

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP *BRAND IMAGE* CHLOE TING
MELALUI KONTEN YOUTUBE
(Konten Edisi *#ChloeTingChallenge* dalam Video *Do This Everyday To Lose
Weight 2 Weeks Shred Challenge*)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

LITA YUNITAWATI

1191903024

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Lita Yunitawati

NIM : 1191903024

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lita Yunitawati', written over a horizontal line.

Tanggal : 21 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lita Yunitawati
NIM : 1191903024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP
BRAND IMAGE CHLOE TING MELALUI KONTEN YOUTUBE (Konten Edisi
#ChloeTingChallenge dalam Video : *Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks
Shred Challenge*)

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 dan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom.

()

Penguji 1 : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D.

()

Penguji 2 : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Agustus 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayatnya peneliti dapat menyelesaikan masa Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dalam penelitian Proposal Tugas Akhir dengan judul **“ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP *BRAND IMAGE* CHLOE TING MELALUI KONTEN YOUTUBE (Konten Edisi *#ChloeTingChallenge* Dalam Video *Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge*).”**

Proposal Tugas Akhir telah peneliti selesaikan dengan semaksimal mungkin berkat kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti sampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Papah, mamah, juga teteh beserta segenap keluarga peneliti yang telah mencurahkan kasih sayang dan dorongan baik moril maupun materil, serta memberikan do'a selama masa studi dan dalam masa penyelesaian Proposal Tugas Akhir.
- 2) Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang sudah membimbing dari awal perkuliahan.
- 3) Ibu Ari Kurnia, M.Ikom Selaku Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Skripsi yang terus memberikan kesabaran, waktu, dan kasih sayang dalam membimbing peneliti.
- 4) Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si., Ph. D Selaku Dosen Penguji satu yang telah memberikan masukan serta mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
- 5) Ibu Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr. Selaku Dosen Penguji dua yang telah memberikan masukan dan saran yang membuat hasil Tugas Akhir peneliti menjadi lebih baik.
- 6) Informan yang telah meluangkan waktu dan suportif dalam memberikan jawaban dalam interview.

- 7) Jake Joaquin seorang Founder FittualFest sekaligus triangulator dalam penelitian ini
- 8) Teman-teman terdekat peneliti yang telah membantu memberikan saran juga kritik selama peneliti melakukan penyusunan Tugas Akhir.
- 9) Lita Yunitawati, selaku peneliti yang telah berjuang dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir ini.
- 10) Dan seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan masa pembuatan Proposal Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun Proposal Tugas Akhir ini masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, disamping itu juga menyadari bahwa penelitian laporan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan-kekurangan lainnya, peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Maka dari itu peneliti mengharapkan saran dan kritik membangun dari semua pihak.

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal budi serta kebaikan pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir. Semoga Proposal Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Demikian yang dapat peneliti sampaikan, atas perhatian dan dukungan, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 21 Agustus 2021

Peneliti,

Lita Yunitawati
NIM 1191903024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Nama : Lita Yunitawati
NIM : 1191903024
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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah peneliti yang berjudul:

“ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP *BRAND IMAGE* CHLOE TING MELALUI KONTEN YOUTUBE (Konten Edisi *#ChloeTingChallenge* dalam Video : *Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge*)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir peneliti selama tetap mencantumkan nama peneliti sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 21 Agustus 2021

Yang menyatakan,



(Lita Yunitawati)

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP *BRAND IMAGE*
CHLOE TING MELAU KONTEN YOUTUBE
(Konten Edisi #ChloeTingChallenge Dalam Video *Do This Everyday
To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge*)**

LITA YUNITAWATI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena pandemi Covid-19 yang mengharuskan seluruh masyarakat memindahkan kegiatan menjadi di dalam rumah, tidak terkecuali dengan olahraga. Sebagai masyarakat kita harus kreatif dalam mencari cara bagaimana agar tetap bisa berolahraga dari rumah, misalnya dengan melihat video tutorial *home workout* dari Youtube. Banyak *influencer* dalam bidang olahraga membuat video tutorial tersebut, salah satu *influencer* yang banyak dikenal adalah Chloe Ting. Chloe Ting menjadi sangat dikenal ketika dia membuat sebuah *challenge* (#ChloeTingChallenge) yang mengharuskan pengikutnya mengikuti program *workout* yang telah ia buat. Penelitian bertujuan untuk mengetahui resepsi audiens terhadap *Brand Image* Chloe Ting melalui video Youtube Chloe Ting. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan beberapa informan. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa *Brand Image* yang diresepsi oleh informan didominasi oleh posisi posisi hegemonik dominan.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Brand Image*, Youtube

**ANALYSIS OF AUDIENCE RECEPTIONS OF CHLOE TING'S
BRAND IMAGE THROUGH YOUTUBE CONTENT
(#ChloeTingChallenge Edition Content In Video Do This Everyday To
Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge)**

LITA YUNITAWATI

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of the Covid-19 pandemic which requires people to move their activities indoors, including sports. As a society, we must be creative in finding ways to keep exercising from home, for example by watching home workout tutorial videos from Youtube. Many influencers in the exercise field made these tutorial videos, one of the most well-known influencers is Chloe Ting. Chloe Ting became very well known when she created a challenge (#ChloeTingChallenge) that required her followers to follow the workout program she had created. This study aims to determine audience reception of Chloe Ting's Brand Image through Chloe Ting's Youtube video. This study uses a qualitative approach with reception analysis method, the data collection technique used is interviews with several informants. In this case, the researcher found that the Brand Image perceived by the informants was dominated by dominant hegemonic positions.

Key Word: *Reception Analysis, Brand Image, Youtube.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan nikmat yang tiada henti serta hidayah dan kuasanya dalam membimbing umat-nya, serta sosok sebaik-baik teladan bagi umay manusia Rasulullah Muhammad SWA, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS RESEPSI AUDIENS TERHADAP *BRAND IMAGE CHLOE TING MELALUI KONTEN YOUTUBE (Konten Edisi #ChloeTingChallenge Dalam Video Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge)***" sebagai persyaratan kelulusan program pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan terhadap peneliti juga motivasi yang tiada henti dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Peneliti menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu diharapkan mendapat masukan, baik saran maupun kritik dari berbagai pihak semi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan khususnya seluruh civitas Akademika Universitas Bakrie. Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Jakarta, 21 Agustus 2021

Lita Yunitawati

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITASii

HALAMAN PENGESAHAN.....iii

UNGKAPAN TERIMA KASIHiv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... vi

ABSTRAK vii

***ABSTRACT*viii**

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABELxiii

DAFTAR GAMBAR.....xiv

DAFTAR BAGAN..... xv

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

 1.4.1 Manfaat Teoretis 10

 1.4.2 Manfaat Praktis 10

BAB II	11
KERANGKA PEMIKIRIAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	19
2.2.1 Perilaku Pencarian Informasi	19
2.2.2 Analisis Resepsi	21
2.2.3 <i>Brand Image</i>	24
2.2.4 <i>New Media</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Objek Penelitian	32
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Sumber Data.....	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	38
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Objek Penelitian dan Subjek Penelitian.....	40
4.1.1 Objek Penelitian	40

4.1.2 Subjek Penelitian.....	41
4.2.1 Resepsi informan terhadap Chloe Ting.....	43
4.2.2 Pemaknaan Informan terhadap <i>Brand Image</i> Chloe Ting.....	46
4.2.3 Resepsi Jake Joaquin terhadap Chloe Ting.....	57
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Posisi Hegemonik Dominan.....	61
4.3.2 Posisi Negosiasi	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran.....	68
5.3.1 Saran Akademis	68
5.3.2 Saran Praktis	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka Penelitian Sebelumnya 15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep 35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Awal Youtube Pamela Reif	4
Gambar 1. 2 Tampilan Video Youtube Pamela Reif 10 MIN BOOTY BURN //No Equipment Pamela Reif.....	4
Gambar 1. 3 Tampilan Instagram Pamela Reif.....	5
Gambar 1. 4 Tampilan Awal Youtube Chloe Ting.....	6
Gambar 1. 5 Tampilan Video Youtube Chloe Ting Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge.....	7
Gambar 1. 6 Tampilan Instagram Chloe Ting	7
Gambar 2. 1 Tahapan Perilaku Pencarian Informasi	20
Gambar 2. 2 Diagram Sirkulasi makna Stuart Hall (Storey, 1996)	22
Gambar 3. 1 Tampilan Video Youtube Chloe Ting Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge.....	33
Gambar 4. 1 Tampilan Video Youtube Chloe Ting Do This Everyday To Lose Weight 2 Weeks Shred Challenge.....	40
Gambar 4. 2 Berita Chloe Ting, channel yang bisa disimak saat PPKM.....	50
Gambar 4. 3 Berita Chloe Ting, channel Youtube untuk olahraga di rumah.....	51
Gambar 4. 4 Berita Chloe Ting, Sarana olahraga Walau hanya di Rumah.....	53
Gambar 4. 5 Berita Chloe Ting, Pesona Chloe Ting Youtuber si Ratu Workout Ternama asal Australia.....	54
Gambar 4. 6 Komentar Positif Audiens dalam Konten Video Chloe Ting.....	62
Gambar 4. 7 Bagian <i>Community</i> dalam Youtube Chloe Ting	63
Gambar 4. 8 Komentar Audiens dalam Bagian <i>Community</i> dalam Youtube Chloe Ting.....	64
Gambar 4. 9 Tampilan Judul-Judul Video Youtube Chloe Ting	65

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian 31