

Analisis Resepsi Agen Asuransi Mengenai Gambaran Kerja Keras dalam Video Klip Ardhito Pramono '925'

Alya Jordania¹⁾ Syaifuddin²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: alyajordann@gmail.com

²⁾ Email: udin.sayuti@gmail.com

Abstract: *Hard work has a correlation with work completion and overcoming various obstacles. This also appeared in Ardhito Pramono's video clip titled '925', where the insurance agent's hard work is depicted in that video. The purpose of this research is to find out how Insurance Agents accept the description of hard work in the Ardhito Pramono video clip '925'. The theory used in this research is Encoding- Decoding Theory, with a qualitative approach. The analytical method used in this research is audience reception analysis, with three categories consisting of Dominant Hegemonic, Negotiated, and Oppositional. Based on the results of this research, researchers found that Dominant Hegemonic position is in the side job scene played by Ardhito Pramono. Negotiated position portrayed in hard work of insurance agent in video clip. Meanwhile, there's an Oppositional position in response to '925' work time. The result of this research also found there are differences of perception regarding the insurance agent's hard work, accordance with the experience of the audience*

Keywords: *encoding – decoding, hard work, insurance agents, reception analysis, video clip*

Abstrak: *Kerja keras identik dengan penyelesaian pekerjaan dan mengatasi berbagai hambatan. Hal ini juga muncul dalam video klip Ardhito Pramono yang berjudul "925", di mana video tersebut menggambarkan kerja keras seorang agen asuransi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana agen asuransi menerima gambaran kerja keras dalam video klip Ardhito Pramono "925". Penelitian ini menggunakan teori Encoding – Decoding, dengan pendekatan kualitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis resepsi khalayak, dengan tiga posisi yaitu Hegemoni Dominan, Negosiasi, dan Oposisi. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa posisi Hegemoni Dominan berada di adegan pekerjaan sampingan yang dilakukan Ardhito Pramono. Posisi Negosiasi berada di gambaran kerja keras agen asuransi dalam video klip. Sedangkan, posisi Oposisi berada di tanggapan mengenai waktu kerja '925'. Hasil penelitian ini juga mendapati adanya perbedaan pandangan mengenai kerja keras agen asuransi, sesuai dengan pengalaman khalayak.*

Kata kunci: *agen asuransi, analisis resepsi, encoding – decoding, kerja keras, video klip*

I. PENDAHULUAN

Kerja keras cenderung dilakukan oleh seseorang, sebagai upaya dalam mengatasi berbagai hambatan yang ada di dalam kehidupannya. Hal ini juga dinyatakan oleh Mustari (2017: 43), bahwa kerja keras adalah perilaku yang menunjukkan upaya sungguh – sungguh dalam mengatasi berbagai hambatan

guna menyelesaikan tugas (baik belajar maupun pekerjaan) dengan sebaik – baiknya. Upaya sungguh – sungguh itu tetap dijalankan, sekalipun menghadapi sebuah tantangan atau hambatan pada pencapaian prosesnya.

Salah satu contoh hambatan yang dihadapi saat bekerja keras itu sendiri datang dari agen asuransi. Definisi agen asuransi menurut Undang – Undang

Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992, merupakan seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung (Perusahaan Asuransi). Hambatan yang dihadapi itu terjadi saat pencapaian proses pencarian nasabah atau klien oleh para agen. Tak jarang banyak penolakan, keluhan, dan pelampiasan yang dilakukan oleh para nasabah terhadap agen asuransi. Sedangkan, Menurut Putra dan Sukihana (2020: 358), sebagai seorang profesional agen harus siap untuk ditolak dan tetap mempunyai pemikiran yang benar dan positif tentang penolakan itu. Belum lagi hambatan dari tingkat kesadaran masyarakat Indonesia untuk memiliki asuransi sendiri. Dari hambatan yang dihadapi, tugas agen asuransi tetap bekerja keras dalam mengajak orang – orang dan mengedukasi bagaimana pentingnya untuk memiliki asuransi.

Kerja keras yang dilakukan oleh agen asuransi juga digambarkan ke dalam video klip Ardhito Pramono ‘925’. Video Klip ini dirilis oleh musisi *pop-jazz* Indonesia, Ardhito Pramono atau akrab dipanggil Ardhito, pada tanggal 9 Maret 2020. Video klip adalah salah satu media promosi yang sangat ideal yang disponsori oleh produser rekaman dengan tujuan untuk memublikasikan seorang penyanyi dan sebuah lagu yang memiliki potensi untuk disukai oleh khalayak (Fachruddin, 2015: 101). Video klip yang diperankan oleh Ardhito sendiri, bercerita mengenai dirinya yang bekerja sebagai agen asuransi. Dalam video klip, digambarkan beberapa adegan yang mendukung dan memperlihatkan bagaimana pekerjaan agen asuransi dan hambatan yang ditemui dalam mencapai tujuan atau hasil seorang agen asuransi. Adegan itu seperti bekerja dari pagi hari hingga sore hari mengikuti pola waktu kerja ‘925’, gambaran kerja keras dari agen asuransi dalam mempromosikan produknya kepada nasabah, kelelahan dan

kepanasan, mencampakkan perempuan, mendapatkan gaji, dan pekerjaan sampingan. Semua adegan itu di kemas dalam video klip yang berdurasi lebih dari tiga menit. Peneliti ingin melihat apakah kerja keras seorang agen asuransi beserta hambatan yang digambarkan dalam video klip Ardhito Pramono ‘925’, dapat mewakili sekaligus sesuai dengan realitas yang dimiliki oleh agen asuransi atau justru sebaliknya.

Resepsi Khalayak atau audiensi memahami proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dilakukan oleh audiensi ketika mengonsumsi tayangan. Asumsi dasar dari resepsi khalayak adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif sendiri adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada di dalam tayang sebuah film atau drama – drama seri yang ditontonnya, dan juga cerita dalam novel yang dibacanya (Ida, 2014: 161). Khalayak aktif yang digunakan sebagai informan dalam penelitian ini, ialah agen asuransi.

Peneliti menggunakan teori *Encoding – Decoding*. Proses *Encoding* merupakan kegiatan di mana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya ke dalam simbol – simbol berupa kata – kata atau nonverbal. Sedangkan, *Decoding* merupakan aktivitas menerjemahkan simbol – simbol verbal dan nonverbal tadi ke dalam pesan yang bisa saja mirip, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan oleh pengirim (Liliwari, 2011: 39). Proses *Encoding* dalam penelitian ini merupakan adegan – adegan yang menggambarkan kerja keras dalam video klip ‘925’. Lalu setelah melihat gambaran kerja keras dalam video klip, dilakukan proses *Decoding* oleh agen asuransi sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman.

Stuart Hall menerima fakta bahwa sesungguhnya media membingkai pesan dengan maksud untuk membujuk

khalayak, namun khalayak juga memiliki kemampuan untuk menghindari diri dari kemungkinan – kemungkinan tertelan oleh ideologi dominan. Khalayak nantinya akan melakukan *Decoding* terhadap pesan yang ada di media melalui tiga kemungkinan posisi yaitu: pertama Posisi Hegemoni Dominan, posisi di mana media menyampaikan kode budaya dominan yang berlaku di dalam masyarakat. Kedua, Posisi Negosiasi, posisi di mana khalayak secara umum menerima ideologi dominan tetapi mereka menolak penerapannya pada kasus – kasus tertentu, sesuai dengan budaya setempat. Ketiga, Posisi Oposisi, posisi khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan di dalam media dengan cara berpikir mereka terkait topik yang disampaikan dalam media tersebut (Morissan, 2013: 550 – 551).

Proses *Decoding* oleh agen asuransi nantinya akan dipetakan ke dalam Posisi Hegemoni Dominan, Posisi Negosiasi, atau Posisi Oposisi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti ingin mengkaji bagaimana resepsi yang dihasilkan oleh agen asuransi mengenai gambaran kerja keras di dalam video klip Ardhito Pramono yang berjudul ‘925’.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk melihat bagaimana gambaran kerja keras dalam video klip Ardhito Pramono ‘925’ dapat menghasilkan penerimaan dan pandangan yang berbeda pada agen asuransi. Paradigma konstruktivisme diambil dari kata “konstruksi” yakni merancang, yang dirancang adalah pesan. Jadi konstruktivisme disebut juga sebagai pengkajian terhadap *bagaimana pesan di konstruksikan atau disusun*. Diperkuat dengan pernyataan *Glaserfeld* dalam bukunya *Bettencourt*, konstruktivisme adalah salah satu filsafat

ilmu pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) atas kita sendiri (Nurhadi, 2017: 34 – 35). Paradigma ini menyatakan bahwa realitas bersifat sosial dan menumbuhkan bangunan teori atas realitas majemuk dari masyarakatnya. Secara singkat bahwa realitas merupakan konstruksi mental, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat lokal, spesifik dan tergantung pada orang yang melakukannya (Muslih, 2016: 93 – 94).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena – fenomena sosial dari sudut pandang atau perspektif subyek (partisipan). Partisipan adalah orang – orang yang diajak berwawancara, diminta memberikan data, persepsi, pendapat dan pemikirannya. Penelitian kualitatif memiliki dua tujuan utama yaitu untuk menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) dan tujuan kedua yaitu menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*) (Pujileksono, 2016: 36). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti, yaitu deskriptif. Penelitian ini mendeskripsikan suatu obyek, fenomena, atau keadaan sosial yang dituang dalam tulisan bersifat naratif. Penulisan data dan fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar daripada angka. sehingga, dapat memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam penelitian (Anggito & Setiawan, 2018: 11).

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Yusuf (2014: 369) teknik ini berbeda dengan sampel yang lain, dikarenakan dalam penentuan sumber informasi secara *purposive* dilandasi tujuan atau pertimbangan terlebih dahulu. Oleh karena itu, pengambilan informan didasarkan pada maksud tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Peneliti melibatkan lima agen asuransi untuk memperoleh

pemaknaan gambaran kerja keras dalam video klip '925'. Pertama, Saka Saputra. Seorang agen asuransi berusia 26 tahun. Sudah bekerja sebagai agen asuransi selama dua tahun setengah. Kedua, Felix Hans. Agen asuransi berusia 32 tahun, yang sudah bekerja kurang lebih satu tahun sebagai agen asuransi. Ketiga, Paulus Herdiyanto berusia 34 tahun. Bekerja sebagai area manajer alat kesehatan dan agen asuransi. Sudah bekerja sebagai agen asuransi dari tahun 2010 hingga sekarang. Keempat, Edwin Cahyo Wijaya. Lelaki berusia 33 tahun sudah bekerja sebagai agen asuransi dari tahun 2016. Kelima, Cathrine Victoria Rahadi berusia 26 tahun. Bekerja sebagai agen asuransi selama dua tahun lebih.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam sebagai data primer dan studi pustaka sebagai data sekunder. Wawancara mendalam adalah metode yang memungkinkan pewawancara untuk bertanya kepada responden dengan harapan untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang ingin diteliti. Wawancara mendalam dilihat oleh peneliti sebagai sebuah kolaborasi antara pewawancara dan partisipan, di mana apa yang ingin di diskusikan oleh partisipan sama pentingnya dengan apa yang akan ingin di diskusikan oleh pewawancara (West & Turner, 2008: 83). Studi pustaka yang terdapat dalam penelitian ini, berisikan informasi – informasi yang diambil dari sumber tertulis, yakni buku dan jurnal.

Teknik Analisis yang digunakan penelitian ini menggunakan tiga kategori pada *Encoding – Decoding* menurut Hall (Morissan, 2013: 550 – 551). Pertama, posisi Hegemoni Dominan, media menyampaikan pesan di mana khalayak dapat menerima dan secara kebetulan dapat disukai oleh khalayak. Kedua, posisi Negosiasi, khalayak secara umum menerima ideologi dominan tetapi menolak penerapannya dalam kasus – kasus tertentu. Penerapan tersebut

disesuaikan dengan kebudayaan serta pengalaman setempat. Ketiga, posisi Oposisi, ketika khalayak kritis mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan dengan pesan atau kode alternatif. Khalayak menggantinya dengan cara berpikir khalayak itu sendiri terhadap topik yang disampaikan oleh media.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk keabsahan data. Patton dalam Moleong (2017: 330 – 331) mengemukakan bahwa, triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Triangulasi sumber dilakukan oleh ahli psikologi yang mengerti dengan baik kerja keras, yaitu Ida Ayu Dwi Sayojanagandhi Sogata, dengan gelar S1 dan S2 Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. saat ini bekerja sebagai *Manager Center of Student Development Kalbis Institute*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk memetakan hasil wawancara mendalam bersama agen asuransi dalam pemaknaan mengenai gambaran kerja keras dalam video klip Ardhito Pramono '925' pada tiga kemungkinan posisi, yakni posisi Hegemoni Dominan, posisi Negosiasi, dan posisi Oposisi. Ada beberapa adegan yang dipilih oleh peneliti yang memiliki gambaran kerja keras dalam video klip '925'.

A. Tanggapan Mengenai Jam Kerja '925' dalam Video Klip Ardhito Pramono

Dalam video klip, Ardhito Pramono yang digambarkan sebagai agen asuransi memulai aktivitas bekerjanya dari pagi hingga sore, menggunakan pola waktu '925' seperti pada penggunaan judul video klip tersebut. '925' merupakan istilah *9 to 5*, sembilan hingga lima, waktu yang umumnya digunakan oleh orang – orang untuk bekerja. Peneliti

menemukan bahwa informan memiliki tanggapan yang berbeda mengenai pola waktu '925' yang dilakukan oleh Ardhito Pramono dalam video klipnya. Keempat informan berada di posisi Oposisi dan satu informan berada di posisi Negosiasi. Informan satu Saka berada di posisi Negosiasi, menetapkan '925' sebagai waktu bekerja, bahkan dapat bekerja *overtime*, menyesuaikan dengan keinginan diri sendiri. Informan dua Felix berada di posisi Oposisi, menurut informan dua bekerja sebagai agen asuransi memiliki waktu yang fleksibel. Bahkan informan dua sehari hanya bekerja tiga jam saja. Informan tiga Anto berada di posisi Oposisi, informan tiga akan bekerja sebagai karyawan kantor dari pukul delapan sampai lima, setelah itu dilanjutkan sebagai agen asuransi dari pukul lima sampai pukul sembilan. Informan empat Edwin berada di posisi Oposisi, informan empat bekerja tergantung pada dirinya sendiri, biasanya akan mulai bekerja pada pukul 11 sampai pukul 6. Informan lima Cathrine berada di posisi Oposisi, informan lima bekerja tergantung dengan keinginan nasabah atau partner yang bekerja dengannya. Dengan waktu fleksibel seperti itu, informan lima dapat mulai bekerja pagi ataupun malam hari.

B. Gambaran Kerja Keras Agen Asuransi dalam Video Klip Ardhito Pramono '925'

Pada tanggapan mengenai gambaran kerja keras agen asuransi dalam video klip Ardhito Pramono '925', tiga informan berada di posisi Negosiasi dan dua informan di posisi Oposisi. Informan satu Saka berada di posisi Oposisi, informan tidak menyetujui mengenai gambaran kerja keras agen asuransi dalam video klip '925'. Menurut informan satu, realitasnya sebagai agen asuransi sudah tidak menggunakan papan promosi dalam mempromosikan produk asuransi kepada masyarakat. Informan satu juga menambahkan, apa yang

digambarkan oleh Ardhito hanya sebagai seni dalam video klip. Informan dua Felix berada di posisi Oposisi, mengatakan bahwa kerja keras yang dilakukan oleh Ardhito merupakan kerja keras dengan cara tradisional, dan Ardhito dapat menggunakan cara lain tanpa harus menggunakan fisiknya seperti dalam video klip. Informan tiga Anto berada di posisi Negosiasi, gambaran mengenai kerja kerasnya ada, tetapi bekerja sebagai agen asuransi memiliki banyak cara yang dapat dilakukan daripada harus menggunakan papan promosi. Informan tiga mengatakan dengan bertemu orang dan bercerita sekaligus mengedukasi mengenai asuransi sendiri lebih efektif. Informan empat Edwin berada di posisi Negosiasi, informan tiga berpendapat bahwa Ardhito dapat bekerja keras sesuai dengan usaha dan keinginan dirinya dalam mencapai tujuan, termasuk dengan mempromosikan produknya kepada orang – orang. Tetapi dalam mempromosikan kepada masyarakat, informan empat tidak menggunakan cara seperti Ardhito dalam video klipnya. Informan lima Cathrine berada di posisi Negosiasi, menyetujui bagaimana Ardhito melakukan *branding* atas dirinya sebagai agen asuransi, tetapi untuk media promosi menyesuaikan dengan zamannya.

C. Tanggapan Mengenai Adegan Ardhito Pramono Bekerja Sebagai Agen Asuransi Kelelahan dan Kepanasan

Pada tanggapan mengenai gambaran adegan Ardhito Pramono bekerja sebagai agen asuransi kelelahan dan kepanasan, sebanyak dua informan berada di posisi Hegemoni Dominan, satu Negosiasi, dan dua Oposisi. Informan satu berada di posisi Hegemoni Dominan, menyatakan bahwa Ardhito memiliki kemampuan dan konsisten dari dalam dirinya untuk mencapai apa yang Ardhito mau. Sedangkan realitasnya, informan satu

bekerja sebagai agen asuransi tidak kepanasan seperti Ardhito. Informan dua berada di posisi Oposisi, beranggapan bahwa Ardhito dapat menggunakan cara lain yang lebih efektif dan tidak menggunakan fisik secara berlebihan yang membuat Ardhito kelelahan dan harus berdiri di bawah terik matahari. Informan tiga berada di posisi Oposisi, berpendapat bahwa cara yang digunakan oleh Ardhito sendiri bukan cara yang tepat, bekerja sebagai agen asuransi dapat dimulai dari memperkenalkan kepada keluarga ataupun teman. Informan tiga juga menggunakan media sosial, tidak seperti Ardhito menggunakan papan promosi. Informan empat berada di posisi Hegemoni Dominan, mengatakan apa yang digambarkan oleh Ardhito benar adanya dan merupakan hal yang wajar bagi seseorang yang bekerja untuk merasakan kelelahan. Informan lima berada di posisi Hegemoni Dominan, menyetujui dengan adanya gambaran kelelahan dan kepanasan seperti yang digambarkan oleh Ardhito. Karena informan lima sendiri juga merasakan apa yang Ardhito rasakan apabila sedang kanvasing.

D. Tanggapan Mengenai Adegan Ardhito Pramono Mencampakkan Perempuan

Pada tanggapan mengenai adegan Ardhito Pramono mencampakkan perempuan, ada dua informan di posisi Hegemoni Dominan, dua informan di posisi Negosiasi, dan satu informan di posisi Oposisi. Informan satu berada di posisi Hegemoni Dominan, menurutnya setiap orang dapat mengatasi hambatan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapainya, seperti Ardhito. Informan satu juga menambahkan dirinya sebagai tipikal orang yang memprioritaskan pekerjaannya. Informan dua berada di posisi Hegemoni Dominan, mengatakan karakter Ardhito seperti itu saat mengatasi hambatan dan tantangan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena

itu, kembali lagi kepada bagaimana seseorang menanggapi hambatan dan tantangan yang dihadapinya, termasuk Ardhito, dan secara tepat mengetahui bagaimana cara membagi waktu untuk pekerjaan dan kehidupan yang lain. Informan tiga berada di posisi Negosiasi, beranggapan bahwa beberapa orang akan fokus terhadap pekerjaannya, salah satunya Ardhito. Tetapi sebagai agen asuransi juga harus melihat berbagai peluang yang ada. Informan empat berada di posisi Oposisi, informan empat tidak menyetujui dengan apa yang digambarkan dalam video klip. Informan empat dalam kehidupannya masih dapat meluangkan waktu untuk kehidupan yang lain, seperti keluarga ataupun percintaan. Informan lima berada di posisi Negosiasi, informan lima mengatakan tergantung prioritas dari seseorang dalam menghadapi hambatan dan tantangan, seperti itu pula informan lima melihat Ardhito. Mencampakkan perempuan merupakan cara Ardhito dalam menghadapi hambatan dan tantangannya saat bekerja. Informan lima juga memaknai bahwa Ardhito belum merasa berkecukupan dan belum mempunyai waktu yang tepat untuk memikirkan pasangan.

E. Tanggapan Mengenai Adegan Ardhito Pramono Mendapatkan Gaji

Pada tanggapan mengenai adegan Ardhito Pramono mendapatkan gaji, tiga informan berada di posisi Hegemoni Dominan dan dua informan berada di posisi Negosiasi. Informan satu di posisi Hegemoni Dominan, apa yang digambarkan Ardhito merupakan realitas yang dirasakan oleh semua orang yang bekerja. Informan satu menambahkan bahwa apa yang kita lakukan dan kerjakan akan dibayarkan oleh hasil, dan itu salah satu hal yang ditunggu oleh informan satu setelah mendapatkan komisi dari nasabah. Informan dua berada di posisi Negosiasi, informan dua

menanggapi adegan itu sebagai gaji yang diterima oleh Ardhito sedikit, dan itu merupakan hal yang wajar apalagi sebagai agen asuransi. Karena untuk penghasilan pertama sebagai agen asuransi tidak langsung banyak, tetapi bertahap. Informan tiga berada di posisi Negosiasi, adegan itu merupakan hasil yang didapatkan Ardhito setelah bekerja keras sebagai agen asuransi, untuk cukup dan tidak cukupnya tergantung dengan bagaimana Ardhito. Informan berada di posisi Hegemoni Dominan, adegan Ardhito mendapatkan gaji merupakan hasil yang didapatnya setelah bekerja seharian, wajar untuk seseorang mendapatkan upah atau gaji. Informan lima berada di posisi Hegemoni Dominan, berpendapat bahwa itu merupakan hasil dari kerja keras yang sudah Ardhito kerjakan. Hasil yang didapatkan itu sepadan dengan pekerjaan Ardhito lakukan sepanjang hari itu di dalam video klip.

F. Tanggapan Mengenai Pekerjaan Sampingan Ardhito Pramono selain Menjadi Agen Asuransi

Pada tanggapan mengenai pekerjaan sampingan Ardhito Pramono selain menjadi agen asuransi sebanyak empat informan ada di posisi Hegemoni Dominan dan satu informan berada di posisi Oposisi. Informan satu Saka berada di posisi Hegemoni Dominan, informan satu berpendapat itu merupakan cara lain bagaimana Ardhito untuk tetap mendapatkan duit selain menjadi agen asuransi, sehingga cara apa pun dilakukan seperti memiliki pekerjaan sampingan sebagai pemain musik. Informan satu sendiri tidak memiliki pekerjaan sampingan seperti Ardhito. Informan dua berada di posisi Hegemoni Dominan, seperti Ardhito informan dua memiliki pekerjaan sampingan. Informan dua Felix juga berpendapat bahwa itu merupakan cara yang dilakukan oleh Ardhito, sebagai usahanya untuk dapat menghasilkan uang dengan *talent* yang

dipunyai oleh Ardhito. Informan tiga Anto ada di posisi Hegemoni Dominan, informan tiga juga memiliki pekerjaan sampingan. Menurut informan tiga hal itu merupakan hal wajar, asalkan pekerjaan sampingan tersebut merupakan keinginan dan sesuai dengan *passion* yang dimiliki oleh Ardhito. Informan empat Edwin berada di posisi Oposisi, menurutnya itu merupakan hiburan yang dilakukan oleh Ardhito bukan dijadikannya sebagai pekerjaan sampingan. Informan empat mengatakan tidak memiliki pekerjaan sampingan, selain menjadi agen asuransi. Informan lima Cathrine berada di posisi Hegemoni Dominan, menyetujui dengan gambaran pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh Ardhito.

Peneliti menggunakan teori *Encoding – Decoding*. *Encoding* diartikan sebagai proses kegiatan yang dilakukan sumber dalam menerjemahkan pikiran serta idenya ke dalam suatu bentuk pesan yang akan diterima oleh penerima (Morissan, 2013: 18). *Encoding* dalam penelitian ini dilakukan oleh Athea Visuals dan Ardhito Pramono, melalui adegan – adegan kerja keras yang terdapat dalam video klip ‘925’. Seperti, adegan bekerja dari pagi hari hingga sore hari mengikuti jam kerja ‘925’, bekerja keras sebagai agen asuransi dalam mempromosikan produknya, dan pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh Ardhito. Adegan - adegan yang menggambarkan kerja keras ini akan diterima oleh khalayak aktif, yaitu agen asuransi. Proses ini disebut *Decoding*, sebuah kegiatan menerjemahkan pesan – pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima (Morissan, 2013: 21). *Decoding* dilakukan oleh agen asuransi setelah menonton video klip Ardhito Pramono ‘925’, bentuk pesan yang diterima adalah gambaran kerja keras. Proses ini dilakukan oleh agen asuransi berdasarkan pengalaman yang dimiliki

dalam menerima gambaran kerja keras pada video klip tersebut.

Salah satunya terdapat pada adegan Ardhito yang digambarkan memiliki pekerjaan sampingan sebagai pemain musik. Beberapa informan seperti Saka, Felix dan Cathrine menerima gambaran kerja sampingan yang dilakukan oleh Ardhito. Sedangkan informan Anto, mengatakan bahwa sebenarnya agen asuransi merupakan pekerjaan sampingan. Anto mengatakan, sebagai agen asuransi merupakan pekerjaan sampingannya. Tetapi untuk ke depan, agen asuransi akan dijadikan sebagai sumber utama penghasilan Anto. Berbeda dengan pemaknaan informan lainnya, informan Edwin melihat bahwa pekerjaan sampingan yang digambarkan oleh Ardhito hanya sebuah hiburan dan bukan sebagai pekerjaan sampingan yang dilakukan lelaki tersebut. Edwin mengatakan, bahwa yang digambarkan Ardhito saat bermain piano tersebut hanya sebuah hiburan, bukan dijadikan pekerjaan sampingan oleh Ardhito.

Selain dari pengalaman informan, pengetahuan akan sebuah informasi terkait dengan pesan yang dibuat oleh pembuat media juga sangat berperan penting. Hal ini dibuktikan dengan salah satu tanggapan informan, mengenai gambaran kerja keras sebagai agen asuransi yang ditampilkan di dalam video klip Ardhito Pramono '925'. Informan Saka yang merupakan lulusan S1 Strategic Communication Kalbis Institute memberikan pemaknaannya sendiri, Saka mengatakan media yang digunakan oleh Ardhito dalam video klip, yakni menggunakan papan bertuliskan "*Life Insurance*" hanya sebagai seni dalam video klip. Sedangkan dalam realitas sebagai agen asuransi, seorang agen dapat menggunakan media sosial atau bertemu nasabah secara langsung untuk mengedukasi dan mengajak nasabah untuk memiliki asuransi. Melihat adanya hasil yang berbeda, membuktikan bahwa agen asuransi

merupakan khalayak aktif dalam melakukan proses *Decoding* mengenai gambaran kerja keras di video klip Ardhito Pramono '925' sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman individu sebagai agen asuransi. Para agen asuransi tidak serta merta berada di posisi yang diinginkan oleh pembuat pesan, tetapi dapat mengganti dengan pesan alternatif dari pengalaman dan juga pengetahuannya.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk melihat bagaimana gambaran kerja keras dalam video klip Ardhito Pramono '925' dapat menghasilkan penerimaan dan pandangan berbeda pada khalayak aktif penelitian ini, yaitu agen asuransi. Dari hasil wawancara mendalam bersama agen asuransi, ada beberapa adegan yang tidak sesuai dengan realitas yang dimiliki oleh seorang agen asuransi, yakni pada pola waktu kerja '925' seperti yang digambarkan oleh Ardhito Pramono dalam video klip. Tetapi ada beberapa pesan yang dapat diterima dan secara langsung disukai oleh kelima agen asuransi, yakni pada gambaran pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh Ardhito.

G. Triangulasi Sumber

Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek kebenaran informasi yang diperoleh dari kelima informan agen asuransi. Triangulasi dilakukan kepada ahli psikologi, yakni Ida Ayu Dwi Sayoanagandhi Sogata, yang memahami konsep kerja keras dengan baik.

Menurut narasumber kerja keras adalah sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan atau usaha untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai seseorang. Kerja keras dilakukan karena adanya motif seseorang untuk memperoleh sesuatu dengan dibarengi motivasi yang ada di dalam dirinya. Menurut narasumber pekerja di Indonesia bila sudah bekerja keras jarang

memerhatikan kesehatan fisik dan mentalnya. Narasumber juga berpendapat bahwa kerja keras yang digambarkan dalam bentuk video klip tidak efektif, karena keinginan seseorang bekerja keras datang dari dalam diri seseorang untuk memperoleh sesuatu yang diinginkannya.

IV. SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap informan agen asuransi memiliki penerimaan dan pandangan yang berbeda dari gambaran kerja keras yang ditampilkan di dalam video klip Ardhito Pramono '925'. Pemaknaan dan pandangan yang berbeda tersebut, disesuaikan dengan latar belakang, pandangan, dan pengalaman para informan terkait kerja keras. Dari hasil tersebut, kelima informan agen asuransi dipetakan menjadi tiga kemungkinan posisi, posisi Hegemoni Dominan, posisi Negosiasi, dan posisi Oposisi. Posisi Hegemoni Dominan didominasi pada tanggapan mengenai pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh Ardhito Pramono di dalam video klipnya yang berjudul '925'. Para informan yang berada di posisi ini mengatakan bahwa cara tersebut sah dilakukan oleh Ardhito sebagai salah satu upaya yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah penghasilan, selain dari agen asuransi. Posisi Negosiasi didominasi pada tanggapan mengenai gambaran kerja keras agen asuransi dalam video klip Ardhito Pramono '925'. Menurut para informan yang berada di posisi ini, mengatakan bahwa gambaran kerja keras sebagai agen asuransi yang ditampilkan dalam video klip tersebut memang ditunjukkan oleh Ardhito. Tetapi untuk penerapan dalam mempromosikan produknya, tidak seperti realitas pekerjaan yang dilakukan oleh agen asuransi di

kehidupan nyata. Posisi Oposisi didominasi pada tanggapan mengenai jam kerja '925' dalam video klip Ardhito Pramono. Para informan yang berada di posisi Oposisi kritis dan mengganti gambaran jam kerja '925' pada video klip Ardhito Pramono. Informan mengatakan untuk jam kerja seorang agen asuransi sendiri memiliki waktu yang fleksibel. Agen asuransi dapat mulai bekerja atas keinginan sendiri, nasabah ataupun *partner*.

DAFTAR RUJUKAN

- Fachruddin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi: Produksi Klip, Musik, Komedi, Kuis, Talk Show, Game Show, Reality Show, Drama, Variety Show*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Muslih, M. (2016). *Filsafat Ilmu: Kajian atas Asumsi Dasar, Paradigma, dan Kerangka Teori Ilmu Pengetahuan*. Solo: LESFI
- Mustari, M. (2017). *Nilai Karakter: Refleksi untuk Pendidikan*. Depok: Rajawali Pers
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana
- Nurhadi, Z.F. (2017). *Teori Komunikasi Temporer*. Depok: Kencana
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing
- Putra, I Wayan. A.S.W. & Sukihana, I.A. (2020). Kedudukan Agen Asuransi di Era Digital dalam Menawarkan Produk Asuransi. *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8, No. 3, (2020), hal. 350-367
- West, R & Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. (Ed, 3. Buku, 1). Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. (Ed. 1). Jakarta: Kencana.