

**ANALISIS KONTEN KREATIF YOUTUBE PIJARU PERIODE MEI –
JUNI 2018 BERDASARKAN PERSPEKTIF TEORI KOMODITAS
ADORNO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi



GIRALDY GUMELAR

1141003004

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

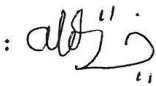
Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Giraldy Gumelar

NIM : 1141003004

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Agustus 2018

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Giraldy Gumelar
NIM : 1141003004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Konten Kreatif Youtube Pijaru Periode Mei – Juni
2018 Berdasarkan Perspektif Teori Komoditas Adorno

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M.MediaPrac
Penguji 1 : Ari Kurnia, M.Ikom
Penguji 2 : Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 24 Agustus 2018

Universitas Bakrie

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat, nikmat, rahmat, anugerah, dan izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Konten Kreatif Youtube Pijaru Periode Mei-Juni 2018 Berdasarkan Perspektif Teori Komoditas Adorno." dengan baik dan tepat waktu. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos.,MMediaPrac, selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik, selalu sabar, teliti, peduli serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas tantangan-tantangan dan permasalahan yang dihadapi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie serta selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan ilmu, nasihat, bimbingan, semangat, dan dukungan untuk penulis selama menjalani masa perkuliahan.
3. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ibu Tuti Widiastuti, Ibu Ari Kurnia, Ibu Dianingtyas Murtanti Putri, Mas Aryo Subarkah Eddyono, dan seluruh staf pengajar serta administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu, doa, bantuan, dan dukungannya selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.

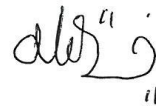
Universitas Bakrie

4. Mas Getar, Kak Tika dan seluruh tim di Pijaru yang telah membantu saya dalam menyelesaikan data untuk skripsi mengenai Pijaru
5. Kedua orang tua yaitu Hasmda dan Dibyo , Bapak dan Ibu tercinta yang telah menjadi sosok orang tua yang sangat suportif, serta adik, yang telah senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan menghibur dikala susah atau senang dukungan materi maupun non materi yang tidak pernah putus selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2014. Terutama Danu Darya sebagai ketua angkatan, Egi Chaerizky dan Farhandhika Alamsyah sebagai sahabat, serta Farah Devianti sebagai sahabat yang bisa diajak curhat dan makan-makan.
7. Terima kasih kepada Komunal 2010,2011, 2012, 2013 dan adik-adik, yang selalu memberi dukungan dan doa, serta semangatnya kepada Komunal 2014.
8. Teruntuk Dara Krisna Reistasya, Gena, Risma, Alamin Aji, Leni, Gilang, Wisnu, Mega, Rifqi, Alvin, dan Dika selaku sahabat yang selalu memberikan arti persahabatan yang tulus. Terima kasih untuk memberikan doa, semangat dan nasihat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi.
9. Terima kasih kepada Rolina Oktaviani Zakiyah, yang memberikan support, dan nasihat kepada saya tentang dari kehidupan.

Universitas Bakrie

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 24 Agustus 2018



Girdy Gumelar

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Girdaly Gumelar
NIM : 1141003004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS KONTEN KREATIF YOUTUBE PIJARU PERIODE MEI – JUNI 2018
BERDASARKAN PERSPEKTIF TEORI KOMODITAS ADORNO

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 Agustus 2018

Yang menyatakan,



(Girdaly Gumelar)

ANALISIS KONTEN KREATIF YOUTUBE PIJARU PERIODE MEI – JUNI 2018 BERDASARKAN PERSPEKTIF TEORI KOMODITAS ADORNO

Giraldy Gumelar

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi dan informasi saat ini membawa dampak yang sangat besar. Perkembangan komunikasi tersebut disebabkan karena perkembangan teknologi saat ini. Dengan perkembangan teknologi yang pesat maka masyarakat memaksimalkan teknologi dengan baik, seperti mengakses informasi. Kehadiran Youtube merupakan wadah untuk menciptakan karya seni dalam bentuk audio dan video. Seperti Pijaru yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di industri kreatif, seperti Youtuber yang membuat konten kreatif pada sosial media seperti Youtube. Adorno sebagai pengemuka teori komoditas, menjelaskan bahwa produk-produk budaya adalah komoditas. Dalam penelitian ini penulis menjadikan Pijaru sebagai objek penelitian. Pijaru memproduksi konten kreatif seperti *Interview HRD*, *Taste This*, dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komoditas yang terdapat dalam konten kreatif Pijaru. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui *Indepth Interview* dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten kreatif yang memiliki fungsi media bersifat Informasi, Edukasi dan Menghibur merupakan tuntutan dari Pijaru untuk *audience* dan pada akhir mei 2018 konten kreatif Pijaru diberhentikan dan tidak diproduksi kembali.

Kata kunci: Pijaru, Komoditas Adorno, Konten-Konten Kreatif, Youtube, Fungsi Media

CREATIVE CONTENT ANALYSIS OF YOUTUBE PIJARU MAY - JUNE 2018
PERIOD BASED ON THEORIES OF ADORNO COMMODITIES THEORY

Giraldy Gumelar

ABSTRACT

The development of communication and information today has a huge impact. The development of communication was due to the current technological developments. With the rapid development of technology, the community maximizes technology well, such as accessing information. The presence of Youtube is a place to create artwork in the form of audio and video. Like Pijaru, which is a company engaged in the creative industry, like Youtuber who makes creative content on social media such as Youtube. Adorno as a commodity theory proponent explained that cultural products are commodities. In this study the author made Pijaru as the object of research. Pijaru produces creative content such as HRD Interview, Taste This, and so on. This study aims to find out the commodities contained in Pijaru's creative content. This study uses Descriptive Qualitative method with data collection method carried out through Indepth Interview and the results of this study indicate that creative content that has the function of Information, Education and Entertaining media is a demand from Pijaru for the audience and by the end of May 2018 creative content Pijaru was dismissed and not produced back.

Keywords : Pijaru, Adorno Commodities, Creative Content, Youtube, Media Functions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Manfaat Teoritis	6
1.3.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Tinjauan Pustaka terkait dengan Kerangka Konsep	27
2.2.1 Komunikasi Massa	27
2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa	27

2.2.2 Media Massa	30
2.2.3 Media <i>Online</i>	32
2.2.4 Budaya Populer	33
2.2.4.1 Teori Komoditas Adorno.....	35
2.2.4.2 Konsumsi dan Fetisisme Komoditas	36
2.2.5 <i>Content Creator</i>	37
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Sumber Data	44
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	46
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	48
3.7 Keterbatasan Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Objek Peneliti.....	51
4.1.1 Profile Pijaru	51
4.1.2 Jenis dan Produk Pijaru	53
4.1.3 Struktur Perusahaan	58
4.1.4 Peralatan dan <i>Software Pendukung</i>	61
4.1.5 Narasumber	63

4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Konten Menyampaikan Informasi, Mendidik dan Menghibur.....	65
4.2.2 Komoditas Vincent Moscow di dalam Konten Kreatif Pijaru.....	68
4.2.2.1 Kaitan Konten kreatif Pijaru dengan Komoditas.....	69
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Kredibilitas Kompas.com Sebagai Latar belakang Kredibilitas Pijaru.....	80
4.3.2 Hilangnya Eksistensi dan Komoditas Konten Kreatif News Pada Pijaru.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Akademisi.....	87
5.2.1 Saran Praktisi	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 3.1 Daftar Tim Produksi Konten Kreatif Pijaru.....	42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten-konten terdapat di Youtube Pijaru.....	5
Gambar 4.1 Logo Pijaru.....	51
Gambar 4.2 Logo Utama Pijaru.....	52
Gambar 4.3 Acara Interview HRD.....	54
Gambar 4.4 Acara Fideo Tanpa Vaedah.....	54
Gambar 4.5 Tangisan Anak Indonesia.....	55
Gambar 4.6 Sehari Menjadi.....	56
Gambar 4.7 Kenang-kenangan.....	56
Gambar 4.8 Konten <i>news</i>	57
Gambar 4.9 Struktur Perusahaan Pijaru.....	58
Gambar 4.10 Kolom Komentar Pijaru.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan <i>Creative dan Scriptwriter</i> , Getar Jagat.....	90
Lampiran 2 Hasil Wawancara <i>Social Media Specialist</i> , Tika Almira.....	94
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Pengamat Media, Eka Wenats.....	97
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Wakil Pemimpin Redaksi, Heru Margianto.....	101