



**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA KONTEN TREND
GAYA RAMBUT 2020 DALAM AKUN YOUTUBE
HAIRNERDS STUDIO**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Nama: Sofian Munif Khoiruddin

Nim: 1506015178

Peminatan: Penyiaran



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

2022

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Trend Gaya Rambut
2020 Dalam Akun Youtube Hairnerds Studio

Nama : Sofian Munif Khoiruddin

NIM : 1506015178

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah di periksa dan di setujui,
untuk mengikuti ujian skripsi:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.

Nurlina Rahman, S.Pd.,M.Si.

Tanggal : 15 Februari 2022

Tanggal : 15 Februari 2022

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Trend Gaya Rambut
2020 Dalam Akun Youtube Hairnerds Studio


Nama : Sofian Munif Khoiruddin

NIM : 1506015178

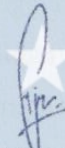
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

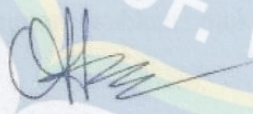
Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang
dilaksanakan padahari Sabtu, 29 Januari 2022, dan dinyatakan LULUS.



Dr. Hendri Prasetya, M.Si.
Penguji I
Tanggal : 29 Januari 2022



Gilang Kumari Putra, S.Sos, M.I.Kom
Penguji II
Tanggal : 15 Februari 2022



Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.
Pembimbing I

Tanggal : 15 Februari 2022



Nurlina Rahman, S.Pd.,M.Si.
Pembimbing II

Tanggal : 15 Februari 2022

Mengetahui,

Dekan



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA**

LEMBAR PERNYATAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sofian Munif Khoiruddin
NIM : 1506015178
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Trend Gaya Rambut
2020 Dalam Akun Youtube Hairnerds Studio

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Januari 2022

Penulis



Sofian Munif Khoiruddin

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI



I. BIODATA MAHASISWA

Nama : Sofian Munif Khoiruddin
Tempat, Tanggal lahir : Tangerang, 01 Oktober 1996
Alamat : Lembah Pinus Barat 8 Blok B3 No.64 Rt. 4/24
Pamulang, Tangerang Selatan
Universitas : Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Nim : 1506015178
Email : sofianmunifkh@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan Formal :

1. MTS Darul Hikmah Pamulang Barat, Tahun lulus 2012
2. SMK Nusantara 1 Ciputat Tangerang Selatan, Tahun lulus 2015
3. Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA, Tahun lulus 2022

III. Pengalaman Bekerja :

1. 2018 - 2019 Content Creator Youtube Channel xxznif
2. 2019 - sekarang Editor di Hairnerds Studio Jakarta Selatan, Divisi Sosial Media : Tiktok, Instagram dan Youtube.

Jakarta, 22 Februari 2022

Penulis

Sofian Munif Khoiruddin

ABSTRAK

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Khalayak Pada Konten Trend Gaya Rambut 2020 Dalam Akun Youtube Hairnerds Studio
Nama : Sofian Munif Khoiruddin
NIM : 1506015178
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 71+x halaman+30 gambar+3 tabel

Konten trend gaya rambut ini merupakan salah satu informasi tentang model-model gaya rambut dan edukasi lain tentang cara *hairstyling* rambut dan merawat rambut. Untuk kalangan barbershop atau masyarakat masih ada beberapa yang kurang paham tentang dunia rambut. Penelitian ini mengkaji bagaimana resepsi khalayak pada konten trend gaya rambut 2020 dalam akun Youtube Hairnerds Studio.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang mengasumsikan bahwa penerimaan khalayak aktif menerima pesan berdasarkan pengalaman sehari-harinya. Penerimaan khalayak merupakan proses *encoding* dan *decoding* yang memperlihatkan sebuah proses bahwa pesan adalah wacana yang memiliki penuh dengan makna. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode penelitian analisis resepsi.

Hasil penelitian dari 10 informan ditemukan penerimaan dari khalayak pada konten trend gaya rambut 2020 sebanyak 5 penerimaan dominan menerima sebagai bentuk informasi dan edukasi yang baik, 3 penerimaan negoisasi dengan menerima adanya konten trend gaya rambut 2020 tetapi tidak menerima sepenuhnya sebagai kebenaran dan 2 penerimaan oposisi yaitu dengan tidak mengetahui konten trend gaya rambut 2020 membuatnya tidak ingin mengetahui lebih mendalam. Dengan adanya konten trend gaya rambut 2020 ini mengajak khalayak untuk terinspirasi dan mengikuti trend gaya rambut 2020 dalam akun youtube hairnerds studio.

Penelitian selanjutnya dapat disarankan agar lebih teliti dalam membuat skripsi supaya alur laporannya lebih bermakna dan terarah dengan tujuan yang diinginkan dan mencari data yang diperlukan harus lengkap sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan pada saat penelitian.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Konten Trend Gaya Rambut 2020, Youtube Hairnerds Studio, Khalayak Hairnerds Studio.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAN BUKAN PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kontribusi Penelitian.....	6
1.5.1 Kontribusi Akademis	6
1.5.2 Kontribusi Metodologis	6
1.5.3 Kontribusi Praktis	6
1.5.4 Kontribusi Sosial.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Paradigma Konstruktivisme	10
2.3 Hakekat Komunikasi.....	12
2.3.1 Pengertian Komunikasi.....	12
2.3.2 Fungsi Komunikasi	14
2.3.3 Model Komunikasi.....	16
2.3.4 Elemen Komunikasi.....	18
2.3.5 Konteks Komunikasi.....	19
2.4 Broadcasting (Penyiaran).....	22
2.5 Komunikasi Massa.....	23

2.5.1 Bentuk-Bentuk Media Komunikasi	24
2.5.2 Fungsi Komunikasi Massa	26
2.5.3 Media dalam Komunikasi Massa	27
2.6 Komunikasi Publik	28
2.7 Teori Resepsi	29
2.8 Khalayak Aktif	32
2.9 Media Baru dan Media Sosial	34
2.10 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODELOGI PENELITIAN	39
3.1 Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian	39
3.1.1 Pendekatan	39
3.1.2 Metode Penelitian	40
3.1.3 Jenis Penelitian	40
3.2 Penentuan Subyek Penelitian	41
3.3 Metode Pengumpulan Data	41
3.4 Metode Analisis Data	44
3.5 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1 Konten Trend Gaya Rambut 2020	47
4.1.2 Profil Informan	49
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian Resepsi Khalayak Terhadap Konten Trend Gaya Rambut 2020 Dalam Akun Youtube Hairnerds Studio	57
4.3 Pembahasan	65
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademis	70
5.2.2 Saran Metodologis	70
5.2.3 Saran Sosial	70
5.2.4 Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA	71
HASIL WAWANCARA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian	46
Tabel 4.1 Profil Informan	56
Tabel 4.2 Analisis Resepsi Khalayak Hairnerds Studio.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Youtube Hairnerds Studio.....	3
Gambar 1.2 Model Gaya Rambut <i>Two Block</i>	3
Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell.....	18
Gambar 2.2 Posisi Khalayak menurut Stuart Hall	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Trend Gaya Rambut 2020	47
Gambar 4.2 Model Gaya Rambut <i>Comma Hair</i>	48
Gambar 4.3 Model Gaya Rambut Side Part	48
Gambar 4.4 Model <i>Encoding-Decoding</i>	65
Gambar 4.5 Profil Informan Artur	50
Gambar 4.6 Profil Informan Agus	50
Gambar 4.7 Profil Informan Rama	51
Gambar 4.8 Profil Informan Handi	52
Gambar 4.9 Profil Informan Ruby	52
Gambar 4.10 Profil Informan Hanggar	53
Gambar 4.11 Profil Informan Adi	54
Gambar 4.12 Profil Informan Syakil	54
Gambar 4.13 Profil Informan Ara	55
Gambar 4.14 Profil Informan Junior	56
Gambar 4.15 Konten Trend Gaya Rambut 2020	57
Gambar 4.16 Profil Informan Artur	74
Gambar 4.17 Profil Informan Agus	75
Gambar 4.18 Profil Informan Rama	76
Gambar 4.19 Profil Informan Handi	77
Gambar 4.20 Profil Informan Ruby	78
Gambar 4.21 Profil Informan Hanggar	79
Gambar 4.22 Profil Informan Adi	80

Gambar 4.23 Profil Informan Syakil	81
Gambar 4.24 Profil Informan Ara	82
Gambar 4.25 Profil Informan Junior	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah peristiwa yang terjadi ketika orang berinteraksi dengan orang lain seiring berjalannya waktu ketika berbagai inovasi teknologi semakin canggih termasuk teknologi faktual dan komunikasi. Seiring dengan pemanfaatan digitalisasi adalah hadirnya media baru atau yang biasa disebut dengan media baru, mengefektifkan penggunaan web karena mempermudah dan mempersingkat pemutakhiran fakta.

Media terbaru memicu keluarnya banyak sekali media umum dampak perkembangan teknologi fakta langsung. Kecanggihan teknologi dan komunikasi ini memberikan banyak kemudahan tersendiri bagi seorang termasuk menaruh banyak pilihan akses pada berinteraksi. Mereka mengganti fakta atau konten sebagai sebuah video yang diunggah pada akun youtube mereka supaya lebih banyak orang bisa menontonnya secara free.

Komunikasi terjadi ketika ada fakta yang bersifat material atau material yang disampaikan kepada komunikator sebelum fakta tersebut disampaikan. Komunikator perlu kode untuk menggantikan inspirasi untuk fakta yang dapat diakses. Setelah pesan tersampaikan, komunikator kemudian mengungkapkan pesan tersebut kepada komunikan melalui saluran atau media. Ketepatan komunikasi saat menerima pesan sangat ditentukan oleh kemampuan komunikan untuk berkomunikasi (*decode*). Komunikasi terjadi secara efektif ketika ada umpan balik antara komunikator dan komunikan sebelum efek berubah atau respons menjadi pengaruh berdasarkan komunikasi massa.

Saat ini kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan sangat mudah dipenuhi. Perkembangan teknologi informasi akan membawa perubahan pada cara pengetahuan diproduksi dan dikomunikasikan. Contoh berdasarkan perubahan ini adalah distribusi media umum. Saat ini hampir setiap orang memiliki akses ke media sosial dan memiliki akun media sosial sendiri.

Salah satu jenis media publik yang biasa digunakan untuk mencari informasi, pengetahuan, dan hiburan adalah YouTube. Youtube adalah sebuah situs web yang berperan sebagai media berbagai jenis media video di Internet, memanfaatkan layanan penyimpanan dan transmisi video gratis. Didirikan pada tahun 2005, YouTube adalah salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi di dunia. Seperti dikutip KompasTekno menurut TheNextWeb pada Maret 2017, YouTube memiliki total 1 miliar pengguna di seluruh dunia. YouTube adalah platform pilihan bagi penggemar video, baik penonton maupun produser video, yang dapat menyimpan dan menghadihkan video secara gratis. Produser video di YouTube umumnya mengklaim menggunakan istilah YouTuber.

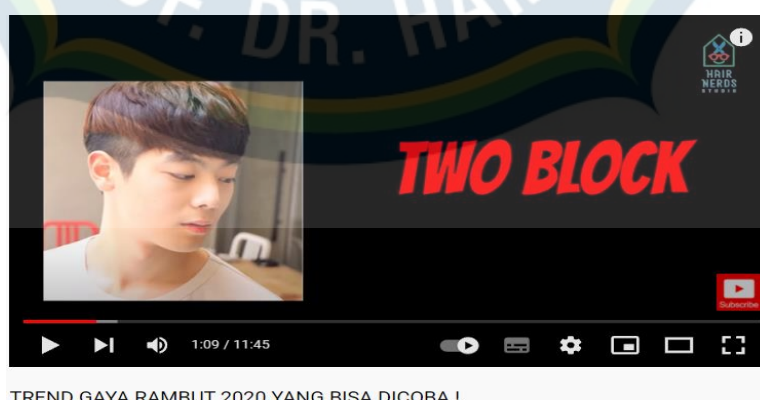
Beragamnya konten yang dibentuk sang para youtuber menciptakan warga , khususnya generasi muda, semakin menggemari youtube buat menonton video. Kini hairnerds studio merupakan keliru satu bentuk komunikasi media massa yang menaruh fakta pada khalayak tentang *hair styleing* pada Indonesia melalui platform youtube. Hairnerds Studio adalah suatu wadah bagi tukang cukur berdasarkan semua Indonesia buat secara beserta-sama menciptakan suatu gambaran tersendiri yaitu kualitas pada atas kuantitas, yang dimana tukang cukur pada hairnerds studio ini menyebarkan kreativitasnya tidak hanya berdasarkan tukang cukur rambut melainkan terdapat beberapa yang sebagai raper, youtuber, gerombolan band pop punk dan terus

melahirkan karya-karya seni pada bentuk contoh rabat rambut yang disampaikan melalui platform youtube menggunakan hal itu bisa diakses melalui akun youtube hairnerds studio yaitu <https://youtu.be/Y9Q1wouO4aA>



Gambar 1.1
Sumber youtube hairnerds studio

Di hairnerds studio tidak hanya menaruh rabat rambut pada khalayak aktif, namun pula mengedukasi contoh rambut lantaran masih banyak warga pada Indonesia yang kurang mengetahui contoh rambut, misalnya misalnya *Two block* merupakan gaya rambut menggunakan cukuran pendek dan rapih dalam sisi samping dan pada belakang kepala, sampai bagian d.epanya berbentuk poni. Jadi orang Indonesia masih kurang paham tentang contoh rambut dan masih banyak yang keliru mengartikan contoh rambut *Two Block* ini sendiri, penyebutannya mulai berdasarkan rabat mangkuk, rabat batok kelapa, rabat baskom dan lain-lain.



Gambar 1.2 Model gaya rambut Two block
Sumber Youtube Hairnerds Studio

Dalam video-video yang diunggah sang hairnerds studio, video yang paling sedikit ditonton berjumlah 10 ribu kali tayang, sedangkan video yang paling banyak ditonton merupakan berjumlah 3,5 juta kali tayang. Dengan data misalnya ini menciptakan penelitian ini sebagai layak buat diteliti lantaran proses eksploitasi telah menyebar ke warga dan sebagai sebuah konsumsi massa. Oleh karenanya, menggunakan adanya youtube hairnerds studio sangat berdampak akbar buat pada kalangan barbershop lainnya, sebagai akibatnya banyak barbershop melakukan konten yang hairnerds studio unggah pada youtubanya.

Kepopuleran hairnerds studio pula membantu buat mengetahui trend gaya rambut yang sedang trend pada kalangan barbershop menggunakan hal itu menciptakan jadi tertarik buat dibahas pada akun youtube hairnerds studio, tidak hanya itu berdasarkan adanya youtube hairnerds studio menciptakan warga mengetahui itu sebuah loka cukur rambut yang secara profesional. Terbukti waktu ini hairnerds studio bisa menarik minat banyak customer lantaran bisa mengikuti teknologi yang sedang berkembang misalnya adanya youtube hairnerds studio yang menciptakan konten trend gaya rambut 2020 yang dalam akhirnya menciptakan efek akbar terhadap hairnerds studio sebagai akibatnya banyak customer yang berminat buat mencukur pada hairnerds studio.

Hal ini menyebabkan jumlah youtuber semakin meningkat, mulai dari hampir semua selebritis dan orang-orang yang mengatasnamakan rakyat hingga orang biasa. Persaingan untuk membuat fitur dan konten tertentu berdasarkan YouTuber juga menjadi fenomena yang menarik perhatian mereka karena banyak orang yang menyukai profesi ini. Dengan banyaknya YouTuber, komunikasi melalui media YouTube pun semakin berkembang dan berdampak pada berbagai aspek. Oleh karena

itu, Creator's Experience adalah salah satu laporan yang paling banyak dipelajari dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi motif dan maknanya bagi pembuat konten dan khalayaknya, serta dalam hal dampak pembuat konten dan vlog terhadap khalayak.

Konten-konten pada global maya yang menarik dan berpengaruh sangat besar pada kalangan milenial waktu ini merupakan youtube terutama pada konten hairnerds studio ini berdasarkan anak muda, orang tua, pebisnis, public figure dan seluruh kalangan yang tertarik menggunakan konten hairnerds studio akan menggunakannya menjadi wahana edukasi mengenai contoh gaya rambut mereka, hingga banyak sekali tips yang berguna. Selain itu konten ini sebagai efek yang sangat akbar lantaran bisa menaruh fakta contoh gaya rambut melalui platform youtube dan sebagai sebuah media konsumsi massa.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti mengambil perumusan masalah yaitu, bagaimana resepsi khalayak terhadap konten trend gaya rambut 2020 dalam memahami akun youtube hairnerds studio?

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti memberi batasan masalah yang akan diteliti agar lebih mudah dan terfokus pada penelitian. Maka dari itu peneliti hanya berfokus terhadap resepsi khalayak pada konten trend gaya rambut 2020 dalam akun youtube hairnerds studio.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan khalayak pada konten trend gaya rambut 2020 dalam akun youtube hairnerds studio melalui

customer hairnerds studio yang datang ke hairnerds studio serta mengikuti akun youtubenanya.

1.5 Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, informasi, dan wawasan untuk bidang ilmu komunikasi dalam hal analisis resepsi khalayak. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan rujukan bagi pihak lain sehingga dapat diterapkan dalam penelitian serupa.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pendekatan penelitian baru yang lebih valid, khususnya pendekatan penelitian yang menggunakan kualitatif, teknik pengumpulan data dengan wawancara.

1.5.3 Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi khalayak aktif mengenai trend gaya rambut 2020 dalam akun youtube hairnerds studio. Karena untuk mempelajari berbagai macam gaya rambut yang perlu diketahui. Maka khalayak bisa mengetahui lebih tentang trend gaya rambut apa saja yang sedang trend.

1.5.4 Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi khalayak aktif dalam menggunakan media massa. Kemunculan adanya konten trend gaya rambut 2020 untuk menambah informasi dan edukasi mengenai trend gaya rambut 2020 yang diterima oleh semua khalayak.

1.6 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, bukti dan informasi mengenai penelitian yang dilakukan, serta bahan-bahan dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian analisis resepsi khalayak pada konten trend gaya rambut 2020 dalam akun youtube hairnerds studio.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menggunakan penelitian terdahulu, paradigma konstruktivisme, pengertian komunikasi, model komunikasi massa, komunikasi publik, teori resepsi dan media baru dan media sosial.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Erdiyana. (2007). *Komunikasi Massa. Pengertian Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Ariyanto, Suharsini. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Baran, Stanly. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa. (Melek Media dan Budaya)*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafid. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djamal Hidajanto dan Fahrudin, Andi. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah Organisasi, Operasional, Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba
- Ida, Rachmah. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Media*. Jakarta: Prenada Meda Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *NoTeknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Maharani. (2015). *Media dan Sumber Belajar*. Jakarta: CV Budi Utama.
- Mc.Quail, Denis. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian. Teori Komunikasi Massa*. Malang.
- Mulyana, Deddy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rachmat. (2019). *Teori dan Khalayak Media*. Jakarta: Kencana.
- Riyanto, Yusuf. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sulistyani. (2011). *Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media, Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*.
- West, Richard dan Lynn H, T. (2014). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan*

Aplikasi Buku. Jakarta: Salemba Empat.

Wilson, T. (2009). *Understanding Media Users from Theory to Practice*. Malden, MA: John Wiley dan Sons, Ltd.

INTERNET

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/28769>

Di akses pada tanggal 25 September 2021 pukul 15:24

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21904>

Di akses pada tanggal 16 Oktober 2021 pukul 16:56

<http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Anida/article/view/9378/4904>

Di akses pada tanggal 27 November 2021 pukul 18:23

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8526>

Di akses pada tanggal 25 Desember 2021 pukul 19:54

PENELITIAN TERDAHULU

Azizah, Nabila Rizki., Dewi, Ratnaningrum Zusyana., dan Ningsih, Masnia. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video Kitabisa.com di Youtube. *Pawitra Komunika: Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*.

Rofi, Setyo Eka, and Wiwid Noor Rakhmad. (2020) "ANALISIS RESEPSI PADA AKUN YOUTUBE GAMING "KIMI HIME"." *Ejournal.undip.ac.id*

Suryani, Any. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta dan Jojoe. *Jurnal The Messenger*.

JURNAL

Reza Dhane, Argani. (2014). Analisis Resepsi Penonton Terhadap Citra Muhammadiyah Melalui Wayang Santri Sang Pencerah. Fakultas Komunikasi dan Informatika, (Studi Analisis Resepsi Wayang Santri di Kalangan Mahasiswa). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Whitney, D. C. (2009). Audience. In J. Steele (Ed.), *Encyclopedia of Journalism*. Los Angeles: SAGE Publications.

