

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS MENGENAI *EXPERIENTIAL*
VALUE DALAM AJANG KHUSUS VIRTUAL
“J&T SUPER SELLER”**

TUGAS AKHIR



**MUHAMMAD ALFIAN AULIA
1201913044**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS MENGENAI *EXPERIENTIAL*
VALUE DALAM AJANG KHUSUS VIRTUAL
“J&T SUPER SELLER”**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



**MUHAMMAD ALFIAN AULIA
1201913044**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

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 : Muhammad Alfian Aulia

NIM 1201913044

Tanda Tangan :




Tanggal : 12 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Muhammad Alfian Aulia
NIM : 1201913044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Audiens Mengenai
Experiential Value Dalam Ajang Khusus
Virtual J&T Super Seller

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D. ()

Penguji : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.

Penguji : Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom

()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Februari 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul: Analisis Resepsi Audiens Mengenai *Experiential Value* Ajang Khusus Virtual J&T Super Seller sebagai bagian dari tahap akhir penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam penelitian Tugas Karya Akhir ini saya menemukan banyak kendala yang menyulitkan. Berkat izin Tuhan Yang Maha Esa beserta bantuan doa, semangat, dukungan dan masukan dari berbagai pihak, akhirnya Tugas Karya Akhir ini dapat terselesaikan. Saya mengucapkan terima kasih kepada orang tua tercinta Ayahanda Muhammad Izham Muaz Lubis dan Ibunda Ermayani Harahap yang senantiasa memberikan dukungan dalam bentuk apapun serta terus memanjatkan doa bagi peneliti demi keselamatan dan kemaslahatan dunia dan akhirat. Tiada kesempatan yang cukup bagi saya untuk mengganti seluruh kasih dan sayang serta pengorbanan orang tua, namun melalui gelar yang hendak peneliti raih dengan menyelesaikan pendidikan ini semoga dapat menyisihkan rasa bangga di hati bagi Ayah dan Ibu tercinta. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan kesehatan bagi orang tua peneliti. Juga terima kasih kepada Sheila Sabrina yang selalu menjadi contoh yang baik bagi saya selaku kakak kandung.

Selanjutnya, peneliti juga banyak memperoleh bantuan serta dukungan dalam proses penyusunan Tugas Karya Akhir ini hingga terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. dan Adrian Arditiar, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dengan tujuan hasil akhir skripsi ini menjadi sempurna.
3. Para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu selama proses belajar mengajar di Program Kelas Karyawan Komunikasi Pemasaran.
4. Pihak dari J&T Express Indonesia yang telah banyak memberikan bantuan dalam memperoleh izin dan data yang diperlukan.
5. Afra Zhafira selaku sahabat terkasih saya yang tiada henti memberikan dukungan, semangat, saran, dan bantuan bagi saya
6. Sahabat-sahabat terdekat saya semasa di ruang perkuliahan, terkhususnya bagi Nabila Athiya dan Abigail Melurita
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Program Kelas Karyawan Komunikasi Pemasaran

Saya telah berusaha menyusun Tugas Karya Akhir ini dengan segala kemampuan. Jika terdapat hal-hal yang dirasa kurang tepat dalam Tugas Karya Akhir ini, saran serta tanggapan yang membangun dari pembaca maupun pihak terkait dalam usaha penyempurnaan penelitian sangat diharapkan. Semoga, Tugas Karya Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 12 Februari 2022



Muhammad Alfian Aulia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Alfian Aulia

NIM : 1201913044

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 saya yang berjudul :

Analisis Resepsi Audiens Mengenai *Experiential Value* Dalam Ajang Khusus Virtual J&T Super Seller

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Februari 2022

Yang menyatakan



Muhammad Alfian Aulia

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS MENGENAI
EXPERIENTIAL VALUE DALAM AJANG KHUSUS VIRTUAL
“J&T SUPER SELLER”**

Muhammad Alfian Aulia

ABSTRAK

Pelaksanaan ajang khusus mulai dilakukan dengan sistem pelaksanaan yang berbeda akibat pandemi Covid-19. Aktivitas yang mengundang keramaian kini dibatasi. Sebab hal tersebut, berbagai perusahaan yang menyelenggarakan ajang khusus, kini beradaptasi dengan mengadopsi teknologi digital melalui ruang virtual agar menjaga kestabilan eksistensi dan peran komersil. Tidak terkecuali J&T Express sebagai perusahaan jasa pengiriman logistik, yang telah selesai menyelenggarakan ajang khusus J&T Super Seller secara virtual. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana resepsi audiens dalam memaknai sebuah pesan semangat dan dukungan dalam membangun bisnis yang dikemas melalui *experiential value* serta disampaikan dalam program ajang khusus virtual. Penyelenggaraan ajang khusus yang dibahas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan berdasarkan konsep *encoding-decoding*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi resepsi dengan mengkaji data kualitatif. Peneliti menggunakan teknik pengambilan data berupa *Mini Focus Group Discussion* dengan melibatkan empat narasumber. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga narasumber berada pada posisi hegemoni dominan dan satu narasumber berada pada posisi negosiasi dengan melibatkan latarbelakang pribadi mereka dalam proses pembentukan makna pesan. Hal ini menunjukkan bahwa audiens menyetujui bentuk makna yang disampaikan melalui penyelenggaraan ajang khusus virtual. Meskipun ajang khusus dilakukan secara virtual, tim penyelenggara mampu membangun *experiential value* yang berhasil diterima oleh audiens setelah mereka mengikuti seluruh tahapan program acara hingga sampai babak final.

Kata Kunci : Ajang Khusus Virtual, *Experiential Value*, Analisis Resepsi Audiens.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Konsep Relevan.....	6
2.1.1 Konsep <i>Encoding-Decoding</i>	6
2.1.2 Audiens	8
2.1.3 <i>Experiential Value</i>	9
2.1.4 Komunikasi Massa.....	10
2.1.5 Ajang Khusus Virtual	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24

3.1 Desain dan Pendekatan.....	24
3.2 Obyek Penelitian	25
3.3 Pengumpulan Data	25
3.3.1 Sumber Data Primer.....	25
3.3.2 Sumber Data Sekunder	26
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Teknik Analisis Data	27
3.5 Triangulasi Data	28
3.6 Operasionalisasi Konsep	29
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Konteks	32
4.1.1 Ajang Khusus J&T Super Seller.....	32
4.1.2 Profil Narasumber.....	36
4.2 Penyajian Data.....	37
4.2.1 Konsep Program Acara yang Dibahas Dalam FGD	37
4.2.2 Focus Group Discussion	39
4.3 Pembahasan dan Diskusi	48
4.3.1 Posisi Audiens Hegemoni Dominan	58
4.3.2 Posisi Audiens Negosiasi.....	59
BAB V.....	61
SIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Kendala dan Keterbatasan	62
5.3 Saran dan Implikasi	62
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya.....	62
5.3.2 Saran Untuk Praktisi	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Stuart Hall Encoding and Decoding Model	7
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	23
Gambar 4.1 Poster Dokumentasi J&T Super Seller.....	23
Gambar 4.2 Poster Ilustrasi J&T Youngpreneur	23
Gambar 4.3 Poster Grand Final J&T Super Seller	23
Gambar 4.4 Poster Digital Promosi Program J&T Super Seller.....	23
Gambar 4.5 Dokumentasi Program Program J&T Youngpreneur.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Terkait Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 4.1 Tabel Posisi Audiens Berdasarkan FGD.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Focus Group Discussion..... 61