

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## STEREOTIPE ORANG PAPUA DALAM IKLAN LAYANAN MASYARAKAT AIR BERSIH PAPUA (ANALISIS RESEPSI PADA ORGANISASI IMACE DI JAKARTA TIMUR)

Yanuar Ramadhani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76296&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Iklan layanan masyarakat digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi khalayak untuk orientasi fungsi sosial bukan semata orientasi. Terkait dengan media massa dan stereotip di masyarakat, orang Papua seringkali dieksplorasi secara terbatas bahkan terjebak pada stereotipe tertentu. Masyarakat Papua selalu digambarkan menjadi masyarakat yang tidak menguntungkan. Hal tersebut dapat dilihat dari penggambaran masyarakat Papua dalam iklan Air Bersih Papua (Kementerian Daerah Tertinggal, 2014). Stereotip yang digambarkan tentang masyarakat Papua dalam iklan ini adalah masyarakat Papua yang selalu kekurangan air bersih di setiap desa nya.

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme untuk di jadikan sebagai landasannya, didalam penelitian ini menggunakan konteks komunikasi massa serta teori utama yang digunakan adalah analisis resepsi, karena penelitian ini ingin mendapatkan sebuah pemaknaan yang di berikan informan terhadap sebuah berita yang di baca dan tonton di youtube.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif, dengan metode analisis resepsi Stuart Hall Decoding-Encoding, dan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan 3 metode yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penonton iklan layanan masyarakat air bersih Papua tidak menerima pesan stereotipe pada tayangan iklan layanan masyarakat air bersih Papua, pada penelitian ini reseptor terdapat hasil yangimbang antara kategori dominan dan negosiasi karena sebagian dari reseptor tidak setuju dan sebagian nya lagi memiliki argumen yang lain terhadap penerimaan pesan dalam iklan layanan masyarakat tersebut. Iklan layanan masyarakat ini juga memberikan pemaknaan bagaimana kita masyarakat Indonesia harus bertanggung jawab dalam membangun stereotipe suatu etnis atau daerah tertentu agar tidak membangun stereotipe yang kurang menguntungkan kepada masyarakat dan suku tertentu.