

## ABSTRAK

Penerimaan dan pemaknaan khalayak terhadap pesan yang ditampilkan media sangatlah beragam. Konsep *self-acceptance* dalam musik video *Tutur Batin* menjadi fokus pada penelitian penerimaan pesan oleh khalayak media ini. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif untuk dapat mengetahui dan mendeskripsikan penerimaan pesan khalayak yang dianalisis menggunakan metode analisis resepsi untuk mengetahui posisi penerimaan khalayak terdapat pada posisi *dominant hegemonic reading*, *negotiated reading* atau *oppositional reading*. Penelitian ini menggunakan 6 informan yang terbagi menjadi dua kelompok berdasarkan jenis kelamin yaitu 3 orang perempuan dan 3 orang laki-laki dengan perbedaan latar belakang pengalaman, etnis, agama dan asal daerah. Informan dipilih dari mahasiswa FISIP UNSOED. Proses pengambilan data menggunakan metode FGD dan wawancara mendalam.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah tiga informan termasuk kedalam posisi *dominant hegemonic reading* yang berarti menerima secara penuh pesan yang disampaikan musik video *Tutur Batin*, dua informan kedalam posisi *negotiated reading* yang berarti menerima pesan yang ditampilkan musik video *Tutur Batin* tapi juga memiliki pendapat tersendiri dan satu informan kedalam *oppositional reading* yang berarti menolak pesan yang disampaikan pada musik video *Tutur Batin*. Penerimaan informan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya budaya, lingkungan sosial dan latar belakang pengalaman yang didapat.

**Kata Kunci:** Analisis Penerimaan khalayak, *Self-acceptance*, Musik video *Tutur Batin*

## ABSTRACT

*The audience's acceptance and meaning of the message displayed by the media is very diverse. The concept of self-acceptance in the music video Tuter Batin became the focus of research on message acceptance by this media audience. This study used 6 informants who were divided into two groups based on sex, consisting of 3 women and 3 men with differences in experience background, ethnicity, religion, and regional origin. Informants are selected from FISIP UNSOED students. The data collection process uses the FGD method and in-depth interviews.*

*The results obtained from this study are that three informants are included in the dominant position of hegemonic reading which means receiving fully the message represented by the Tuter Batin music video, two informants in the position of negotiated reading which means receiving the message displayed in the Tuter Batin music video but also have their own opinions and one informant in oppositional reading which means rejecting the message represented in the music video of Tuter Batin. The acceptance of informants is influenced by several factors including culture, social environment, and background experience gained.*

**Keyword:** *Audience Reception Analysis, Self-acceptance, Tuter Batin Music Video*