

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Konstruksi Realitas Media Mengenai Nilai Nasionalisme dalam Iklan Youtube (Analisis Isi Kualitatif Iklan Layanan Masyarakat Cameo Project versi ?Kami Indonesia? di Youtube)

Muhammad Rabil Adama

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74743&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar kritik sosial dalam Iklan Cameo Project versi ?Kami Indonesia?. Dalam iklan ini terdapat hal yang menarik perhatian peneliti yaitu bagaimana iklan ini mengkonstruksi realitas media mengenai nilai Nasionalisme dan membongkar faktor yang mempengaruhi realitas media mengenai nilai Nasionalisme. Dalam menganalisis permasalahan yang ada dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dan analisis isi kualitatif sebagai metode untuk melihat bagaimana bentuk kritik sosial melalui penggambaran pesan dalam scene iklan Cameo Project versi ?Kami Indonesia?. Penelitian ini menggunakan teori pendukung New Media Youtube yang makna teori yang menjelaskan bahwa saat ini merupakan era informasi media sudah menyiapkan platform langsung, cerdas, informatif, dan interaktif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, kemudian menggunakan metode analisis isi kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Hasil analisis menunjukkan terbukti adanya kritik sosial yang disampaikan melalui penggambaran pesan yang disampaikan oleh Tim Cameo Project dalam iklan yang berjudul ?Kami Indonesia?, peneliti mengumpulkan makna pesan terkait nilai nasionalisme, seperti untuk tidak membedakan antar sesama Ras, Suku, Agama, dan Budaya, dan mengajak mayoritas serta minoritas bersatu dalam rasa solidaritas. Hal itu peneliti simpulkan bahwa iklan bisa menjadi media kritik terhadap realitas sikap nasionalisme berbangsa dan bernegara.