

## ABSTRAK

Alina. 2025. ANALISIS RESEPSI PENONTON TAYANGAN *CLASH OF CHAMPIONS* BAGI PELAJAR OLIMPIADE PADA KOMUNITAS PENGGEJAR COC DI TWITTER. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Ageng Soeharno M.Pd S.S

Penelitian ini menganalisis resepsi penonton terhadap tayangan YouTube *Clash of Champions* yang diproduksi oleh Ruangguru, dengan fokus pada pelajar olimpiade yang tergabung dalam komunitas penggemar di Twitter. *Clash of Champions* merupakan program *edutainment* berbasis kompetisi yang tidak hanya berfungsi sebagai media pembelajaran tetapi juga sebagai bagian dari komunikasi media massa yang membentuk persepsi, motivasi, dan pola interaksi audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan tayangan ini. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan 19 pelajar olimpiade yang aktif dalam komunitas Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan ini berperan dalam membangun komunikasi massa melalui interaksi di platform media sosial, yang memungkinkan audiens untuk berbagi opini, berdiskusi, dan membentuk komunitas berbasis minat akademik. Sebagian besar audiens berada dalam *dominant-hegemonic position*, menerima tayangan ini sebagai motivasi positif untuk meningkatkan prestasi akademik. Selain itu, komunikasi non-verbal yang ditampilkan dalam tayangan, seperti ekspresi para peserta dan dinamika kompetisi, turut mempengaruhi bagaimana audiens merespons pesan yang disampaikan.

Dari perspektif komunikasi media massa, penelitian ini menunjukkan bahwa *Clash of Champions* bukan hanya tayangan edukatif, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang memperkuat identitas intelektual audiensnya. Interaksi yang terbentuk di media sosial mencerminkan bagaimana khalayak aktif tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga berpartisipasi dalam membangun wacana pendidikan di ruang digital.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi massa, khususnya dalam memahami bagaimana media baru dapat memengaruhi motivasi belajar, membentuk komunitas digital, dan menciptakan pola komunikasi yang mendorong perkembangan intelektual audiens.

**Kata kunci:** Komunikasi media massa, resepsi audiens, *Clash of Champions*, *edutainment*, komunitas massa, motivasi belajar

## **ABSTRACT**

Alina. 2025. Audience Reception Analysis of Clash of Champions Broadcasts for Olympiad Students in the Clash of Champions Fan Community on Twitter. Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah Jember University. Advisor: Ageng Soeharno, M.Pd, S.S.

*This study analyzes audience reception of the YouTube show Clash of Champions, produced by Ruangguru, focusing on Olympiad students who are part of its fan community on Twitter. Clash of Champions is an edutainment program based on competition, serving not only as an educational medium but also as a form of mass media communication that shapes audience perceptions, motivation, and interaction patterns.*

*This research employs a qualitative approach using Stuart Hall's reception analysis method to understand how the audience interprets this show. Data was collected through interviews with 19 Olympiad students who actively engage in the Twitter community. The findings indicate that this show plays a role in building mass communication through interactions on social media platforms, allowing audiences to share opinions, engage in discussions, and form interest-based academic communities. Most of the audience falls into the dominant-hegemonic position, accepting the show as a positive motivation to enhance academic achievement. Additionally, the non-verbal communication displayed in the show, such as participants' expressions and competitive dynamics, significantly influences how the audience perceives the conveyed message.*

*From the perspective of mass media communication, this study shows that Clash of Champions is not just an educational show but also a communication tool that strengthens the intellectual identity of its audience. The interactions formed on social media reflect how active audiences not only consume content but also participate in shaping educational discourse in digital spaces.*

*This research contributes to the field of mass communication studies, particularly in understanding how new media can influence learning motivation, build digital communities, and create communication patterns that drive intellectual development among audiences.*

**Keywords:** *Mass media communication, audience reception, Clash of Champions, edutainment, mass community, learning motivation*