



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

24%

SIMILARITY INDEX

Submission author: NURUL ISTIAN MAGAFIRA

Assignment title: JURNAL

Submission title: Analisis Konsep Body Positivity Melalui Resepsi Audiens Dalam...

File name: Nurul_Istian_Magafira_ejournal_Ilkom_19.docx

File size: 271.38K

Page count: 12

Word count: 6,257

Character count: 40,557

Submission date: 29-Jul-2024 11:18AM (UTC+0700)

Submission ID: 2424138424



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP.198104172005012001

Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

Analisis Konsep *Body Positivity* Melalui Resepsi Audiens Dalam Kampanye #Respectmybody Pada Instagram (Studi Kasus Kampanye Brand Somethinc)

Nurul Istian Magafira^{1*}, Silviana Purwanti², Ainun Ni' matu Rohma³, Johantan Alfando WS⁴

article info

Article history:
Received XX XXXX XXXX
Received in revised form XX XXXX XXXX
Accepted
Available online:

DOI:

Keywords:
Resepsi Audiens, Campaign, Advertising, Body Positivity

abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi milik Stuart Hall. Dimana didalam metode membagi khlayak ke dalam 3 kategori yakni *Dominant Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa khlayak memiliki kemampuan untuk mencerna dan mengkonversi pesan media menjadi definisi atas pilihan hidup dan identitas diri. Audiens diberi pilihan untuk memilih media mana yang akan dikonsumsi sesuai dengan preferensi. Ditemukan para informan yang terbagi menjadi tiga posisi dimana dua informan berada pada posisi *Dominant Hegemonic Position*, yang berarti setuju dengan kampanye #Respectmybody bahwa pesan dan tujuan awal Brand Somethinc tersampaikan dengan baik kepada para informan dua lainnya di posisi *negotiated* dimana khlayak secara umum menerima ideologi dominan namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya sesuai dengan aturan budaya hingga pemilihan mereka sendiri. Dan satu di posisi *oppositi* yaitu khlayak yang menolak pesan yang dimaksudkan pada media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan oleh media tersebut

*Corresponding author. Email: Nurulistian20@gmail.com; uhsilvanapurwanti@fkip.umul.ac.id; jhantanalfando@fkip.umul.ac.id; wsthanan@fkip.umul.ac.id; jhantanalfando@fkip.umul.ac.id
© F. ISSN: 2580-1643
© copyright © 2019 Published by Davis King, Lembang KITA
http://ejournal.commons.org/issn/2580-1643/