

**ANALISIS SUBSCRIBER YOUTUBE TANBOY.KUN DALAM
MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
TEORI AISDALSLOVE**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Aisyah Shafira Rahma

1161003286

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

JAKARTA

2020

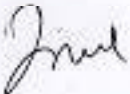
Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

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

Nama : Aisyah Shafira Rahma

NIM : 1161003286

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Aisyah Shafira Rahma

NIM : 1161003286

Program Studi : Ilmu Komunikasi

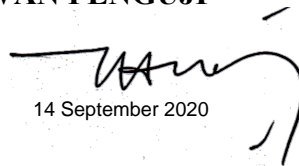
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis subscriber youtube tanboy.kun dalam menentukan keputusan pembelian melalui teori aisdalslove

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M



14 September 2020

Penguji 1 : Dr. Vivid F Argarini, B.Arts

Penguji 2 : Dra. Hanny Nurahmawati, M. Ilkom

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala berkat, nikmat, rahmat, anugerah, dan izin-NYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Subscriber Youtube Tanboy.kun dalam menentukan keputusan pembelian melalui teori AISDALSLove 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. Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, penulis menemukan berbagai macam halangan dan rintangan, baik dalam faktor internal dan eksternal. Namun segala dorongan, dukungan dan motivasi serta pertolongan dari Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu sesuai dengan yang diinginkan oleh penulis.

2. Keluarga Penulis

Terima kasih kepada Umi, om Erwin dan Kakak penulis yang tercinta karena selama ini selalu memberikan dukungan dan doa agar penulis selalu semangat dalam menyelesaikan peneliti skripsi ini. Rasa terima kasih selalu ada di benak penulis karena Umi selalu memberikan motivasi dan memberikan semangat saat penulis sedang letih dan capek untuk melanjutkan skripsi ini.

3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M.

Terima kasih kepada Bu Yanti selaku Dosen Pembimbing yang sangat baik, selalu sabar, teliti, peduli serta telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, memberikan solusi atas tantangan ataupun rintangan dan permasalahan yang selalu dihadapi oleh penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.

4. Hanny Nurahmawati dan Vivid Argarini

Terima kasih kepada Mba Hanny Nurahmawati dan Bu Vivid Argarini, Mba Hanny yang sudah membantu penulis menjadi narasumber yang dapat membantu penulis dalam menganalisis hasil penelitiannya. dan Bu Vivid yang membantu penulis untuk membenarkan Skripsi.

5. Teman – teman penulis

Terimakasih kepada teman – teman penulis yaitu Arsy, Indri, Leonne, Ulandari, Farhan, Fadli, Harry, Reza, Tiara, Rzyka, Bagus, Sima, dan Novela dalam memberikan semangat dan selalu mendengarkan keluh – kesah penulis sehingga penulis bisa bangkit kembali dan melanjutkan menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih juga kepada teman – teman penulis karena selalu berada di sisi penulis dan menghibur penulis saat penulis sedang jenuh.

6. Teman – teman Ilmu Komunikasi 2016 (KOMUNAL '16)

Terima kasih kepada teman – teman komunal yang sudah bersedia berjuang bersama dari awal tahun pertama perkuliahan dimulai sampai sekarang, dan menghibur penulis selama penulis menjalankan perkuliahan nya sampai sekarang ini.

7. Teman – teman Marketing Communication 2016

Terima kasih kepada teman – teman sesama jurusan yang sudah bersedia bersama – sama berjuang dan belajar bersama dari awal peminatan sampai sekarang.

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama: Aisyah Shafira Rahma

NIM: 1161003286

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir: Skripsi

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

“ANALISIS SUBSCRIBER YOUTUBE TANBOY.KUN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TEORI AISDALSLOVE”

beserta 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 mencantumkan 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 : 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



(Aisyah Shafira R.)

ANALISIS SUBSCRIBER YOUTUBE TANBOY.KUN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TEORI AISDALSLove

ABSTRAK

Zaman sekarang perkembangan teknologi semakin berkembang sehingga kita tetap sadar adanya teknologi baru yang ada di sekeliling kita di seluruh belahan dunia, Salah satu media yang berkembang adalah Youtube. Youtube merupakan sebuah platform distribusi video terbesar dan terpopuler di Internet. Youtube mempunyai lebih dari 4 miliar jam yang menonton video setiap bulan, salah satu konten yang populer di Youtube adalah Vlog. Vlog (video blog) merupakan sebuah rekaman dari pikiran, opini, atau pengalaman yang dijadikan film dan di upload di internet, Di Indonesia, Vlog terkenal di tahun 2014 lalu. Fenomena vlog membuat banyak orang membuat konten yang kreatif. mulai dari orang biasa hingga para selebritis, semuanya berkreasi membuat vlog. Mukbang sendiri termasuk dalam kategori vlog di youtube, karena konten mukbang yang tidak terscript dan asli, Di Indonesia, acara Mukbang mulai dikenal pada tahun 2016. peneliti ingin mencari tahu apakah dengan menonton video makanan dengan brand yang ternama akan membuat penonton memiliki keputusan melalui teori AISDALSLove untuk membeli makanan yang ada di video Tanboy.kun. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara secara mendalam dan melalui studi pustaka, kemudian uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulator sumber data. Hasil penelitian ini yaitu tiga dari informan peneliti pernah membeli dari video Tanboy.kun, sedangkan satu informan peneliti tidak pernah membeli produk baru yang diperkenalkan Tanboy.kun.

Kata kunci : Vlog, Mukbang, Youtube, AISDALSLove

**ANALISIS SUBSCRIBER YOUTUBE TANBOY.KUN DALAM MEMBUAT
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI TEORI AISDALSLOVE**

ABSTRACT

Nowadays the development of technology is growing so that we are still aware of the new technology that is around us in all parts of the world. Youtube is the largest and most popular video distribution platform on the Internet and Youtube has more than 4 billion hours of watching videos every month, one of the most popular content on Youtube is Vlogs. A vlog (video blog) is a recording of thoughts, opinions, or experiences that is made into a film and uploaded on the internet. In Indonesia, Vlog starts to get famous in 2014. The vlog phenomenon makes many people create creative content. from ordinary people to celebrities, all of them create vlogs. Mukbang itself is included in the vlog category on YouTube, because mukbang content is not scripted and original. In Indonesia, the Mukbang event became known in 2016. Researchers want to find out whether watching food videos with well-known brands will make viewers have a buying decision through AISDALSLove theory, to buy food that is in the Tanboy.kun videos. This study uses data techniques by means of in-depth interviews and through literature studies, then the data validity test is carried out using a data source triangulator. The results of this study are that three of the research informants have bought from the Tanboy.kun video, while one research informant has never purchased a new product introduced by Tanboy.kun.

Key words: Vlog, Mukbang, Youtube, Tanboy.kun

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| DAFTAR GAMBAR | iii |
| DAFTAR TABEL..... | iv |
| DAFTAR BAGAN | v |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II..... | 11 |
| KERANGKA PEMIKIRAN..... | 11 |
| 2.1. Tinjauan pustaka terkait penelitian sebelumnya. | 11 |
| 2.2. Tinjauan Pustaka terkait kerangka teoritis | 19 |
| 2.2.1. Digital Marketing..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.2. Vlog..... | 21 |
| 2.2.3. AISDALSLove | 22 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| BAB III | 28 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | 28 |
| 3.1. Metode Penelitian..... | 28 |
| 3.2. Objek Penelitian | 28 |
| 3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data. | 29 |
| 3.4.1. Sumber Data..... | 29 |
| 3.4.2. Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep | 31 |
| 3.4.1. Definisi Konseptual..... | 31 |
| 3.5. Teknik Analisis Data..... | 33 |
| 3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data | 34 |
| 3.7. Keterbatasan Penelitian | 36 |
| BAB IV | 37 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 37 |

| | |
|--|----|
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 37 |
| 4.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian | 39 |
| 4.3. Hasil Penelitian | 44 |
| 4.4. Pembahasan | 55 |
| BAB V | 76 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 76 |
| 4.5. Kesimpulan..... | 76 |
| 4.6. Saran..... | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | 79 |
| LAMPIRAN..... | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1. Statistik Konten terbesar di Indonesia 2019..... | 5 |
| Gambar 1.2. Data Youtubers terbesar di Indonesia 2019 | 6 |
| Gambar 1.4. Screenshot komen Tanboy.kun | 8 |
| Gambar 4.1. Profile Tanboy.kun | 35 |
| Gambar 4.2. Instagram Tanboy.kun | 36 |
| Gambar 4.2.1. Profil Novela (21 Tahun) | 37 |
| Gambar 4.2.2 profil Sima (20 tahun) | 38 |
| Gambar 4.2.3 Profil Firman (22 tahun) | 38 |
| Gambar 4.2.4 profil Nadine (22 tahun)..... | 39 |
| Gambar 4.2.5 profil narasumber triangulator Hanny Nurahmawati | 40 |
| Gambar 4.3.1 Video Tanboy.kun menunjukkan porsi makanannya | 41 |
| Gambar 4.3.2 Video Tanboy.kun sedang memasak makanannya | 42 |
| Gambar 4.3.3 Video Tanboy.kun memakan mie goreng | 43 |
| Gambar 4.3.4 Video Tanboy.kun memakan richeese | 45 |
| Gambar 4.3.5 Video Tanboy.kun memakan McDonald dengan saus Samyang | 46 |
| Gambar 4.3.6 Video Tanboy.kun makan rendang wagyu..... | 48 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1. Referensi Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep | 37 |

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Teori AISDALSLove 22
Bagan 2.2. Kerangka Pemikiran 31