

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

ANALISIS RESEPSI MAHASISWA PSIKOLOGI UHAMKA MENGENAI TAYANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KOMINFO TENTANG VAKSINASI COVID19 DI YOUTUBE

Zainab Azka Karimah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76767&lokasi=lokal>

Abstrak

Peran youtube di Indonesia menjadi sarana publikasi yang digunakan untuk membuat sebuah konten video dan ini sudah terus meningkat. Youtube juga sudah mulai menyaingi televisi sebagai sarana media yang paling sering diakses oleh orang Indonesia. Awal januari tahun 2021 dimana vaksin pertama mulai secara diedarkan. Kemunculan pertama vaksin ini banyak menimbulkan pertanyaan bagi masyarakat saat itu, seperti bagaimana cara kerjanya, apakah halal atau tidak, membayar atau tidak, apa isi kandungan nya, adakah efek sampingnya atau tidak, dan lain sebagainya. Awal ada nya vaksin juga ini masyarakat masih merasa adanya kurang komunikasi dari pemerintah dan berita nya juga masih banyak yang simpang siur, sehingga melihat sikap masyarakat tentang vaksin mengenai tayangan iklan layanan masyarakat kominfo tentang vaksinasi covid19 di youtube.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstuktivisme, penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang mengasumsikan bahwa penerimaan khalayak aktif menerima pesan berdasarkan pengalaman sehari-harinya. Penerimaan khalayak merupakan proses encoding dan decoding yang memperlihatkan sebuah proses bahwa pesan adalah wacana yang memiliki penuh terhadap makna. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian analisis resepsi.

Hasil penelitian dari delapan informan didapatkan mahasiswa psikologi terhadap iklan layanan masyarakat kominfo tentang vaksinasi covid19 di youtube, sebanyak penerimaan dominan yang menerima isi pesan dari iklan tersebut. Penerimaan negosiasi dengan melihat kedua sisi dan penerimaan oposisi, yang menolak karena tidak setuju terhadap iklan layanan masyarakat kominfo tentang covid19 di youtube. Faktor perhatian, kebutuhan pribadi dan lingkungan sosial merupakan faktor mempengaruhi informan tentang iklan layanan masyarakat kominfo tentang vaksinasi covid19 yang di tampilkan KemkominfoTV pada youtube channelnya. Saran untuk penelitian mendatang pada penggunaan analisis resepsi menggunakan paradigma kritis sehingga mampu membongkar apa yang sedang terjadi dengan khalayak saat memaknai isi pesan media.