

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS DALAM VIDEO YOUTUBE
J&T EXPRESS INDONESIA: J&T SUPER, PENGIRIMAN
LEBIH CEPAT**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

SYIFA AVIANTI

1171003009

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

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Syifa Avianti

NIM : 1171003009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 27 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syifa Avianti
NIM : 1171003009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : “Analisis Resepsi Audiens Dalam Video Youtube J&T
Express Indonesia: J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat”.

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 : Dr. Fitri Argarini, B.arts



VIVID F. ARGARINI

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si



Penguji 2 : N. Rangga Wisesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom



Ditetapkan di: Bekasi

Tanggal: 27 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Resepsi Audiens Dalam Video Youtube J&T *Express* Indonesia: J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat”. Penyusunan Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan tingkat strata satu, sehingga dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis membutuhkan waktu sekitar empat bulan yang penulis manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang penulis butuhkan. Melakukan studi pustaka yang diangkat sesuai dengan topik yang telah penulis tentukan, melengkapi formulir yang dibutuhkan, serta mengikuti bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing Tugas Akhir. Penulis juga menyadari bahwa karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis, masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis memberikan ruang kepada semua pihak untuk memberikan berbagai bentuk pendapat, saran dan kritik yang membangun.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak karena Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar berkat adanya dukungan dari orang-orang yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penuh rasa ketulusan hati dan Terima Kasih penulis ucapkan kepada:

1. Mama, Papa, dan Kakak-kakak

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan untuk mama, papa, dan kakak-kakak yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah yang tiada hentinya pada saat proses penulis memulai hingga menyelesaikan Tugas Akhir.

2. Dra. Suharyanti, M.SM

Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Yang telah memberikan masukan, saran dan dukungan kepada seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi yang di dalamnya termasuk penulis.

3. Dr. Fitri Argarini, B.arts

Terima kasih kepada ibu Vivid sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang tidak lelah untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada ibu Vivid karena selalu memberikan solusi penulis ketika penulis menemukan rintangan dan hambatan dalam penulisan skripsi ini serta selalu meluangkan waktu untuk memberikan masukan yang membangun terkait skripsi ini.

4. Seluruh dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada semua dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal di masa depan selama masa 4 tahun perkuliahan ini.

5. Rizky Falah

Terima kasih kepada Rizky Falah karena sudah menjadi bagian dalam masa-masa perkuliahan penulis sejak tahun 2017. Terima kasih telah menemani penulis setiap hari dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena selalu mendukung, memotivasi, dan membantu penulis bangkit kembali ketika penulis menghadapi hambatan dan rintangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Para Teman-teman Penulis

Terima kasih kepada Wida, Puja, dan Annisa karena telah mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi ini. Terima

kasih sudah selalu mendukung, memotivasi, dan menghibur penulis dalam kondisi apapun.

7. Teman-teman Komunal 2017

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari semester pertama hingga akhir. Terima kasih karena telah selalu memberikan warna kehidupan selama penulis menjalani perkuliahan.

Bekasi, 27 Agustus 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Syifa Avianti', enclosed in a light gray rectangular box.

Syifa Avianti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tanga di bawah ini:

Nama : Syifa Avianti
NIM : 1171003009
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 Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Resepsi Audiens Dalam Video Youtube J&T *Express* Indonesia: J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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: Bekasi

Pada tanggal: 27 Agustus 2021

Yang menyatakan,



(Syifa Avianti)

**ANALISIS RESEPSI AUDIENS DALAM VIDEO YOUTUBE J&T
EXPRESS INDONESIA: J&T SUPER, PENGIRIMAN LEBIH CEPAT**

Syifa Avianti

ABSTRAK

Indonesia saat ini tengah dilanda pandemi covid-19, dimana para perusahaan khususnya bidang ekspedisi harus gencar dalam membuat iklan karena adanya persaingan ketat ditengah pandemi. Dengan terciptanya *content marketing* yang kreatif, akan membuat para konsumen tertarik mengenai jasa yang ditawarkan. Tantangan dalam pembuatan iklan ialah perbedaan resepsi dari khalayak yang menonton. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis resepsi audiens yang menonton vide J&T Super – Pengiriman Lebih Cepat dengan meminjam teori resepsi dari Stuart Hall. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dengan lima informan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat empat informan dominan dan satu informan negosiasi. Empat informan yang berada pada posisi dominan menerima keseluruhan video tanpa adanya pesan tambahan. Hal ini dikarenakan latar pengetahuan, pekerjaan dan pengalaman mereka terkait hal-hal yang terdapat dalam video tidak banyak atau minim. Sedangkan satu informan lainnya berada pada posisi negosiasi berasal dari jurusan akuntansi dan memiliki pengalaman sehingga mereka cukup kritis dalam memaknai hal-hal yang terdapat dalam video. Tidak ada informan yang berada pada posisi oposisional.

Kata Kunci: Resepsi, Resepsi Stuart Hall, Analisis resepsi, Video humor, Ekspedisi, Iklan Youtube

ANALYSIS OF AUDIENCE RECEPTIONS IN YOUTUBE VIDEO J&T EXPRESS INDONESIA: J&T SUPER, PENGIRIMAN LEBIH CEPAT

Syifa Avianti

ABSTRACT

Indonesia is currently faced with COVID-19 pandemic, where companies, especially the expedition, have to be active in making advertisements because of the tight competition in the midst of the pandemic. With creative content marketing, it will make consumers interested with the services. The challenge in making advertisements is the difference in reception from the audience. The purpose of this study is to analyze the reception of the audience who watched the video J&T Super – Pengiriman Lebih Cepat by borrowing reception theory from Stuart Hall. The data collection technique of this research used interviews with five informants. The results of this study stated that there were four dominant informants and one negotiation informant. Four informants who are in a dominant position receive the entire video without any additional messages. This is because their background knowledge, job and experience related to the things contained in the video are not much or minimal. While one other informant is in a negotiating position from the accounting department and has experience so that they are quite critical in interpreting the things contained in the video. None of the informants were in an oppositional position.

Keywords: Reception, Stuart Hall Reception, Reception analysis, Humor videos, Expeditions, Youtube ads

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	11
2.1.2 <i>Content Marketing</i>	12
2.1.3 Media Sosial.....	15
2.1.4 Youtube	18
2.1.5 Teori Resepsi.....	20
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	24
2.3 Model Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain dan Pendekatan.....	42
3.2 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Sumber Data.....	44

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4 Analisis Data	47
3.5 Triangulasi Data	48
3.6 Operasionalisasi Konsep	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Umum J&T <i>Express</i> Indonesia.....	44
4.1.1.2 Visi dan Misi J&T <i>Express</i>	53
4.1.1.3 Layanan J&T <i>Express</i>	54
4.1.1.4 Servis J&T <i>Express</i>	54
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2.2 J&T Super	55
4.1.2.3 Video J&T Super.....	56
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian	57
4.1.3.1 Informan 1	58
4.1.3.2 Informan 2.....	58
4.1.3.3 Informan 3.....	59
4.1.3.4 Informan 4.....	60
4.1.3.5 Informan 5.....	60
4.1.3.6 Profil Triangulator.....	61
4.2 Penyajian Data.....	62
4.2.1 Pendapat Mengenai Video	63
4.2.2 Pesan Tersampaikan Dengan Video Yang Mengandung Humor	65
4.2.3 Ketertarikan Dengan Video Iklan Mengandung Unsur Humor	67
4.2.4 Video Mudah Diingat Dan Dipahami	68
4.2.5 Video Informatif.....	70
4.2.6 Video Terkait Cukup Penting.....	71
4.2.7 Penutupan Diskusi Dalam Wawancara	73
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	74
4.3.1 Posisi Dominan Informan Terkait Video J&T	

Super - Pengiriman Lebih Cepat.....	78
4.3.2 Posisi Negosiasi Informan Terkait Video J&T	
Super - Pengiriman Lebih Cepat.....	80
4.3.2 Posisi Oposisional Informan Terkait Video J&T	
Super - Pengiriman Lebih Cepat.....	81
4.3.4 Kesimpulan Penulis Terhadap Keseluruhan Posisi	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
5.2.1 Saran Teoritis	85
5.2.1 Saran Praktis.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Youtube J&T <i>Express</i>	5
Gambar 1.2 Tampilan Statistik Youtube J&T <i>Express</i> Indonesia	6
Gambar 1.3 <i>Thumbnail</i> J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat	7
Gambar 1.4 Komentar Penonton atau <i>Viewers</i> Video J&T <i>Express</i> Edisi: J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat	8
Gambar 2.1 Model <i>Encoding Decoding</i> oleh Stuart Hall	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Video J&T <i>Express</i> : J&T Super, Pengiriman Lebih Cepat.	43
Gambar 4.1 Logo J&T <i>Express</i>	52
Gambar 4.2 J&T Super	55
Gambar 4.3 Video J&T Super – Pengiriman Lebih Cepat.....	57
Gambar 4.4 Informan Rani	58
Gambar 4.5 Informan Shelma	58
Gambar 4.6 Informan Arum.....	59
Gambar 4.7 Informan Rara	60
Gambar 4.8 Informan Lucas	60
Gambar 4.9 Triangulator Adrian Arditiar, M.Ikom	61
Gambar 4.10 Triangulator Fahmi Anwar, S.Ikom, M.Ikom	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Terkait Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	50
Tabel 4.1 Posisi <i>Decoding</i>	77