-snbt-referensi-daftar-ppdb-2024>
- Siswanto, R. (2022). *Transformasi Digital dalam Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi*. Direktorat Guru Pendidikan Dasar. <https://gurudikdas.kemdikbud.go.id/news/transformasi-digital-dalam-pemulihan-pendidikan-pasca-pandemi>
- Sugiyono, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutriani, I., Pembayun, J. G., & Kurnianti, A. W. (2022). Penerimaan Khalayak pada Kampanye #Stopbodyshaming @Cindercella). *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–19.
- Utomo, W. P., & Heriyanto, D. (2022). Indonesia Gen Z Report 2022. *IDN Research Institute*.
- Zhang, J., Sun, G., Xu, L., Khan, I., Lv, W., & Philbin, S. P. (2022). The Moderating Effect of Learning Experience on Learning Motivation and Learning Outcomes of International Students. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.913982>