

ABSTRAK

Nama : Farhah Fani Fadhilah
NIM : 44220110068
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak pada Kampanye
“Aman Bersama GoPay” di Instagram
@gopayindonesia
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

Kehadiran dompet digital di tengah masyarakat membawa banyak perubahan dalam sistem transaksi. Adanya kemudahan penggunaan dompet digital untuk melakukan beragam jenis pembayaran, menjadikannya begitu populer untuk digunakan. Namun, kepopuleran dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran juga diiringi oleh tindak kejahatan digital (*cybercrime*) yang semakin meningkat. Untuk mencegah adanya tindak kejahatan digital, GoPay, sebagai salah satu penyedia layanan dompet digital membuat sebuah kampanye edukasi di Instagram. Kampanye tersebut dinamakan “Aman Bersama GoPay”. Kampanye ini memiliki beragam tanggapan, mulai dari tanggapan positif hingga negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak pada Kampanye Aman Bersama GoPay.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori resepsi Stuart Hall. Pada teori resepsi Stuart Hall, pemaknaan khalayak dikelompokkan menjadi tiga posisi. Posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic*) yaitu khalayak sepenuhnya menerima, mengakui, dan setuju dengan pesan yang disampaikan oleh media, posisi yang dinegosiasikan (*negotiated position*) yaitu khalayak tidak sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan, posisi oposisional (*oppositional “counter” hegemonic reading*) yaitu khalayak sepenuhnya menolak pesan yang disampaikan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis resepsi Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam kepada 5 informan serta studi kepustakaan. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat informan yang masuk ke dalam posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic*) dan satu informan yang masuk ke posisi negosiasi (*negotiated position*). Semua informan yang ada dalam penelitian ini menilai bahwa Kampanye Aman Bersama GoPay merupakan kampanye yang menarik, kreatif dan persuasif.

Kata kunci: analisis resepsi, kampanye, dompet digital

ABSTRACT

Name : Farhah Fani Fadhilah
NIM : 44220110068
Study Program : Communication Studies
Title Thesis : Audience Reception Analysis of Campaign “Aman Bersama GoPay” on Instagram @gopayindonesia
Counsellor : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

The presence of digital wallets in the community brings many changes in the transaction system. The easy utilization of digital wallets to make various types of payments, makes it so popular to use. However, the popularity of digital wallets as a type of payment transactions is also accompanied by increasing cybercrime. To prevent digital crime, GoPay, as one of the digital wallet service providers, created an educational campaign on Instagram. The campaign is called "Aman Bersama GoPay". The campaign had a variety of responses, ranging from positive to negative. This study aims to determine the meaning of the audience in the Aman Bersama GoPay Campaign.

The theory used in this study is Stuart Hall's reception theory. In Stuart Hall's reception theory, the meaning of the audience is grouped into three positions. Hegemonic-dominant position i.e. the audience fully accepts, acknowledges, and agrees with the message conveyed by the media, negotiated position i.e. the audience does not fully accept the message conveyed, and oppositional position (oppositional "counter" hegemonic reading) i.e. the audience completely rejects the message conveyed.

The method used in this study is Stuart Hall's reception analysis with a qualitative approach. The paradigm used in this study is the constructivism paradigm. The data collection technique in this study is in-depth interviews with 5 informants as well as literature studies. The technique of checking the validity of the data used in this study used source triangulation.

The results of this study showed that four informants are categorized into the hegemonic-dominant position and one informant belongs to the negotiated position. All informants in this study considered that the Aman Bersama GoPay Campaign was an interesting, creative and persuasive campaign.

Keywords: reception analysis, campaign, digital wallet