

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

RESEPSI MAHASISWI MUSLIMAH TANGERANG SELATAN DALAM IKLAN TELEVISI REXONA VERSI RAMADHAN

Muhammad Wahyu Azidin

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76765&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam media TV iklan memiliki keunikan yang sangat variatif. Seperti ada yang menggunakan iklan dengan unsur komedi untuk menarik minat. Tidak jarang juga produsen iklan menggunakan artis yang dapat menarik target konsumen yang mereka inginkan. Iklan Rexona tersebut ditampilkan di TV. Dengan ditampilkannya iklan tersebut di TV akan memunculkan banyak makna pada para penonton tentang wanita muslimah. Karena iklan tersebut dapat memunculkan banyak makna, maka peneliti menggunakan metode Analisis Resepsi. Apalagi bagi wanita muslimah yang menonton iklan tersebut. Akan banyak sekali makna yang hadir dalam iklan tersebut dengan latar belakang penonton yang berbeda pula. Penelitian ini mengkaji bagaimana resepsi Mahasiswi Tangerang Selatan saat menerima konten Iklan Rexona Versi Ramadhan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Dalam penelitian ini menggunakan teori resepsi dari Stuart Hall dengan model Encoding dan Decoding. Pada penelitian ini juga menggunakan teori hegemoni Antonio Gramsci.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data menggunakan wawancara, observasi dengan subyek penelitian yaitu Mahasiswi Muslimah Tangerang Selatan dan studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa Mahasiswi Tangerang Selatan berada pada Dominant-Hegemonic position, karena beberapa mahasiswi setuju atas pesan yang disampaikan oleh konten iklan tersebut. Ada juga pada Negotiated Position, karena beberapa mahasiswi setuju atas pesan yang disampaikan tetapi menambahkan dengan ideologi yang dimiliki oleh informan. Tidak ditemukannya Oppositional Positian pada penelitian ini.

Khalayak yang masuk pada posisi Dominant-Hegemonic Position mereka cenderung tinggal dilingkungan yang religius dengan tingkat hegemonic integral. Khalayak yang masuk dalam Negotiated Position mereka cenderung tinggal dilingkungan yang religius dengan tingkat Decadent Hegemoniy. Bagi penelitian selanjutnya yang sejenis peneliti menyarankan untuk mengambil informan yang terdiri dari berbagai macam kalangan. Serta disarankan menggunakan FGD lebih efektif dalam mengumpulkan data.