

Strategi Komunikasi Program Jurnal Adhyaksa dalam Edukasi Hukum Publik: Analisis Teori Multimedia Kognitif di Kanal YouTube

Yasser Indies¹, Leonard Dharmawan^{2*}

^{1,2*} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Email: yasserindies@apps.ipb.ac.id¹, leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id^{2*}

Histori Artikel:

Dikirim 12 Maret 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 30 April 2025; *Diterima* 10 Mei 2025; *Diterbitkan* 30 Mei 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Program Jurnal Adhyaksa merupakan inisiatif edukasi hukum publik yang dikembangkan Kejaksaan Agung RI melalui kanal YouTube. Studi ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan dalam program tersebut dengan mengacu pada teori strategi komunikasi dan Multimedia Kognitif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi terhadap dua belas episode, wawancara mendalam, serta studi dokumentasi. Analisis dilakukan melalui pendekatan SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi komunikasi yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program telah menerapkan sebagian besar prinsip multimedia kognitif, seperti coherence, signaling, modality, dan contiguity, yang mendukung efektivitas penyampaian pesan hukum secara visual. Strategi komunikasi juga mencakup penyusunan pesan informatif, persuasif, dan edukatif, serta penggunaan multiplatform media. Namun, ditemukan keterbatasan pada aspek segmentasi konten, interaktivitas dengan audiens, dan adaptasi gaya komunikasi terhadap karakteristik Gen Z. Temuan ini menekankan pentingnya penguatan strategi komunikasi yang lebih partisipatif, personal, dan lintas media dalam mendukung literasi hukum digital masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Jurnal Adhyaksa; Media Edukasi; Multimedia Kognitif; Strategi Komunikasi; YouTube.

Abstract

The Jurnal Adhyaksa program is a public legal education initiative developed by the Attorney General's Office of the Republic of Indonesia through its YouTube channel. This study aims to analyze the communication strategy applied in the program by referring to communication strategy theory and the Cognitive Theory of Multimedia Learning. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing observation of twelve episodes, in-depth interviews, and document analysis. The data were analyzed using the SWOT framework to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the communication strategy implemented. The findings reveal that the program has applied most principles of cognitive multimedia, including coherence, signaling, modality, and contiguity, which contribute to the effectiveness of legal message delivery through visual media. The communication strategy also includes the construction of informative, persuasive, and educational messages, along with the use of multiplatform media. However, limitations were identified in content segmentation, audience interactivity, and the adaptation of communication style to Generation Z's characteristics. These findings highlight the importance of strengthening a more participatory, personalized, and cross-media communication strategy to sustainably support public digital legal literacy.

Keyword: Jurnal Adhyaksa; Educational Media; Cognitive Multimedia; Communication Strategy; YouTube.

1. Pendahuluan

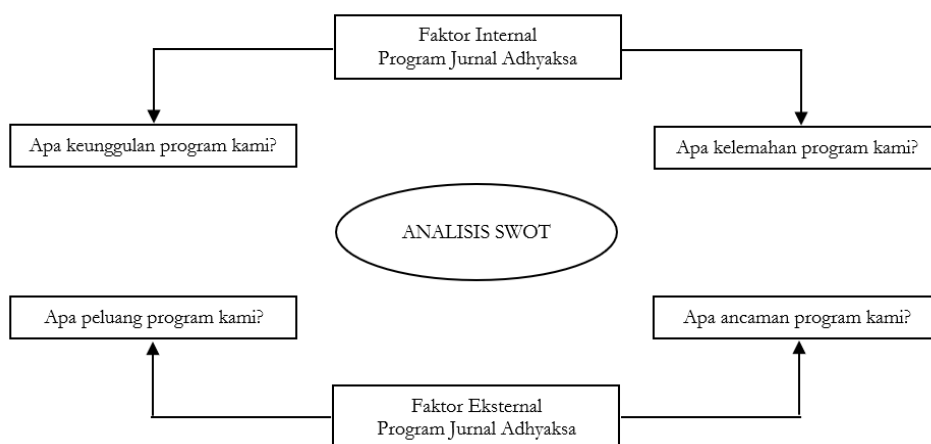
Transformasi teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi dan akses masyarakat terhadap informasi, termasuk di sektor hukum. Edukasi hukum kini tidak lagi terbatas pada media cetak atau forum konvensional, melainkan telah berkembang melalui media digital yang bersifat terbuka dan interaktif. Mengingat sulitnya permasalahan hukum yang dihadapi masyarakat, serta masih rendahnya pemahaman publik terhadap hak dan kewajiban hukum, kehadiran media edukatif yang disampaikan secara visual menjadi semakin relevan. Kejaksaan Agung Republik Indonesia sebagai salah satu lembaga penegak hukum negara memiliki peran strategis tidak hanya dalam proses litigasi, tetapi juga dalam membangun kesadaran hukum masyarakat melalui komunikasi publik yang sistematis. Pemahaman masyarakat terhadap lembaga kejaksaan masih cenderung terbatas. Banyak pihak hanya mengenal jaksa sebagai penuntut di persidangan, tanpa memahami peran penting kejaksaan dalam bidang non-litigasi seperti penyuluhan hukum, pengawasan penyidikan, pemulihan aset negara, serta pelaksanaan *restorative justice*. Hasil survei Indikator Politik Indonesia (2024) mencatat bahwa Kejaksaan Agung RI mendapat tingkat kepercayaan publik yang tinggi, mencapai lebih dari 60%. Meski demikian, kepercayaan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap fungsi dan peran kejaksaan secara utuh. Artinya, meskipun citra institusional cukup kuat, masih dibutuhkan strategi komunikasi yang mampu menjembatani institusi hukum dengan kebutuhan informasi masyarakat secara jelas dan edukatif. Program Jurnal Adhyaksa merupakan salah satu bentuk implementasi komunikasi publik yang dikembangkan oleh Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan Agung RI bekerja sama dengan Kompas TV. Tujuan utama program ini adalah memberikan edukasi hukum kepada masyarakat dalam format video informatif dan dokumentasi yang ditayangkan melalui kanal YouTube. Platform YouTube dipilih karena menurut data oleh We Are Social telah menjangkau lebih dari 143 juta pengguna aktif di Indonesia, menjadikannya media yang sangat potensial untuk menyampaikan informasi hukum secara luas (Yonatan, 2025). Format audiovisual yang dimiliki YouTube memungkinkan integrasi antara teks, suara, gambar, dan narasi yang dapat membentuk pemahaman lebih baik dibandingkan media satu arah lainnya. Teori multimedia kognitif yang dikemukakan Mayer (dalam Hanum *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa manusia memproses informasi secara lebih efektif ketika menerima materi melalui gabungan elemen visual dan verbal. Penggunaan media seperti video edukatif mempermudah audiens dalam memahami informasi kompleks, termasuk materi hukum yang cenderung bersifat teknis dan abstrak.

Hal ini menjadikan YouTube sebagai media edukasi yang bukan hanya populer, tetapi juga efektif secara kognitif dalam menyampaikan pesan berbasis hukum kepada khalayak luas. Strategi komunikasi memiliki peran sentral dalam keberhasilan penyampaian pesan hukum kepada publik. Menurut Harahap *et al.* (2022), strategi komunikasi mencakup proses identifikasi khalayak, penyusunan pesan yang tepat, pemilihan media, serta pengukuran efektivitas komunikasi. Tanpa strategi yang terstruktur dan disesuaikan dengan karakteristik media serta audiensnya, pesan yang disampaikan cenderung tidak diterima secara optimal. Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas strategi komunikasi dalam berbagai konteks. Penelitian oleh Shifaunnawa (2022) menyoroti strategi dakwah melalui YouTube, sementara Zen (2023) membahas strategi Komisi Pemilihan Umum dalam sosialisasi pemilu. Salim (2024) meneliti penggunaan strategi komunikasi untuk pengarusutamaan toleransi beragama melalui video digital. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi dalam program edukasi hukum berbasis audiovisual yang diproduksi oleh lembaga negara dan disiarkan melalui platform YouTube. Kondisi tersebut menunjukkan adanya gap penelitian yang perlu diisi. Pentingnya penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam mengkaji secara empiris bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Kejaksaan Agung RI melalui program Jurnal Adhyaksa dapat mempengaruhi efektivitas penyampaian edukasi hukum kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam program Jurnal Adhyaksa sebagai media edukasi hukum publik melalui kanal YouTube, serta menilai efektivitasnya berdasarkan teori strategi komunikasi dan multimedia kognitif.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan dalam program Jurnal Adhyaksa sebagai media edukasi hukum publik di kanal YouTube. Menurut Waruwu (2024) penelitian kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan yang menekankan pada pengamatan yang cermat dan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian terletak pada proses komunikasi, konstruksi pesan hukum, serta respons audiens terhadap konten audiovisual yang diproduksi oleh Kejaksaan Agung RI. Lokasi penelitian berpusat pada kanal digital YouTube dan program Jurnal Adhyaksa yang dikelola oleh Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan Agung RI, serta pada lingkungan kerja internal institusi terkait yang terlibat langsung dalam proses produksi konten, termasuk tim kreatif dan unit komunikasi publik. Proses penelitian diawali dengan penetapan objek dan fokus kajian, kemudian dilanjutkan melalui tahapan pengumpulan konten yang akan dianalisis, pelaksanaan observasi, penyusunan instrumen wawancara, wawancara mendalam, dokumentasi data, serta analisis terhadap hasil pengamatan video. Tahap observasi dirancang secara sistematis untuk memastikan data yang dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), observasi yang dilakukan dalam konteks penelitian kualitatif harus bersifat terstruktur agar mampu menghasilkan data yang relevan, mendalam, dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang ada (Cangara 2022). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi internal serta eksternal dari strategi komunikasi yang diterapkan dalam program Jurnal Adhyaksa. Sasoko & Mahrudi (2023) menjelaskan bahwa kekuatan dianalisis melalui keunggulan konten, kredibilitas lembaga, serta efektivitas penyampaian informasi hukum. Kemudian, kelemahan meliputi keterbatasan bahasa yang terlalu formal, rendahnya interaksi dengan audiens, atau kurangnya adaptasi terhadap dinamika media digital. Peluang dianalisis dari kemungkinan perluasan jangkauan audiens, kolaborasi antarlembaga, serta tren meningkatnya minat terhadap literasi hukum digital. Sementara itu, ancaman mencakup faktor eksternal seperti persaingan dengan konten hiburan, rendahnya minat publik terhadap isu hukum, serta tantangan dalam menjaga konsistensi penyampaian edukasi hukum melalui platform yang bersifat terbuka seperti YouTube. Melalui pendekatan SWOT, penelitian ini bertujuan tidak hanya untuk menggambarkan strategi komunikasi yang telah diterapkan, tetapi juga untuk memberikan evaluasi kritis dan rekomendasi konkret bagi pengembangan program ke depan (*lihat* Gambar 1).



Gambar 1. Model Analisis SWOT Penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

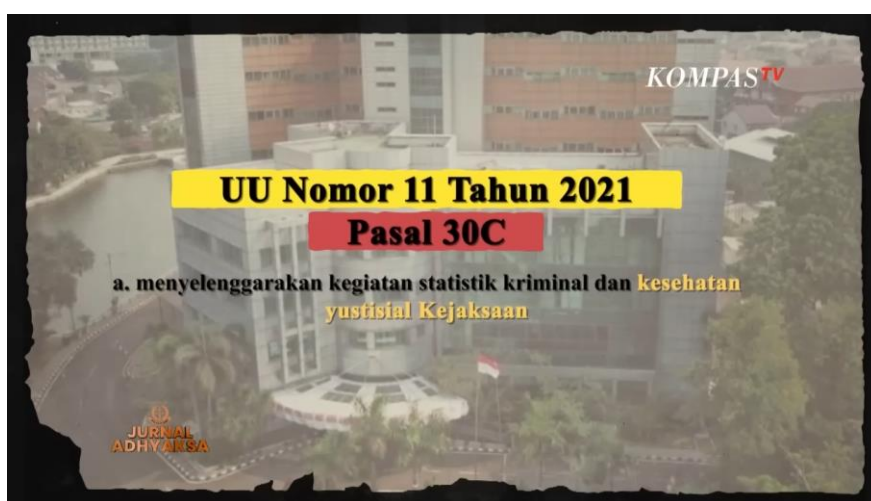
3.1.1 Multimedia Kognitif Jurnal Adhyaksa

Penyajian visual dalam program ini harus memperhatikan prinsip-prinsip multimedia kognitif agar konten hukum yang bersifat teknis dan formal dapat disampaikan secara menarik dan mudah dipahami. Hanum *et al.* (2023) menjelaskan bahwa pemahaman prinsip multimedia kognitif akan meningkatkan ketika individu menerima informasi melalui kombinasi kata-kata dan gambar, bukan dari salah satu unsur saja. Hal ini sangat relevan bagi penyusunan video edukasi hukum seperti dalam program Jurnal Adhyaksa, yang ditujukan kepada masyarakat umum dengan tingkat literasi hukum yang beragam. Video yang dirancang sesuai prinsip ini berpotensi meningkatkan pemahaman audiens sekaligus meminimalkan terjadinya miskomunikasi terhadap isi pesan hukum. Desain komunikasi visual yang tepat juga dapat memperkuat keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan edukasi hukum secara lebih efektif. Mayer mengidentifikasi dua belas prinsip utama dalam pembelajaran berbasis multimedia yang berfungsi sebagai pedoman dalam pengembangan konten edukatif yang komunikatif, aplikatif, dan kognitif. Prinsip-prinsip itu terdiri dari: (1) *Coherence principle*; (2) *Signaling principle*; (3) *Redundancy principle*; (4) *Spatial contiguity principle*; (5) *Temporal contiguity principle*; (6) *Segmenting principle*; (7) *Pre-training principle*; (8) *Modality principle*; (9) *Multimedia principle*; (10) *Personalization principle*; (11) *Image principle*; (12) *Voice principle*. Analisis prinsip-prinsip tersebut pada episode program Jurnal Adhyaksa dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Analisis Prinsip Multimedia Kognitif Episode Jurnal Adhyaksa

Episode	Prinsip											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Restorative Justice bersama Jaksa Agung RI di Hari Lahir Kejaksaan RI Ke-79	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Strategi Kejaksaan Agung Ungkap Sejumlah Kasus Bidang Tindak Pidana Khusus	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Badan Pendidikan dan Pelatihan Kejaksaan RI	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Badan Pemulihan Aset Kejaksaan Agung Republik Indonesia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Strategi Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan RI Jaga Transparansi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Layanan Kesehatan Yustisial di Rumah Sakit Adhyaksa Jakarta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jurnal Adhyaksa: Sudharma Tan Klaim Sepihak Tanah Gedung Lama Kantor Kejari Jakbar	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jurnal Adhyaksa: 'Restorative Justice' Puspenkum Kejaksaan Agung dalam Kasus Pencurian dan Penadahan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Restorative Justice Kejaksaan Negeri Jakarta Timur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Restorative Justice Kejaksaan Negeri Kota Tangerang	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tangkap Buron Kejaksaan Negeri Surabaya	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓
Kaleidoskop Jurnal Adhyaksa 2024	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Hasil observasi terhadap dua belas episode program Jurnal Adhyaksa menunjukkan bahwa sebagian besar kontennya telah menerapkan prinsip-prinsip multimedia kognitif secara konsisten. Elemen visual dan verbal dikombinasikan secara proporsional melalui penggunaan narasi, *footage* kegiatan, teks pendukung, dan grafis penjelas yang selaras, sehingga mendukung pemahaman audiens terhadap informasi hukum yang disampaikan. Prinsip-prinsip seperti *coherence*, *signaling*, *modality*, dan *contiguity* tampak dominan diterapkan dalam seluruh episode, menunjukkan adanya kesadaran desain dalam penyampaian konten edukatif. Meskipun demikian, ditemukan pula beberapa episode yang belum sepenuhnya mengakomodasi prinsip seperti *segmenting* dan *personalization*, terutama pada tayangan berdurasi panjang yang disajikan secara naratif penuh tanpa jeda pengelompokan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum program Jurnal Adhyaksa telah mengadopsi teori multimedia kognitif, penyempurnaan masih dibutuhkan agar seluruh prinsip dapat terimplementasi secara menyeluruh dan konsisten. Salah satu prinsip yang paling dominan diterapkan dalam program Jurnal Adhyaksa adalah prinsip *coherence*, yaitu prinsip penghilangan informasi yang tidak relevan agar fokus audiens tetap terjaga. Pada sebagian besar episode, penyusunan video menunjukkan upaya menghindari elemen yang bersifat dekoratif atau informasi tambahan yang tidak mendukung pokok pesan hukum yang ingin disampaikan. Narasi dibacakan dengan tempo stabil dan tanpa tambahan efek suara yang berlebihan, sementara visual menampilkan dokumentasi kegiatan kejaksaan yang sesuai dengan topik. Pemangkasan konten yang tidak perlu membantu audiens tetap fokus pada inti edukasi hukum yang disampaikan. Prinsip ini sangat penting mengingat konten hukum sering kali dipersepsikan berat dan kompleks, sehingga eliminasi gangguan kognitif dapat meringankan beban pemrosesan informasi. Penerapan prinsip *signaling* juga terlihat cukup konsisten dalam sebagian besar tayangan. Prinsip ini mengacu pada penggunaan isyarat visual maupun verbal untuk menandai bagian penting dari informasi. Prinsip ini diwujudkan melalui penggunaan teks *overlay* di bagian bawah layar untuk menekankan suatu adegan, serta penekanan suara narator saat menjelaskan poin penting. Tanda visual seperti *highlight* teks dan perubahan warna judul segmen digunakan untuk membedakan antara satu subtopik dengan subtopik lainnya. Kehadiran sinyal ini memudahkan audiens untuk mengenali struktur informasi dan membantu proses pengorganisasian pengetahuan secara lebih sistematis. Seperti pada episode “Layanan Kesehatan Yustisial di Rumah Sakit Adhyaksa Jakarta”, yang menjelaskan bahwa Kejaksaan RI mempunyai tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan kesehatan yustisial kejaksaan, lantas pada bagian undang-undang tim sudah men-highlight bagian yang relevan dengan narasi atau topik yang sedang dibicarakan (*lihat Gambar 2*).



Gambar 2. Penerapan Prinsip *Signaling*

Prinsip *contiguity*, baik *spatial* maupun *temporal*, juga teridentifikasi secara cukup baik. *Spatial contiguity* merujuk pada penempatan teks atau label visual yang dekat dengan objek gambar atau ilustrasi yang dijelaskan. Misalnya, saat menjelaskan proses pemulihan aset oleh kejaksaan, label teks langsung muncul berdampingan dengan gambar ilustratif lokasi penyitaan atau proses hukum terkait. *Temporal contiguity* pun dijaga melalui sinkronisasi antara narasi dan visual; narator menjelaskan isi tayangan secara simultan dengan visualisasi yang ditampilkan. Kesesuaian ini membantu audiens memproses hubungan antara audio dan visual secara lebih efisien, memperkuat pemahaman informasi. Prinsip *modality* juga terlihat diterapkan dalam penggunaan narasi lisan dibandingkan teks panjang yang dibaca. Narator di setiap episodanya telah menjelaskan isi video secara langsung tanpa membebani penonton dengan bacaan panjang di layar. Informasi visual dan audio saling mendukung, bukan saling mengulangi. Prinsip ini penting karena mengurangi beban kerja memori visual audiens, yang seharusnya lebih difokuskan pada pemahaman visualisasi isi daripada membaca teks yang panjang sambil memproses gambar. Contohnya pada episode "Jurnal Adhyaksa: 'Restorative Justice' Puspenkum Kejaksaan Agung dalam Kasus Pencurian dan Penadahan" dimana tim lebih banyak memvisualisasikan dengan reka adegan sambil menjelaskan terkait topik kasus pencurian. Tim telah mengurangi penggunaan teks yang panjang di layar dan memprioritaskan visualisasi dan narasi yang sesuai agar penonton lebih memahami topik yang sedang dibicarakan (*lihat Gambar 3*).



Gambar 3. Penerapan Prinsip *Modality*

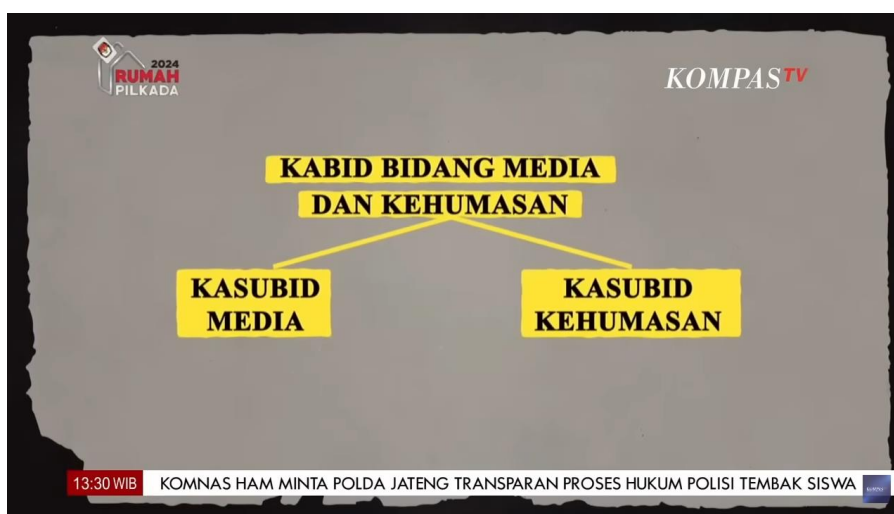
Meskipun mayoritas episode telah menerapkan prinsip di atas secara baik, masih ditemukan beberapa kekurangan dalam penerapan prinsip *segmenting* dan *personalization*. Prinsip *segmenting* mengharuskan penyajian informasi dalam bagian-bagian kecil yang bermakna agar pemrosesan informasi menjadi lebih mudah. Kejaksaan Agung RI sendiri telah merancang program Jurnal Adhyaksa dengan durasi maksimal sekitar 20 menit per episode, sebagai upaya membatasi panjang tayangan agar sesuai dengan daya serap audiens digital. Kendati demikian, beberapa episode berdurasi mendekati batas maksimal masih belum menampilkan transisi atau pembagian visual yang jelas antar segmen topik, sehingga audiens potensial mengalami kelelahan kognitif. Penyampaian narasi berlangsung terus-menerus tanpa transisi antar topik yang terstruktur. Prinsip *segmenting* mengharuskan penyajian informasi dalam bagian-bagian kecil yang bermakna agar pemrosesan informasi menjadi lebih mudah. Beberapa episode, terutama yang berdurasi di atas sepuluh menit, tidak memberikan jeda atau pembagian visual yang jelas antar segmen topik, sehingga audiens potensial mengalami kelelahan kognitif. Penyampaian narasi berlangsung terus-menerus tanpa transisi antar topik yang terstruktur. Setelah itu pada prinsip *personalization*, sebagian besar narasi menggunakan gaya formal institusional tanpa menyapa audiens secara langsung atau melibatkan gaya bahasa personal. Padahal, gaya komunikasi personal dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara pengirim pesan dan penerima.

Prinsip *redundancy*, yang menganjurkan agar informasi tidak disampaikan secara ganda melalui teks tertulis dan narasi verbal sekaligus, juga relatif terjaga. Program Jurnal Adhyaksa tidak menampilkan narasi teks panjang yang bersamaan dengan audio, kecuali untuk penegasan istilah, undang-undang, dan kutipan hukum. Hal ini menunjukkan pemahaman tim produksi terhadap potensi beban kognitif audiens jika informasi disampaikan secara berlebihan. Audio dan teks digunakan secara saling melengkapi, bukan bersifat duplikasi, yang memperkuat efektivitas penyampaian pesan hukum. Sementara itu, prinsip *voice* yang mengutamakan suara manusia nyata dibanding suara buatan atau robotik juga diterapkan dengan baik. Narasi dalam setiap episode dibacakan oleh pengisi suara profesional yang memiliki artikulasi jelas dan nada suara stabil. Kualitas suara ini berkontribusi terhadap penerimaan audiens terhadap isi pesan dan meningkatkan kredibilitas narasi yang disampaikan. Suara manusia yang alami membantu menjaga perhatian audiens serta memperkuat kesan profesional dari program edukasi yang disampaikan oleh lembaga resmi negara. Selain prinsip-prinsip yang telah dibahas sebelumnya, terdapat sejumlah prinsip multimedia kognitif lain yang juga telah diimplementasikan secara optimal dalam seluruh episode program Jurnal Adhyaksa. Prinsip *pre-training*, yang menganjurkan pengenalan terlebih dahulu terhadap konsep kunci atau istilah penting sebelum penjelasan utama, tampak diterapkan melalui pengantar di awal episode yang sering kali menjelaskan konteks hukum yang dibahas. Prinsip multimedia, yakni penggabungan teks verbal dan elemen visual, menjadi fondasi utama dari keseluruhan desain video Jurnal Adhyaksa. Sementara itu, prinsip *image*, yang menekankan pentingnya penggunaan gambar manusia nyata untuk meningkatkan keterlibatan audiens, terlihat melalui penggunaan klip aktivitas jaksa, wawancara langsung, serta dokumentasi kegiatan lapangan. Keberhasilan penerapan prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa produksi konten Jurnal Adhyaksa telah diarahkan tidak hanya untuk menyampaikan informasi hukum secara formal, tetapi juga untuk mengoptimalkan daya serap audiens berdasarkan prinsip pembelajaran visual yang efektif.

3.1.2 Strategi Komunikasi Jurnal Adhyaksa

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kejaksaan Agung melalui program Jurnal Adhyaksa dapat dianalisis berdasarkan kerangka yang dikembangkan oleh Harahap *et al.* (2022), yang menempatkan proses komunikasi sebagai tindakan sistematis untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada khalayak sasaran. Tahap pertama dalam strategi komunikasi adalah mengenal khalayak, yang menjadi dasar penting dalam penyusunan konten. Pada program Jurnal Adhyaksa, target utama khalayak adalah kelompok Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an (Halim, 2024). Segmentasi ini dipilih karena kelompok Gen Z dikenal memiliki tingkat konsumsi konten digital yang tinggi, tetapi cenderung menunjukkan minat rendah terhadap isu-isu hukum. Kejaksaan Agung perlu mengenali lebih lanjut karakteristik Gen Z, termasuk minat, preferensi media, gaya komunikasi yang disukai, serta nilai-nilai yang mereka anut, agar konten yang dikembangkan dalam program dapat lebih relevan dan menarik perhatian mereka secara substansial. Tanpa identifikasi khalayak yang tepat, pesan hukum yang disampaikan berisiko tidak diterima atau bahkan diabaikan oleh segmen audiens utama yang ingin dijangkau. Tahap kedua adalah menyusun pesan, yaitu merancang isi komunikasi yang akan disampaikan kepada audiens dengan memperhatikan struktur, gaya, dan tujuan dari pesan tersebut. Kejaksaan Agung menyusun pesan dalam Jurnal Adhyaksa berdasarkan tiga karakter utama menurut Milenia *et al.* (2021), yakni informatif, persuasif, dan edukatif. Pesan informatif terlihat dalam penyampaian berita hukum, pemaparan tugas-tugas jaksa, serta dokumentasi kegiatan kelembagaan. Sementara itu, unsur persuasif ditampilkan melalui narasi yang mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap hukum serta membangun citra positif institusi kejaksaan. Salah satu indikator keberhasilan pesan persuasif ini dapat dilihat dari meningkatnya minat masyarakat untuk mendaftar sebagai calon aparatur sipil negara di lingkungan Kejaksaan Agung pada tahun 2024, yang mengalami peningkatan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Pesan edukatif ditujukan untuk memberikan pemahaman hukum yang lebih mudah dicerna oleh masyarakat umum, misalnya melalui penjelasan konsep *restorative justice* atau mekanisme pemulihan aset.

Keberhasilan dalam merancang pesan bergantung pada kemampuan program untuk membangun narasi yang menarik, menyederhanakan istilah teknis, serta menyajikannya melalui gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target khalayak. Salah satu penerapan strategi komunikasi edukatif dapat terlihat dalam episode “Strategi Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan RI Jaga Transparansi”. Pada Gambar 4 tim telah memberikan grafis visual yang edukatif terkait dengan struktur kerja Pusat Penerangan Hukum Kejaksaan RI dan juga diikuti oleh narasi yang menjelaskan bagaimana alur informasi di departemen ini berjalan. Desain ini bertujuan agar mengedukasi masyarakat awam yang ingin tahu struktural Kejaksaan Agung RI dan pesan yang disampaikan dapat mudah dicerna oleh masyarakat.



Gambar 4. Penyusunan Pesan Edukatif

Langkah selanjutnya dalam strategi komunikasi adalah menetapkan metode penyampaian pesan. Menurut Harahap *et al.* (2022), dua metode utama yang dapat digunakan adalah *redundancy* dan *canalizing*. *Redundancy* mengacu pada pengulangan informasi penting agar pesan lebih mudah diingat oleh audiens, sedangkan *canalizing* berarti mengarahkan opini atau sikap audiens secara bertahap dan terstruktur. Pada program Jurnal Adhyaksa, prinsip *redundancy* diterapkan melalui pengulangan pesan kunci seperti peran jaksa dalam proses hukum non-litigasi yang terus disisipkan dalam berbagai episode. Selain itu, kanal informasi disusun secara bertahap, dimulai dari penyampaian informasi umum hingga penjelasan yang lebih mendalam, menunjukkan adanya proses *canalizing* yang bertujuan membentuk pemahaman audiens secara berkelanjutan. Strategi ini penting untuk memastikan bahwa pesan hukum tidak hanya tersampaikan, tetapi juga tertanam dalam kesadaran publik. Tahap terakhir adalah seleksi dan penggunaan media, yang menjadi komponen krusial dalam strategi komunikasi modern. Kejaksaan Agung menetapkan televisi sebagai media utama untuk menayangkan program ini melalui kerja sama dengan Kompas TV, guna menjangkau pemirsa dalam skala nasional. Namun, kanal YouTube digunakan sebagai media sekunder atau *proxy* yang lebih fleksibel, relevan, dan sesuai dengan pola konsumsi media Gen Z. YouTube dipilih karena mampu menampung format video berdurasi panjang, bersifat *on-demand*, serta memiliki sistem distribusi yang berbasis algoritma yang dapat memperluas jangkauan konten kepada pengguna yang relevan. Di samping itu, Kejaksaan Agung juga memanfaatkan Instagram sebagai media sosial tambahan untuk mendukung promosi dan distribusi konten program melalui potongan klip pendek, kutipan hukum, dan infografis. Kombinasi media ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan bersifat multiplatform dan dirancang untuk menjangkau audiens secara luas, sekaligus menjawab tantangan pergeseran pola konsumsi informasi di era digital.

3.1.3 Jurnal Adhyaksa sebagai Program Edukasi Hukum Publik Melalui Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh program Jurnal Adhyaksa sebagai media edukasi hukum publik berbasis audiovisual. Tujuan dari analisis ini adalah merumuskan strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang mungkin menghambat efektivitas program Sasoko & Mahrudi (2023). Matriks SWOT berikut menggambarkan klasifikasi temuan berdasarkan observasi terhadap konten video, hasil wawancara, dan studi dokumentasi terhadap program Jurnal Adhyaksa:

Tabel 2. Analisis SWOT Program Jurnal Adhyaksa

Aspek	Temuan
<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kredibilitas lembaga penyelenggara yaitu Kejaksaan Agung RI yang tengah kuat di masyarakat. • Penyajian konten berbasis audiovisual yang didukung prinsip multimedia kognitif. • Kualitas produksi video yang profesional dan terstruktur. • Konsistensi tayangan dan variasi tema hukum yang relevan. • Narasi disampaikan dengan gaya yang informatif dan persuasif.
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya interaksi dengan audiens (minim respons langsung). • Beberapa episode belum menerapkan segmentasi informasi secara maksimal. • Gaya penyampaian masih formal dan kurang personal, terutama untuk audiens Gen Z.
<i>Opportunities</i> (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya literasi digital dan konsumsi konten hukum di kalangan anak muda. • Dukungan algoritma YouTube untuk distribusi konten edukatif. • Potensi kolaborasi lintas instansi (Kemenkumham, kampus hukum, LSM, dan lain-lain). • Integrasi dengan media sosial seperti Instagram untuk menjangkau Gen Z.
<i>Threats</i> (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> • Dominasi konten hiburan di platform digital yang mengurangi minat terhadap konten hukum. • Tingkat literasi hukum masyarakat yang masih rendah. • Kurang kepercayaan publik terhadap institusi hukum akibat kasus-kasus korupsi. • Perubahan algoritma media sosial yang dapat mempengaruhi jangkauan konten.

Berdasarkan klasifikasi di atas, strategi pertama yang dapat dikembangkan adalah strategi SO (*Strength–Opportunity*), yaitu memaksimalkan kekuatan internal Kejaksaan Agung dalam membangun kolaborasi yang produktif untuk memperluas pengaruh program. Kredibilitas lembaga dan kualitas produksi konten menjadi modal penting untuk menjalin kerja sama dengan komunitas hukum, perguruan tinggi, dan media edukatif. Selain itu, Kejaksaan Agung dapat memanfaatkan YouTube secara optimal sebagai platform utama, sembari mengembangkan segmen-segmen tematik seperti “Hukum untuk Pemula” atau “Jaksa Bicara Kasus” yang dapat menarik perhatian Gen Z dan kelompok usia muda lainnya. Strategi berikutnya adalah strategi WO (*Weakness–Opportunity*), yang

bertujuan mengatasi kelemahan program dengan memanfaatkan peluang eksternal. Untuk menjawab kurangnya partisipasi pengguna dan segmentasi konten, Kejaksaan Agung dapat memperluas distribusi dan keterlibatan melalui media sosial tambahan seperti Instagram atau TikTok, khususnya dengan memanfaatkan fitur interaktif seperti *polling*, Q&A, atau siaran langsung. Selain itu, narasi formal dapat dilengkapi dengan gaya penyampaian yang lebih komunikatif, seperti menyapa langsung audiens atau menghadirkan wajah jaksa muda sebagai figur yang lebih dekat dengan kelompok Gen Z. Penggunaan transisi visual, *subtitle*, dan pemecahan tema ke dalam segmen-segmen kecil juga menjadi bagian dari solusi segmentasi yang mendukung pemahaman konten. Selanjutnya, strategi ST (*Strength-Threat*) berfungsi untuk mengantisipasi potensi tantangan eksternal dengan memanfaatkan kekuatan institusional yang telah dimiliki. Mengingat program ini bersaing dengan konten hiburan yang jauh lebih populer, Kejaksaan Agung dapat menampilkan sisi humanis dari hukum dengan narasi yang membumi, kasus-kasus inspiratif, serta kampanye sosial yang berbasis nilai keadilan. Program juga dapat menggandeng tokoh-tokoh populer atau *content creator* edukatif yang memiliki basis audiens besar untuk memperkuat penyampaian pesan hukum kepada masyarakat luas. Upaya ini sekaligus dapat memperbaiki persepsi publik terhadap lembaga hukum dan mengurangi jarak psikologis antara institusi dan warga negara. Terakhir, strategi WT (*Weakness-Threat*) menekankan pentingnya langkah antisipatif dan korektif untuk memperbaiki kelemahan internal sekaligus menghadapi ancaman dari luar. Evaluasi konten secara berkala, pelatihan bagi tim produksi terkait strategi komunikasi digital, serta survei persepsi publik terhadap konten program dapat menjadi fondasi penting untuk memastikan program beradaptasi terhadap perubahan zaman. Langkah ini juga memperkuat upaya peningkatan kualitas konten berbasis kebutuhan audiens, sehingga strategi komunikasi Kejaksaan tidak hanya bersifat satu arah melainkan dua arah atau partisipatif juga.

3.2 Pembahasan

Program *Jurnal Adhyaksa* yang diselenggarakan oleh Kejaksaan Agung Republik Indonesia menunjukkan penerapan strategi komunikasi yang terencana dan efektif dalam mengedukasi masyarakat tentang hukum. Berdasarkan teori yang dijelaskan oleh Cangara (2022), strategi komunikasi yang baik harus mencakup perencanaan yang matang, pemahaman audiens, serta pemilihan media yang tepat. Keberhasilan program ini tidak lepas dari pemilihan YouTube sebagai platform utama untuk menyampaikan pesan hukum. Dengan lebih dari 143 juta pengguna aktif di Indonesia (Yonatan, 2025), YouTube menyediakan ruang yang luas bagi Kejaksaan Agung untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan lebih terhubung dengan dunia digital. Seperti yang dijelaskan oleh Halim (2024), Generasi Z, yang menjadi target utama program ini, memiliki preferensi konsumsi media yang tinggi melalui platform digital. Oleh karena itu, penggunaan YouTube sangat relevan dalam konteks ini karena platform ini memungkinkan penyajian video yang tidak hanya menarik tetapi juga mendalam dan dapat diakses kapan saja. Dalam penerapan prinsip-prinsip multimedia kognitif, program *Jurnal Adhyaksa* telah memanfaatkan teori pembelajaran berbasis multimedia untuk menyampaikan informasi hukum yang kompleks secara lebih mudah dipahami oleh audiens.

Menurut Hanum *et al.* (2023), prinsip *coherence*, *signaling*, dan *modality* dapat meningkatkan pemahaman audiens dengan mengurangi gangguan kognitif dan memfasilitasi proses pembelajaran yang lebih efisien. Program ini berhasil menggabungkan elemen visual, audio, dan teks untuk memperjelas pesan yang ingin disampaikan, seperti dalam episode yang membahas *restorative justice* dan pemulihan aset. Penggunaan visual yang tepat serta penekanan narasi dan teks pada bagian-bagian penting dalam video menunjukkan penerapan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten. Namun, meskipun beberapa episode sudah sangat baik dalam penerapan prinsip *coherence* dan *signaling*, masih ada kekurangan dalam hal *personalization* dan *segmenting*. Sebagian besar tayangan cenderung formal dan kurang melibatkan audiens secara personal, yang merupakan karakteristik penting bagi Gen Z yang lebih mengutamakan interaksi langsung dan keterlibatan emosional dalam konsumsi konten (Halim, 2024). Dalam hal strategi komunikasi, Harahap *et al.* (2022) menekankan pentingnya identifikasi audiens sebagai langkah awal yang krusial.

Keberhasilan *Jurnal Adhyaksa* dalam mencapai audiens Gen Z sangat bergantung pada kemampuan Kejaksaan Agung dalam mengenali karakteristik audiens tersebut, termasuk preferensi media dan cara mereka berkomunikasi. Segmen-segmen video yang disajikan dalam format informatif, persuasif, dan edukatif sudah sangat baik, namun ada ruang untuk memperbaiki aspek komunikasi yang lebih personal dan interaktif, seperti yang dibutuhkan oleh Gen Z (Halim, 2024). Sebagai contoh, penggunaan bahasa yang lebih santai dan pengundangan audiens untuk berpartisipasi melalui komentar atau polling dapat meningkatkan keterlibatan mereka. Analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagaimana dijelaskan oleh Sasoko dan Mahrudi (2023), memberikan gambaran jelas mengenai kekuatan dan kelemahan dari program ini. Kekuatan utama *Jurnal Adhyaksa* terletak pada kredibilitas Kejaksaan Agung sebagai lembaga negara yang sudah dipercaya oleh publik (Indikator Politik Indonesia, 2024). Selain itu, penyajian konten yang berbasis audiovisual dengan kualitas produksi yang profesional dan penerapan prinsip-prinsip multimedia kognitif juga menjadi keunggulan tersendiri. Namun, kelemahan terletak pada keterbatasan interaksi dengan audiens dan kurangnya segmentasi konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens Gen Z. Oleh karena itu, untuk memperbaiki hal ini, Kejaksaan Agung dapat memanfaatkan media sosial lain seperti Instagram atau TikTok untuk menjangkau audiens lebih luas, serta memperkenalkan gaya komunikasi yang lebih ramah dan personal. Meskipun program *Jurnal Adhyaksa* telah berhasil dalam banyak hal, termasuk penerapan prinsip multimedia kognitif dan strategi komunikasi yang tepat sasaran, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Dengan memperbaiki interaktivitas audiens, segmentasi konten, dan menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens Gen Z, program ini dapat menjadi lebih efektif dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan literasi hukum di masyarakat. Program ini juga dapat menjadi model penting bagi lembaga negara lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi publik yang berbasis digital dan inklusif.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa program *Jurnal Adhyaksa* yang dikelola oleh Kejaksaan Agung RI telah menerapkan strategi komunikasi edukatif berbasis audiovisual secara cukup efektif, khususnya melalui integrasi prinsip-prinsip komunikasi strategis dan teori multimedia kognitif. Pemanfaatan YouTube sebagai kanal multimedia memungkinkan penyampaian pesan hukum yang kompleks secara lebih mudah dipahami, adaptif terhadap karakteristik audiens digital saat ini, dan memperluas jangkauan edukasi hukum ke segmen masyarakat yang lebih muda. Penerapan prinsip-prinsip multimedia seperti *coherence*, *signaling*, *modality*, dan *contiguity* dalam mayoritas episode mendukung efektivitas kognitif dalam proses pembelajaran hukum. Strategi komunikasi yang digunakan juga telah memenuhi tahapan penting—mulai dari identifikasi audiens, penyusunan pesan edukatif, pemilihan metode penyampaian yang terstruktur, hingga distribusi lintas platform media. Berdasarkan evaluasi melalui analisis SWOT mengindikasikan masih adanya ruang pengembangan, terutama dalam hal segmentasi konten, penggunaan gaya komunikasi yang lebih personal, serta peningkatan interaktivitas dengan audiens. Sebagai respons terhadap tantangan konten hukum di era digital yang kompetitif, program ini perlu mengadopsi pendekatan yang lebih partisipatif, berbasis kolaborasi lintas media, dan responsif terhadap dinamika perilaku konsumsi informasi generasi muda. Secara akademik, temuan ini memperkuat posisi teori komunikasi strategis dan pembelajaran multimedia dalam edukasi hukum publik. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga pemerintah lainnya dalam merancang program komunikasi publik yang edukatif, inklusif, dan digital-native. Studi lanjutan disarankan untuk mengkaji dampak program terhadap perubahan persepsi, pemahaman, dan sikap hukum masyarakat melalui pendekatan kuantitatif atau studi komparatif antar platform edukasi hukum. Studi lanjutan juga diharapkan mampu mengeksplorasi pengaruh program ini terhadap perubahan sikap hukum masyarakat secara kuantitatif atau komparatif dengan model edukasi hukum digital lainnya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kejaksaan Agung Republik Indonesia, khususnya kepada Pusat Penerangan Hukum (Puspenkum) yang telah memberikan dukungan dan akses informasi dalam proses pelaksanaan penelitian ini. Apresiasi juga diberikan kepada tim produksi program Jurnal Adhyaksa yang telah berkenan memberikan wawasan terkait proses kreatif dan strategi komunikasi yang dijalankan dalam pengembangan konten edukasi hukum. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh narasumber, baik dari unsur tim produksi maupun masyarakat umum, yang telah meluangkan waktu dan memberikan perspektif yang berharga dalam mendukung kelengkapan data penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ayuningtyas, F., & Abdullah, A. Z. (2017). Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online (Studi Kasus pada Komunitas Online LinkPictureID). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 137-150.
- Billa, R. S., Milyartini, R., & Tawangsasi, U. MEMBUKA TABIR PENYAJIAN INFORMASI WHISTLE VOICE DALAM TIGA CHANNEL YOUTUBE TERPOPULER. *SWARA*, 3(3), 115-128. <https://doi.org/10.17509/swara.v3i3.37981>.
- Cangara, H. (2022). Perencanaan & Strategi Komunikasi (Cetakan ke). *Rajagrafindo Persada*.
- Halim, A. (2024). Studi tentang perilaku konsumen generasi z dan pengaruhnya terhadap pasar. *Circle Archive*, 1(5).
- Hanum, R. A., Mirawati, I., & El Karimah, K. (2023). Mengembangkan Pesan Whatsapp tentang Edukasi Mindful Parenting dengan Prinsip Cognitive Theory of Multimedia Learning. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75-90. <http://dx.doi.org/10.35671/aguna.v4i1.2230>.
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). Strategi komunikasi organisasi.
- Herminingsih, H., Nurdin, N., & Saguni, F. (2022). Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif, Afektif Dan Psikomotor Siswa. *Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society (KIIIES) 5.0*, 1(1), 79-84.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Lasabuda, N. E. (2018). PENGEMBANGAN MEDIA YOUTUBE DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA (SUATU PENELITIAN DI SMK KESEHATAN BAKTI NUSANTARA GORONTALO). *Jurnal Pascasarjana*, 2(2), 270-275.
- Milenia, A., Suryawati, I. G. A. A., & Joni, I. D. A. S. (2021). Strategi Komunikasi Fbi Bali Radio Dalam Meningkatkan Pendengar Program Hi Bali. *Ojs. Unud. Ac. Id*.
- Salim, I. A. (2024). *Strategi komunikasi persuasif kanal youtube jeda nulis dalam pengarusutamaan toleransi beragama (program indonesia rumah bersama)* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19.

Shifaunnawa, T. S. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Melalui Film Pendek, Skripsi* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198-211.

ZEN, M. W. A. (2023). *Strategi komunikasi komisi pemilihan umum (KPU) riau dalam mensosialisasikan pemilu 2024* (Doctoral dissertation, UIN SUSKA RIAU).