



Sumber: [YouTube.com/PondsIndonesia](https://www.youtube.com/PondsIndonesia)

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PERAN PENYANDANG DISABILITAS TUNARUNGU PADA IKLAN POND'S INDONESIA VERSI "WAJAHMU, KEKUATANMU" DI YOUTUBE

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Intania Zahira Hananto

NIM : 1910411172



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dijadikan rujukan telah dinyatakan benar.

Nama : Intania Zahira Hananto

NIM : 1910411172

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Desember 2023

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red 10,000 Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAL TEMPEL', and '386AKX724969024'.

Intania Zahira Hananto

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intania Zahira Hananto
NIM : 1910411172
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

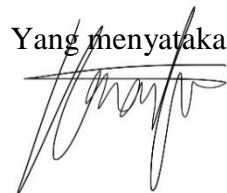
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 1 Februari 2024

Yang menyatakan,



Intania Zahira Hananto

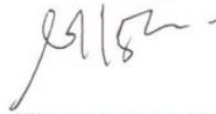
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Intania Zahira Hananto
NIM : 1910411172
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Peran Penyandang Disabilitas Tunarungu Pada Iklan POND'S Indonesia Versi "Wajahmu, Kekuatanmu" Di *Youtube*.

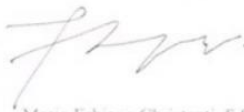
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Uljanatunnisa, S.Sos., MA.

Penguji 1



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si.

Penguji 2



Windhi Tia Saputika, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : Jumat, 5 Januari 2024

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*


KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Peran Penyandang Disabilitas Tunarungu Pada Iklan POND’S Indonesia Versi “Wajahmu, Kekuatanmu” Di *YouTube*”.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang turut membantu penyusunan Proposal Skripsi ini, yaitu kepada:

1. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, S. Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Bapak Azwar, SS., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, dan seluruh dosen serta staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis dengan membimbing, memberikan saran, serta masukan pada penelitian ini.
3. Orang tua, kakak, adik, dan sepupu yang telah mendoakan dan memberikan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi ini.
4. Teman-teman penulis, antara lain Damarati Rahma Widiassa, Fakhira Putri Andini, Julynka Widya Putri, Moniq Tesalonika Hutabarat, Nafisha Febi Rizky, Sabelina Yulifia, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Depok, 29 Desember 2023



Intania Zahira Hananto

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1. Tujuan Praktis	12
1.3.2. Tujuan Teoritis	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Praktis	13
1.4.2. Manfaat Akademis	13
1.5. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
1.1. Konsep Penelitian.....	15
1.1.1. Peran Penyandang Disabilitas dalam Iklan	15
1.1.2. <i>YouTube</i> sebagai Media Penyebaran Iklan	21
1.2. Teori Penelitian	25
2.2.1. Teori Resepsi Khalayak.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Objek Penelitian	29
3.1.1. Profil POND’S	29
3.2. Jenis Penelitian.....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	31
3.4. Sumber Data.....	32
3.5. Teknik Analisis Data	34
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	35
3.7. Tabel Rencana Waktu	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37

4.1.	Hasil Penelitian	37
4.1.1.	Encoding iklan POND’S Indonesia versi “Wajahmu, Kekuatanmu”	38
4.1.2.	Pemahaman Khalayak Seputar Penyandang Disabilitas	43
4.1.3.	Pendapat Khalayak mengenai Peran Penyandang Disabilitas pada Iklan POND’S Indonesia Versi “Wajahmu, Kekuatanmu” di <i>YouTube</i>	53
4.1.4.	Pemaknaan Khalayak mengenai Peran Penyandang Disabilitas dalam Tayangan Iklan POND’S Indonesia versi “Wajahmu, Kekuatanmu” di <i>YouTube</i>	63
4.2.	Diskusi dan Analisa Data	71
4.2.1.	Resepsi Khalayak terhadap Peran Penyandang Disabilitas dalam Iklan POND’S Indonesia Versi “Wajahmu, Kekuatanmu” di <i>YouTube</i>	71
4.2.2.	Posisi Penerimaan Khalayak.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1.	Kesimpulan	87
5.2.	Saran	88
5.2.1.	Saran Praktis.....	88
5.2.2.	Saran Teoritis	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Iklan Kampanye PKS Pemilu 2019	1
Gambar 1. 2 Iklan POND'S Indonesia Wajahmu, Kekuatanmu	3
Gambar 2. 1 Highlight Instagram "WajahmuKekuatanu" @pondsindonesia	20
Gambar 3. 1 Diagram Model Encoding-Decoding	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Rencana Waktu Penelitian.....	36
Tabel 4. 1 Analisis isi iklan POND'S Indonesia.....	38
Tabel 4. 2 Tabel Posisi Penerimaan Khalayak	83