

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERAN PENYANDANG DISABILITAS TUNARUNGU PADA IKLAN POND’S INDONESIA VERSI “WAJAHMU, KEKUATANMU” DI *YOUTUBE*

ABSTRAK

POND’S Indonesia membuat iklan yang mempromosikan produk kecantikan POND’S Bright Beauty dengan mengangkat isu penyandang disabilitas di kanal *YouTube* nya yang berjudul “POND’S: Wajahmu, Kekuatanmu”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemaknaan khalayak terkait peran penyandang disabilitas tunarungu pada iklan POND’S Indonesia melalui studi resepsi Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder yang bertujuan untuk meneliti bagaimana khalayak memaknai dan memahami peran penyandang disabilitas dalam tayangan iklan POND’S Indonesia versi “Wajahmu, Kekuatanmu”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metodologi resepsi yakni *the collection, analysis, dan interpretation of reception data*. Jenis teknik pengambilan sample menggunakan *non-probability purposive sampling*. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Narasumber dapat dikategorikan dalam 3 posisi pemaknaan Stuart Hall, yaitu *dominant hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position*. Hasil penelitian ini menunjukkan dari 5 informan terdapat 1 informan yang termasuk ke dalam *dominant hegemonic position* dan 4 informan termasuk ke dalam *negotiated position*. Perbedaan pemaknaan yang disampaikan oleh informan dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang seperti pendidikan, pengalaman, dan tingkat pengetahuan informan terkait penyandang disabilitas.

Kata Kunci: *Analisis Resepsi, Penyandang Disabilitas, Iklan, Khalayak*

ANALYSIS OF AUDIENCE RECEPTION TOWARDS THE ROLE OF A PERSON WITH DEAF DISABILITY IN POND'S INDONESIA ADVERTISEMENT VERSION "WAJAHMU, KEKUATANMU" ON YOUTUBE

ABSTRACT

POND'S Indonesia Creates an Advertisement Promoting the POND'S Bright Beauty Product by Addressing the Issue of People with Disabilities on its YouTube channel titled "POND'S: Wajahmu, Kekuatanmu". This research aims to examine the audience's interpretation regarding the role of deaf individuals with disabilities in the POND'S Indonesia advertisement through Stuart Hall's reception study. The research employs Stuart Hall's reception analysis method using primary and secondary data sources to explore how the audience interprets and understands the role of people with disabilities in the POND'S Indonesia advertisement version "Wajahmu, Kekuatanmu". This qualitative research adopts the reception methodology involving the collection, analysis, and interpretation of reception data. The sampling technique used is non-probability purposive sampling. The data validity technique employed in this research is data triangulation. The respondents can be categorized into three positions of Stuart Hall's interpretation: dominant hegemonic position, negotiated position, and oppositional position. The results of this research indicate that out of 5 informants, 1 informant was in the dominant hegemonic position, and 4 informants found to be in the negotiated position. Differences in interpretation conveyed by informants are influenced by varying backgrounds such as education, experience, and the level of knowledge of the informants regarding people with disabilities.

Keywords: *Reception Analysis, people with disabilities, advertisement, audience*