

**RESEPSI PELAKU PARIWISATA TERHADAP KAMPANYE *InDOnesia CARE* TENTANG  
PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN *CHSE* DI KOTA BUKITTINGGI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Andalas**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

Oleh :

**ANGGA PRATAMA**

**1710862010**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2022**

**UNTUK**

**KEDJAJAAN**

**BANGSA**



## ABSTRAK

### RESEPSI PELAKU PARIWISATA TERHADAP KAMPANYE *InDOnesia CARE* TENTANG PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN *CHSE* DI KOTA BUKITTINGGI

Oleh:

Angga Pratama  
1710862010

Pembimbing:

Dr, Emeraldy Chatra, M.I.Kom  
Diego, M.I.Kom, M.Sos

Perbedaan dalam memaknai sebuah pesan, menjadi suatu tantangan besar yang dihadapi oleh komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan. Situasi seperti ini secara tidak langsung menyebabkan banyak dari komunikan belum mampu bahkan tidak memahami maksud dan tujuan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan resepsi pelaku pariwisata terhadap kampanye *InDOnesia CARE* tentang penerapan protokol kesehatan *CHSE* di Kota Bukittinggi dan menganalisis penerapan protokol kesehatan *CHSE* pada pelaku pariwisata di Kota Bukittinggi. Kampanye ini sendiri merupakan sebuah kampanye nasional tentang mengimplementasikan panduan protokol kesehatan *CHSE*, yang dikampanyekan secara langsung kepada masyarakat khususnya pada pelaku pariwisata sekaligus verifikasi untuk menghadirkan destinasi wisata bersih, sehat, aman dan lingkungan yang lestari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi kritis dan paradigma kritis. Pemilihan informan penelitian menggunakan teknik *purposive*. Teori yang digunakan yaitu teori *encoding-decoding* dari Stuart Hall dengan teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara, observasi partisipasi pasif dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis model Spradley. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku pariwisata di Kota Bukittinggi berada pada *dominant hegemonic position* dan *negotiated position* dalam meresepsi pesan dari Kampanye *InDOnesia CARE*. Akan tetapi, setelah adanya peraturan baru mengenai kebijakan dalam penanganan Covid-19 dan setelah satu tahun diterapkannya program tersebut, resepsi pelaku pariwisata lebih mengarah *negotiated position*.

**Kata Kunci:** Analisis Resepsi, Pelaku Pariwisata, Kampanye *InDOnesia CARE*.

## ABSTRACT

### ***Tourism Actors Reception Of The InDOnesia CARE Campaign on The Implementation Of The CHSE Health Protocol in Bukittinggi***

By:  
**Angga Pratama**  
1710862010

Supervisor:  
**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Diego, M.I.Kom, M.Sos**

*The difference in interpreting a message, becomes a big challenge faced by communicators in conveying a message. This situation indirectly causes many of the communicants not yet able to even understand the intent and purpose of what is conveyed by the communicator. Therefore, this study aims to describe the reception of tourism actors on the InDOnesia CARE campaign about the implementation of CHSE health protocols in Bukittinggi city and analyze the application of CHSE health protocols to tourism actors in Bukittinggi city. This campaign itself is a national campaign on implementing the CHSE health protocol guidelines, which is campaigned directly to the public, especially tourism actors, as well as verification to bring clean, healthy, safety and environmentally sustainable tourist destinations. This research uses critical ethnographic research methods and critical paradigm. Selection of research informants using purposive techniques. The theory used is the theory of encoding-decoding from Stuart Hall with data collection techniques obtained by interviewing, observation of passive participation and documentation. Data analysis techniques used Spradley model analysis. The results showed that tourism actors in Bukittinggi were in a dominant hegemonic position and negotiated position in receiving the message from InDOnesia CARE campaign. However, after the new regulations regarding policies in handling Covid-19 and after one year of the implementation of the program, the reception of tourism actors leads to a negotiated position.*

**Keyword:** *Reception Analysis, tourism actors, InDonesia Care Campaign.*

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA