

**INTERPRETASI KHALAYAK DALAM IKLAN RAMAYANA VERSI  
#KERENLAHIRBATIN MENYAMBUT LEBARAN DI YOUTUBE  
(Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal &  
Nonverbal)**

**Mochamad Pasha Attamimi**

**Abstrak**

Iklan *Ramayana* Versi #Kerenlahirbatin Menyambut Lebaran Di Sosial Media Youtube memiliki konsep iklan yang menarik perhatian penonton untuk melihatnya karena menggunakan konsep iklan yang berunsur humor dengan pendekatan Parodi VCD Karoke Qasidah. Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui interpretasi Khalayak (Informan) terhadap dalam iklan *Ramayana* versi #KerenLahirBatin menyambut lebaran di Youtube secara verbal, Mengetahui interpretasi Khalayak (Informan) terhadap dalam iklan *Ramayana* versi #KerenLahirBatin menyambut lebaran di Youtube secara nonverbal, dan Menggambarkan khalayak/informan dominant, bernegosiasi, dan oposisional. Penelitian ini menggunakan analisis resepsi, dalam analisis resepsi terdapat proses analisis dari Encoding (Iklan *Ramayana*) , dan juga Decoding (Interpretasi Khalayak). Dalam encoding dianalisa menggunakan Teori Kode Verbal & Nonverbal untuk menganalisis isi pesan pada iklan *Ramayana* versi #Kerenlahirbatin menyambut lebaran di youtube dari aspek verbal dan juga nonverbal. Dalam Decoding menggunakan Teori Penerimaan Pesan (*Reception Theory*) untuk mengetahui pemaknaan khalayak secara spesifik, produksi dan pengalaman khalayak dalam hubungannya berinteraksi dengan isi media (Iklan). Proses ini ditujukan kepada komunikan yang melakukan decoding terhadap pesan yang diterima. Sehingga hal tersebut memunculkan tiga kategorisasi pemaknaan oleh khalayak, yaitu *Dominant, Negotiated, dan Oppositional*.

Kata kunci : Resepsi, Khalayak, Iklan

**INTERPRETATION PUBLIC IN RAMAYANA ADVERTISING**  
**#KERENLAHIRBATIN VERSION WELCOME LEBARAN IN YOUTUBE**  
**(Study of Analysis of Audience Reception on Humour Elements Verbal &**  
**Nonverbal)**

**Mochamad Pasha Attamimi**

**Abstract**

*Ramayana Version #Kerenlahirbatin Advertisements Welcome Eid on Social Media Youtube has an advertising concept that draws the attention of viewers to use humorous advertising concepts using the Karoke Qasidah VCD Parody. This study aims to determine the interpretation of the audience (informants) on the Ramayana advertisement version #KerenLahirBatin welcoming Lebaran on Youtube verbally, Knowing the interpretation of the Audience (Informants) in the Ramayana advertisement version #KerenLahirBatin getting Lebaran on Youtube nonverbally, and exploring dominant audiences / informants, negotiate, and opposition. This study uses reception analysis, in the acceptance analysis which is carried out an analysis process of Encoding (Ramayana Ads), and also Coding (Audience Interpretation). In the encoding it was analyzed using the Verbal & Nonverbal Code Theory to analyze the message content in the #Kerenlahirbatin version of the Ramayana advertisement welcoming Lebaran on YouTube from verbal and nonverbal aspects. In Decoding using Message Receipt Theory (Receipt Theory) to find out the meaning of the audience specifically, the production and experience of the audience in participation that helps with the content of the media (Advertisements). This process is conveyed to the communicant who decodes the received message. How this raises three categories of meaning by the audience, that is Dominant, Negotiated, and Opposition.*

*Keywords: Advertising, Reception, Public*