



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*
Astri Yowanda Dewi Lestari
44312120060

Interpretasi Khalayak Pada Iklan Layanan Masyarakat Berhenti Merokok
Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Tayangan Iklan Layanan Masyarakat
Berhenti Merokok Versi “Suara Hati Anak” Kementerian Kesehatan RI
Jumlah Halaman : 97 halaman + 18 lampiran + CV

ABSTRAK

Iklan Layanan Masyarakat berjudul “Suara Hati Anak” yang merupakan output dari Program Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang diluncurkan dalam memperingati Hari Tanpa Tembakau Sedunia 2016. Iklan layanan masyarakat ini menampilkan sisi berbeda dari bahaya merokok. Sebelumnya banyak iklan layanan masyarakat yang menghadirkan korban rokok, akan tetapi iklan ini berbeda yaitu dengan menampilkan dampak sosial dari merokok. Dan bagaimana dampak merokok ini bagi anak-anak yang merupakan generasi penerus bangsa.

Audiens iklan layanan masyarakat ini datang dari berbagai kalangan, anak-anak, remaja dan dewasa. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mengetahui bagaimana *audiens* menginterpretasikan tayangan iklan layanan masyarakat berhenti merokok versi “Suara Hati Anak”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi. Analisis resepsi memandang audiens sebagai *producer of meaning* yang aktif menciptakan makna, bukan hanya sebagai konsumen dari isi media. *Audiens* memaknai dan menginterpretasi teks media sesuai dengan kondisi sosial-budaya mereka dan juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadinya masing-masing. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara mandalam kepada informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan resepsi antara informan satu dengan yang lainnya dalam memaknai iklan layanan masyarakat “Suara Hati Anak”. yakni *dominant hegemonik*, *negotiated* dan *opposition*. Perbedaan posisi pembacaan ini dimungkinkan karena diantara mereka yang dipengaruhi pengetahuan, pengalaman, tingkat pendidikan, latar belakang perokok/bukan perokok, dan kondisi sosial budaya masing-masing dari informan yang selanjutnya berdampak pada perbedaan nilai-nilai yang mereka anut. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berkesimpulan bahwa aspek-aspek yang disajikan dalam penelitian tidak sepenuhnya berupa kesetujuan ataupun ketidaksetujuan pendapat informan. Informan memiliki argumen yang berbeda-beda dalam setiap aspek pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti.