

## **ABSTRAK**

Skripsi ini bertujuan untuk melihat realitas yang tersembunyi di dalam video tutorial “*Make Up For School*” oleh Nanda Arsyinta di media sosial *Youtube* melalui pemaknaan para audiensnya. Makna dalam hal ini melihat apakah para audiens aktif dalam menafsirkan informasi yang disampaikan Nanda Arsyinta dalam video tutorial “*Make Up For School*” melalui media sosial *Youtube*.

Penelitian ini mengacu pada teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall, yang berfokus pada pengalaman subjektif sebagai penonton yang aktif. Mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall, penelitian ini mengacu pada tiga posisi di mana penonton dibagi menjadi tiga posisi makna yaitu, dominan-hegemonis, negosiasi, dan oposisi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai metode pengumpulan data primer. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Teknik pemilihan informan adalah *purposive sampling*, dengan berdasarkan pengetahuan informan, yang dalam hal ini berperan sebagai audiens video tutorial “*Make Up For School*” oleh Nanda Arsyinta di media sosial *Youtube* itu sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada makna berbeda-beda karena berbagai faktor, yang merupakan faktor pengalaman dan pengetahuan dari informan, latar belakang keluarga, dan sebagainya.

Kata Kunci : Teori Resepsi Audiens Stuart Hall, video tutorial “*Make Up For School*”, media sosial *Youtube*.

## **ABSTRACT**

This study aimed to see how audiences interpret the “*Make Up For School*” video tutorial by Nanda Arsyinta on social media *Youtube*. Meanings here seen whether the audience to interpret an information delivered through social media *Youtube* with characteristics which are delivered free information without having to go through a gatekeeper, between the sender and the receiver.

The study refers to the theory of reception by Stuart Hall that focuses on the subjective experience as an active audience. Referring to the theory by Stuart Hall, this study refers to the three hypotheses in which the audience is divided into three positions of meaning, which is, the dominant-hegemonic, negotiation, and opposition.

The study used a qualitative approach with in-depth interviews as a method to locate the primary data. The method used is a case study. Selection of informants is purposive sampling, by considering variations based on the knowledge of the “*Make Up For School*” video tutorial by Nanda Arsyinta on social media *Youtube* itself.

The results showed that there is meaning vary due to various factors, which are factor of experience and knowledge of the informant, family background, etc.

Keywords : Theory of Reception by Stuart Hall, “*Make Up For School*”, social media *Youtube*.