

**PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO
KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA
SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
LIANY CHANDRA ARIYANTO
17.M1.0079

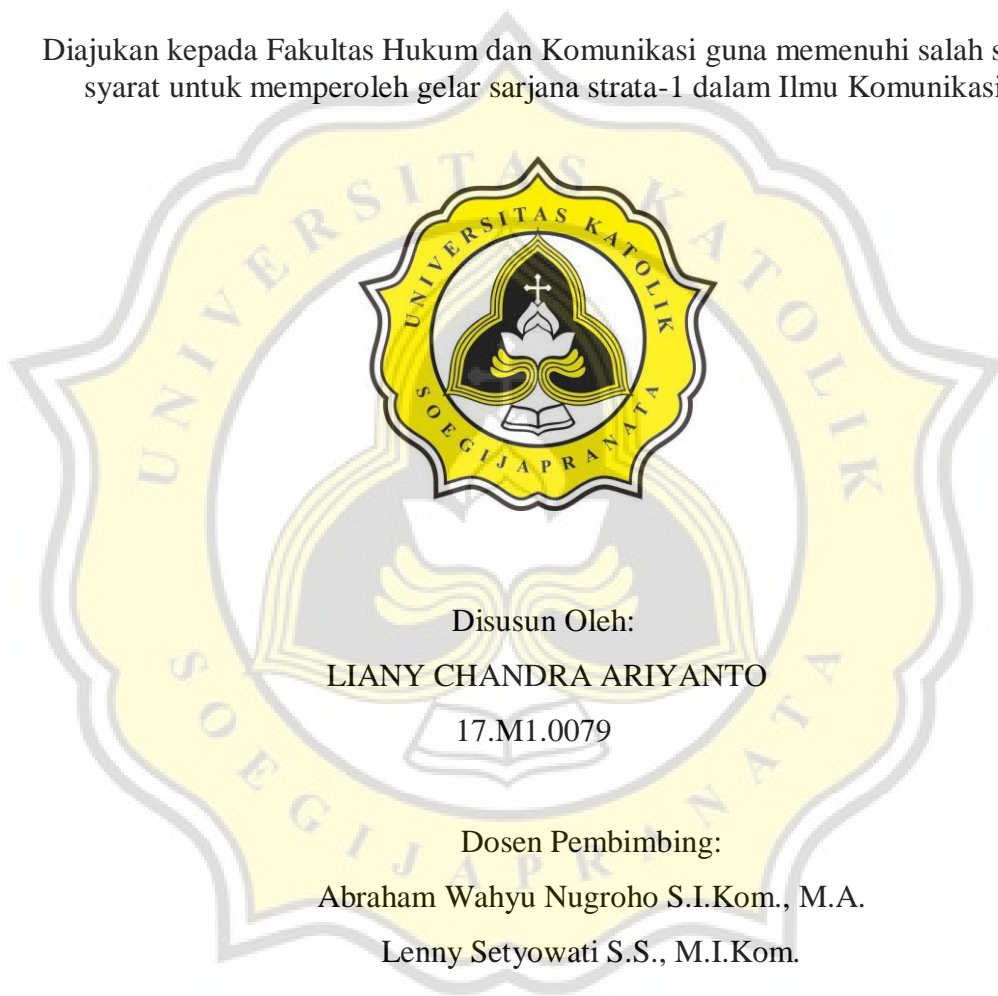
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG
2022**

**PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO
KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA
SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

LIANY CHANDRA ARIYANTO

17.M1.0079

Dosen Pembimbing:

Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2022**

**HALAMAN PENYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liany Chandra Ariyanto
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusifitas karya ilmiah yang berjudul **“PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan surat ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Liany Chandra Ariyanto

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi dengan judul:

PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA

ini tidak memuat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak memuat karya dan/atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dipergunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi ini sebagian atau keseluruhannya merupakan hasil plagiasi, maka saya bertanggungjawab dan bersedia untuk dibatalkan dengan segala akibat hukumnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada Universitas Katolik Soegijapranata dan/atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Semarang, 27 Oktober 2022



LIANY CHANDRA ARIYANTO

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO
KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA
SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

LIANY CHANDRA ARIYANTO


17.M1.0079

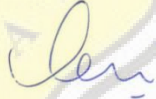
Semarang, 27 Oktober 2022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping


Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
05812016305


Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.
05812021392

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**PERSEPSI PENONTON YOUTUBE INDONESIA MENGENAI VIDEO
KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA
SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA**

Disusun oleh:

Nama : LIANY CHANDRA ARIYANTO

NIM : 17.M1.0079

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal: 31 Oktober, 2022

Dosen Penguji:

1 Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.

2 Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom.

3 V. Ananda A.P. S.I.Kom., M.I.Kom.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal:
31 Oktober 2022



(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, S.H., C.N., M.Hum.)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan kebaikan-Nya yang telah membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PERSEPSI PENONTON *YOUTUBE* INDONESIA MENGENAI VIDEO KONTEN *BLOOPERS* JOE TASLIM “*HEAD & SHOULDERS*” DI MEDIA SOSIAL *YOUTUBE HEAD & SHOULDERS* INDONESIA” dengan baik dan lancar, sebagai syarat untuk menyelesaikan ujian akhir Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Hukum Dan Komunikasi Unika Soegijapranata.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak yang selalu memberikan yang terbaik dan doa bagi penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan kesanggupan dan kelancaran bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
2. Dr. Marcella Elwina Simanjuntak, S.H., CN., M.Hum, selaku Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katholik Soegijapranata Semarang.
3. Dr. Y. Budi Sarwo, S.H., M.H, selaku Wakil Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu memberikan bimbingan dan koreksi sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Lenny Setyowati S.S., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia memberikan waktu untuk bimbingan dan berdiskusi sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
6. Ibu V. Ananda A.P. S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan koreksi dan evaluasi sehingga penulisan skripsi ini lebih baik.

7. Bapak Andreas Ryan Sanjaya, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Wali yang selama ini telah memberikan arahan kepada penulis untuk menjalankan proses perkuliahan.
8. Orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan penuh semangat.
9. Diri sendiri yang selalu semangat dan pantang menyerah mau sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2017 beserta sahabat-sahabat saya yang selalu menghibur dan memberi dukungan bagi penulis selama proses menyusun skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu tetapi telah membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Bantuan dan dukungan dari orang-orang yang telah penulis sebut sangat berarti dan berguna bagi penulis dalam upaya menyusun skripsi ini. Penulis bersyukur dapat menyelesaikan skripsi dengan baik berkat dukungan-dukungan yang penulis terima dari mereka. Akhir kata, semoga laporan yang jauh dari kata sempurna ini dapat berguna bagi semua pihak.

Semarang, 27 Oktober 2022



LIANY CHANDRA ARIYANTO

ABSTRAK

Kegiatan komunikasi melalui media internet akan menghasilkan sebuah interaksi antara para penggunanya. Saat ini, media internet dimanfaatkan oleh berbagai kalangan untuk melakukan bisnis atau menciptakan dan mengelola konten produk yang dahulu dipublikasikan melalui media cetak maupun elektronik, kini di abad ke-21 telah berevolusi sehingga jangkauannya semakin meluas. Tujuan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui persepsi penonton *YouTube* Indonesia mengenai video konten *bloopers* Joe Taslim “*Head & Shoulders*” di *Youtube*”. Metode penelitiannya adalah kualitatif dengan data sekunder. Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Persepsi penonton *YouTube* Indonesia mengenai video konten *bloopers* Joe Taslim “*Head & Shoulders*” di *Youtube* adalah mayoritas penonton memiliki pengalaman yang baik dan memiliki feelings good yaitu sebesar 65 *post*. Pengalaman *feelings good* ini artinya pengalaman bagus setelah menonton video konten *bloopers* Joe Taslim “*Head & Shoulders*”. Kemudian yang memiliki pengalaman *touch* oleh video tersebut ada 24 *post*. Artinya ada 24 responden atau penonton *YouTube* yang menganggap bahwa iklan video konten *bloopers* Joe Taslim “*Head & Shoulders*” ini menyentuh perasaan mereka. *Post* yang menggunakan *swear words* dalam Bahasa Inggris ada 9 *post*, kemudian yang *feelings bad* ada 6 *post*. Artinya tanggapan kurang baik karena mereka mengumpat dan merasa buruk ada masing-masing 9 *post* dan 6 *post*. Kemudian yang mengungkapkan *time* ada 3 *post*, kemudian *appear* ada 4 *post*, *taste* ada 2 *post*, *size*, *quotes*, *shape*, *sound* masing-masing ada 1 *post*. Artinya yang bersifat netral komentarnya yang mengatakan waktunya cukup baik ada 3 *post*, dan tampak, rasa, ukuran, kuota, bentuk dan suara cukup baik masing-masing hanya 1 *post*. (2) Pelayanan pengunggahan video oleh para penggunanya menjadikannya sebagai *platform* video terbaik. Dengan sedikit kreatifitas dan keunikan video yang diunggah oleh para *content creator* mereka mampu menghasilkan keuntungan dari segi keuangan dan ketenaran. Hal ini kemudian menjadikan *YouTube* sebagai tempat mencari pendapatan finansial atau lahan pekerjaan. Penonton juga menganggap bahwa *bloopers* ini sangat menarik dan memiliki unsur yang jenaka. Hal ini terlihat pada beberapa *part* yang membuat penonton merasa lucu karena iklan video yang telah dibuat oleh konten *Youtube* ini. Penonton merasa terhibur dengan setiap bagian video yang kreatif. Sekaligus dapat menjadi lapangan pekerjaan. (3) Komentar penonton terhadap video konten *bloopers* Joe Taslim “*Head & Shoulders*” di *Youtube* memberikan efek positif dari pada efek negatif, bahwa *YouTube* menjadi sebuah *trend* baru dalam memberikan informasi dan menambah pengetahuan serta sumber inspirasi meskipun efek negatifnya adalah ada kabar *hoaks*.

Kata Kunci: persepsi, *YouTube*, “*Head & Shoulders*”, video konten *bloopers*.

ABSTRACT

Communication activities through internet media will result in an interaction between its users. Currently, internet media was used by various groups to do business or create and manage product content that was previously published through print and electronic media, now in the 21st century has evolved so that its reach is getting wider. The objectives that can be obtained from this research were: "To find out the perception of Indonesian YouTube viewers regarding Joe Taslim's "Head & Shoulders" bloopers video content on Youtube". The research method was qualitative with secondary data. Based on the results of the analysis and discussion in the previous section, the following conclusions as follows: (1) Perception from Indonesian YouTube viewers regarding Joe Taslim's "Head & Shoulders" bloopers video on Youtube were that the majority of viewers have good experiences and have good feelings, which are 65 posts. This feeling good experience means a good experience after watching Joe Taslim's "Head & Shoulders" bloopers video. Then those who had the experience of being touched by the video have 24 posts. This indicated that there were 24 respondents or YouTube viewers who think that this Joe Taslim "Head & Shoulders" bloopers video ad touches their feelings. There were 9 posts that used swear words in English, then 6 posts that used feelings of bad. This indicates that the response is not good because they swear and feel bad there are 9 posts and 6 posts, respectively. Then there are 3 posts that reveal time, then 4 posts appear, 2 posts for taste, size, quotes, shape, sound 1 post each. This indicated that the neutral comments that say the timing is good enough there are 3 posts, and it seems, the taste, size, quota, shape and sound are quite good, each only 1 post. (2) Video uploading services by its users made it the best video platform. With a little creativity and the uniqueness of the videos uploaded by the content creators, they are able to generate profits in terms of finance and fame. This then made YouTube a place to find financial income or work. Viewers also find these bloopers very interesting and have a humorous element. This could be seen in several parts that make the audience feel funny because of the video ads created by this Youtube content. Viewers were entertained by every creative part of the video. At the same time it can be a job. (3) Viewers' comments on bloopers Joe Taslim's video content "Head & Shoulders" on Youtube had a positive effect rather than a negative effect, that YouTube was a new trend in providing information and increased knowledge and a source of inspiration even though the negative effect was that there were hoax news.

Keywords: *perception, YouTube, "Head & Shoulders", video content bloopers.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.5 Lokasi dan Tatkala Penelitian	16
1.6 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama	18
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua	19
2.1.3 Penelitian Terdahulu Ketiga	20
2.1.4 Posisi Penelitian Terdahulu Dengan Terkini	21
2.2 Strategi Iklan	22
2.3. Strategi Pendekatan Iklan <i>Bloopers</i>	25
2.4 Media Sosial	25
2.5 <i>YouTube</i>	26
2.6. Kualisasi Resepsi-Penerimaan Dan Resepsi	27
2.7. Persepsi	29
2.8 Kerangka Berpikir	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37

3.1	Metode Penelitian	37
3.2	Fokus Penelitian	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	41
3.4	Teknik Analisis Data	42
3.5	Teknik Keabsahan data	43
3.6	Keterbatasan Penelitian	44
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Hasil Penelitian	47
4.3	Pembahasan	61
BAB V		65
PENUTUP		65
5.1.	Kesimpulan	65
5.2.	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		68
	Hasil Antiplagiasi	71



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.Fokus Penelitian.....	37
---------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022).....	2
Gambar 1.2 Sosial Media Paling Banyak Digunakan di Indonesia Periode 2017- 2021.....	5
Gambar 1.3 Daftar Media Sosial dengan Jangkauan Iklan Tertinggi di Dunia.....	5
Gambar 1.4 Konten Video <i>Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	7
Gambar 1.5 Perbandingan Jumlah <i>View</i> , <i>Like</i> dan Komentar.....	9
Gambar 1.6 Respon Pengguna <i>YouTube</i> Terhadap Konten di Kolom Komentar (Maret 2022).....	10
Gambar 1.7 Pengumuman Pergantian Nama <i>Brand</i> ‘ <i>Crystalline</i> ’ Menjadi ‘ <i>Crystalin</i> ’.....	11
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4.1. Akun <i>YouTube</i> <i>Head & Shoulders</i>	45
Gambar 4.2. Hasil Penelitian Persepsi adalah Pengalaman.....	46
Gambar 4.3. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	47
Gambar 4.4. Hasil Penelitian Persepsi adalah Selektif.....	48
Gambar 4.5. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	49
Gambar 4.6. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	51
Gambar 4.7. Hasil Penelitian Persepsi adalah Tidak Akurat.....	52
Gambar 4.8. Hasil Analisis Dari segi Kognitif	55
Gambar 4.9. Hasil Analisis dari Segi Afektif.....	56
Gambar 4.10. Hasil Analisis dari Segi Konatif	57
Gambar 4.11. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	58
Gambar 4.12. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	59

Gambar 4.13. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	60
Gambar 4.14. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	61
Gambar 4.15. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	62
Gambar 4.16. Komentar Dalam Video <i>YouTube Bloopers</i> Joe Taslim “ <i>Head & Shoulders</i> ”.....	63

