

menambah pengetahuan. Baginya *YouTube* juga merupakan tempat dalam menuangkan kreatifitas dan menjadi sumber inspirasi.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

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 berfluktuasi jumlahnya dari bulan ke bulan dan 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 daripada efek negatif, bahwa *YouTube* menjadi sebuah *trend* baru dalam memberikan informasi dan menambah pengetahuan serta sumber inspirasi meskipun efek negatifnya adalah ada kabar *hoaks*.

## 5.2.Saran

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya penonton *YouTube* lebih dewasa dalam menonton iklan baik video konten *bloopers* dan video lainnya untuk meminimalkan risiko berita tidak benar, tetapi jika iklan jenaka dapat dilanjutkan sehingga untuk menarik minat penonton di kemudian hari.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan perbandingan dengan iklan *YouTube* lainnya atau menggunakan sosial media lain.

