

Abstrak

Kondisi Indonesia pasca merdeka menjadi perhatian khususnya bagi para akademisi terkait dengan istilah poskolonialisme. Istilah tersebut mengerucut pada wajah iklan televisi *commercial* (TVC) kontemporer yang syarat akan adanya manifestasi budaya Barat. Menanggapi situasi tersebut penelitian ini berfokus pada riset audiens terutama pemaknaan audiens mengenai iklan Oppo F 5 *Capture The Real You*. Adapun rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana pemaknaan audiens mengenai representasi figur Indonesia dalam iklan Oppo F 5 *Capture The Real You*. Penelitian ini merupakan penelitian mengenai resepsi audiens dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Melalui proses-proses aktual serta mendalam penelitian ini menemukan informan penelitian berada pada posisi negoisasi. Keempat informan tidak sependapat secara utuh sama dengan apa yang ditampilkan mengenai figur Indonesia pada sosok Chelsea Islan dalam iklan Oppo F 5 *Capture The Real You*. Melainkan sependapat mengenai budaya Indonesia yang termanifestasikan pada bahasa dan wajah. Akan tetapi, kondisi lainnya juga tidak sependapat mengenai figur Indonesia pada sosok Chelsea Islan yang syarat akan nilai budaya Barat seperti bebas berekspresi, warna rambut kemerah-merahan, mempunyai kredibilitas, teknologi yang maju dan bagus secara estetika.

Kata kunci : Resepsi audiens, iklan televisi *comercial*, poskolonialisme

Abstract

The condition of post-independence Indonesia is of particular concern to academics related to the term postcolonialism. The term is pursued in the face of contemporary televise commercial (TVC) which are conditional on Western cultural manifestations. Responding to the situation, this research focuses on audience research, especially the meaning of the audience regarding the Oppo F 5 Capture The Real You advertisement. The formulation of the problem of this research is how the audiences interpret the representation of Indonesian figures in the Oppo F 5 Capture The Real You ad. This research is a study of audience reception using a qualitative research paradigm. Through actual and in-depth research processes, the research informants are in a negotiating position. The four informants did not agree in full with what was shown about Indonesian figures in the figure of Chelsea Islan in the Oppo F 5 Capture The Real You advertisement. But agree on Indonesian culture which is manifested in language and face. However, other conditions also disagree about the figure of Indonesia in the figure of Chelsea Islan whose requirements for Western cultural values such as freedom of expression, reddish hair color, credibility, advanced technology and aesthetically good.

Key word : Reception audience, televise commercial advertisement, poscolonial