

**RESEPSI SISWA SMP DAN SMA TERHADAP KAMPANYE “TOLAK
JADI TARGET” DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

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

Oleh:

FADHLIA RAHMI

1310861037

Pembimbing:

Yesi Puspita, M.Si

Alna Hanana, M.Sc



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2019**

ABSTRAK

RESEPSI SISWA SMP DAN SMA TERHADAP KAMPANYE “TOLAK JADI TARGET” DI KOTA PADANG

Oleh:
FADHLIA RAHMI
1310861037

Pembimbing:
Yesi Puspita, S.Sos, M.Si
Alna Hanana, S.I.Kom, M.Sc

Kampanye Tolak Jadi Target merupakan sebuah kampanye yang bertujuan untuk menghentikan kejahatan industri rokok yang menargetkan siswa sebagai konsumennya. Kampanye dilakukan oleh siswa dan kepada siswa itu sendiri. Dalam proses *decoding* yang dilakukan siswa terhadap kampanye, siswa memiliki pendapat yang berbeda-beda. Beberapa siswa memberikan tanggapan positif dan ada juga yang sebaliknya. Apakah dengan komunikasi persuasif yang disampaikan dalam kampanye, siswa dapat memiliki resepsi yang sejalan dengan tujuan kampanye.

Penelitian ini menggunakan teori resepsi dengan pendekatan kualitatif. Teori resepsi ini memandang bahwa setiap audiens memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap pesan yang disampaikan sesuai dengan pengalamannya masing-masing. Sedangkan pendekatan kualitatif dibutuhkan agar data yang didapatkan dalam penelitian lebih mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan memaknai kampanye Tolak Jadi Target secara positif. Tiga dari empat informan berada pada posisi hegemoni dominan. Kemudian satu informan berada pada posisi negosiasi dimana dia menilai bahwa masih ada sisi negatif yang dihasilkan dari kampanye ini. Pendapat informan mengenai sisi negatif ini merupakan hasil penyesuaian pesan kampanye dengan ideologi umum yang berlaku di lingkungannya.

Kata kunci: Resepsi, Kampanye, Siswa

ABSTRACT

HIGH SCHOOL STUDENT'S RECEPTION OF "TOLAK JADI TARGET" CAMPAIGN IN PADANG CITY

By:

FADHLIA RAHMI

1310861037

Supervisors:

Yesi Puspita, S.Sos, M.Si

Alna Hanana, S.I.Kom, M.Sc

A campaign named Tolak Jadi Target has purpose to make cigarette's industry stop aiming the student to be their consumer. This campaign is by student for student. When students did the decoding process of the message of the campaign, they had their own opinion for each person. Not everybody gave positive feedback for this campaign. Do the persuasive communication which include in this campaign can make students has the reception as same as the purpose of the campaign?

The aims of the research is to determine the student's reception of kampanye Tolak Jadi Target by using reception theory and qualitative method. Reception theory explained that everybody has their own way to understand the message based on their experiences. Then qualitative method is used to get in-depth understanding of this research.

The results of this research shows that all of informants think about this campaign in positive way. Three of them are in dominant hegemony position. Meanwhile an informant is in negotiated position because he thinks this campaign still has a negative effect according to his experience.

Keywords: Reception, Campaign, Student