



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ayu Triea Septi Wulansari
44218110172

Analisis Resepsi Masyarakat pada Konten Baim Wong Berbagi Rezeki di Channel Youtube Baim Paula

ABSTRAK

YouTube adalah salah satu media sosial dengan begitu banyak digunakan oleh pengguna internet saat ini. Konten berupa video adalah buku harian pribadi yang dibungkus dalam format audio visual, dan mungkin disebut sebagai versi terbaru dari blogging konvensional. Youtubers dan juga artis Indonesia, Baim Wong juga berpartisipasi dalam penggunaan konten video sebagai media untuk berbagi rezeki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk secara komprehensif menggambarkan penerimaan masyarakat terhadap konten berbagi rezeki Baim Wong di Youtube Baim Paula. Dalam menganalisis konten berbagi rezeki peneliti menggunakan teori analisis resepsi yang dicetuskan oleh Stuart Hall (1973) khalayak dalam memaknai pesan media dapat dibagi menjadi tiga posisi yaitu dominant hegemonic, negotiated dan oppositional. Peneliti berpedoman pada empat konsep konten Youtube yang disampaikan oleh Rakhmat (2013:260) yaitu kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik forum group discussion yang dilakukan pada lima informan yang berasal dari Jakarta dengan profesi dan latar belakang yang berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua informan secara garis besar tidak menerima dengan baik konten berbagi rezeki sebagai seorang Youtuber, dua informan secara konsisten menempati posisi dominant hegemonic dan satu informan menempati posisi negotiated, dan dua informan lagi ditemukan sikap penolakan sehingga ada dua informan yang masuk dalam posisi oppositional.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Konten, Youtube



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ayu Triea Septi Wulansari
44218110172

Analysis of Public Reception of Baim Wong's Content Sharing Fortune on Baim Paula's Youtube Channel

ABSTRACT

YouTube is one of the social media that is widely used by internet users today. Video content is a personal diary wrapped in audio-visual format, and might be called the newest version of conventional blogging. Youtubers and Indonesian artist Baim Wong also participate in using video content as a medium to share good fortune. The aim of this research is to comprehensively describe public acceptance of Baim Wong's good fortune sharing content on Baim Paula's YouTube. In analyzing the content of sharing sustenance, researchers used reception analysis theory which was coined by Stuart Hall (1973), audiences in interpreting media messages can be divided into three positions, namely dominant hegemonic, negotiated and oppositional. Researchers are guided by the four YouTube content concepts presented by Rakhmat (2013: 260), namely credibility, attractiveness, power, content. This research used a qualitative descriptive method with forum group discussion techniques conducted on five informants from Jakarta with different professions and backgrounds. The results of this research show that not all informants generally do not accept the content of sharing their fortune as a YouTuber well, two informants consistently occupy a dominant hegemonic position and one informant occupies a negotiated position, and two more informants are found to have an attitude of rejection so that there are two informants who enter in an oppositional position.

Keywords: Reception Analysis, Content, YouTube