

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Interpretasi khalayak pria dan wanita dalam memaknai iklan Fair n Lovely Versi Nikah Atau S2 dan untuk mengetahui perbandingan interpretasi khalayak pria dan wanita dalam memaknai iklan Fair n Lovely Versi Nikah Atau S2.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan Model Encoding-Decoding Stuart Hall. Model encoding decoding terfokus pada hubungan antara media, yang dikonstruksikan oleh produsen dan interpretasi pesan atau decoding oleh khalayak. Dan juga dalam menganalisis penelitian ini menggunakan tiga kategorisasi dari model encoding-decoding Stuart Hall, yaitu *Dominant Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode analisis resepsi. Analisis Resepsi merupakan metode penelitian yang menyelidiki dinamika penerimaan pesan dalam benak khalayak yang memproses pesan media secara aktif. Pada penelitian ini mengkaji bagaimana cara pembacaan khalayak yang berbeda-beda ketika menyerap pesan media.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Interpretasi informan wanita dalam melihat Iklan Fair n Lovely Versi Nikah atau S2 yaitu merasa bahwa iklan tersebut tidak nyambung. Dimana informan wanita menilai bahwa suatu produk kecantikan tidak bisa menjadi jawaban atas sebuah pilihan, dalam hal ini adalah menikah atau S2. Dan Informan pria menginterpretasikan Iklan Fair n Lovely Versi Nikah atau S2 tidak jauh beda dengan informan wanita, dimana mereka merasa bahwa Iklan tersebut tidak nyambung. Dalam menginterpretasi Iklan Fair n Lovely Versi Nikah atau S2, baik informan wanita dan informan pria tidak terdapat perbandingan yang signifikan. Kedua kategori informan ini memiliki kesamaan dalam menginterpretasi Iklan Fair n Lovely Versi Nikah atau S2.