



**PENERIMAAN PENONTON TERHADAP VIDEO – VIDEO  
ACEP GATES DI JEJARING SOSIAL MEDIA *YOUTUBE*  
(Analisis Resepsi Terhadap *Channel* Acep Gates)**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Dikerjakan oleh:

Nama : Khaerunnisa Mustika

Nim : 1506015096

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2020**

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

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khaerunnisa Mustika  
NIM : 1506015096  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul : Penerimaan Penonton Terhadap Video - Video Acep Gates Di  
Jejaring Sosial Media *YouTube* (Analisis Resepsi Terhadap  
*Channel Acep Gates*)

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. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

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

Jakarta, 4 Juni 2020  
Yang Menyatakan

  
Khaerunnisa Mustika

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Dra Tellys Corliana, M Hum  
NIDN : 0329096403  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : FISIP, UHAMKA

Dengan ini menyetujui memberikan izin Sidang Skripsi pada tanggal 13 Juni 2020, kepada :

Nama : Khaerunnisa Mustika  
NIM : 1506015096  
Prodi : Komunikasi  
Fakultas : FISIP UHAMKA  
Peminatan : Penyiaran  
Judul Skripsi : Penerimaan Penonton Terhadap Video - Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media Youtube (Analisis Resepsi Channel Acep Gates)  
Proses Bimbingan : 6 kali pertemuan setelah sidang proposal

Demikian surat persetujuan ini dibuat untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 7 Mei 2020

Dosen Pembimbing I



Dra. Tellys Corliana, M Hum

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

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Penerimaan Penonton Terhadap Video - Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media *YouTube* (Analisis Resepsi Terhadap *Channel Acep Gates*)

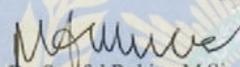
Nama : Khaerunnisa Mustika

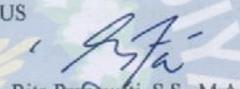
NIM : 1506015096

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, Tanggal 13 Agustus 2020, dan dinyatakan LULUS

  
Dr. Syaiful Rohim, M.Si

  
Rita Pranawati, S.S., M.A.

Penguji I

Penguji II

Tanggal: 14 Juli 2020

Tanggal: 14 Juli 2020

  
Dra. Tellys Corliana, M.Hum

  
Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.Kom.

Pembimbing I

Pembimbing II

Tanggal: 14 Juli 2020

Tanggal: 14 Juli 2020



Dra. Tellys Corliana, M.Hum

## ABSTRAK

Judul Skripsi : Penerimaan Penonton Terhadap Video – Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media *YouTube* (Analisis Resepsi Terhadap *Channel YouTube* Acep Gates)

Nama : Khaerunnisa Mustika

Nim : 1506015096

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Halaman : 88 + xxi halaman + 6 Lampiran

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Penerimaan penonton pada akun *YouTube*, *YouTube Channel*.

Acep Gates dengan konten yang berbeda dari kebanyakan *content creator* memanfaatkan *YouTube* sebagai kisah pribadinya yang berbeda dan memunculkan tanggapan penonton yang berbeda – beda sesuai dengan latar belakang penonannya. Penelitian ini mengkaji bagaimana penerimaan penonton terhadap video - video Acep Gates di jejaring sosial media *YouTube*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan 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 4 penerima dominan, 4 penerima negosiasi dan 2 penerima oposisi dengan hasil. Penerimaan penonton dari *Channel YouTube* Acep Gates penerimaan dominan, menerima karena mengedukasi dan mengapresiasi. Sedangkan penerimaan negosiasi dengan melihat kedua sisi tergantung tempat dan situasi, dan penerimaan oposisi menolak karena video hanya berisikan penyesalan dan merasa *jijik* terhadap Acep Gates. penerimaan penonton terhadap Video Acep Gates pada penerimaan dominan sebagai pengetahuan penyimpangan seksual dan kebebasan berkarya. Sedangkan penerima negosiasi melihat kedua sisi kurang tepat ditonton dalam dunia maya, dan penerimaan oposisi menolak karena dapat meresahkan bagi remaja.

Untuk penelitian mendatang diharapkan mampu mengkaji fenomena dengan menggunakan teori semiotika dan menggunakan metode analisis semiotika. Penelitian ini memberikan masukan kepada konten creator agar lebih bisa menyaring informasi yang akan dimuat di publik.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (COVER) .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Signifikansi & Kontribusi Penelitian .....	7
1.5.1 Kontribusi Akademis .....	7
1.5.2 Kontribusi Metodologis .....	8
1.5.3 Kontribusi Praktis .....	8
1.5.4 Kontribusi Sosial .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Paradigma Konstruktivisme .....	15

2.3	Hakikat Komunikasi .....	17
2.3.1	Pengertian Komunikasi .....	18
2.3.2	Fungsi Komunikasi .....	20
2.3.3	Model Komunikasi .....	22
2.3.4	Elemen Komunikasi .....	23
2.3.5	Konteks Komunikasi .....	24
2.4	Penyiaran .....	26
2.4.1	Definisi Penyiaran .....	26
2.4.2	Media Penyiaran .....	27
2.4.3	Karakteristik Penyiaran .....	27
2.5	Komunikasi Massa .....	28
2.5.1	Definisi Komunikasi Massa .....	28
2.5.2	Fungsi-fungsi Komunikasi Massa .....	29
2.5.3	Karakteristik Komunikasi Massa .....	30
2.6	Media Massa .....	31
2.6.1	Pengertian Media Massa .....	31
2.6.2	Fungsi Media Massa .....	32
2.7	<i>New Media</i> .....	33
2.7.1	Pengertian <i>New Media</i> .....	33
2.7.2	Karakteristik <i>New Media</i> .....	35
2.8	Media Sosial .....	36
2.8.1	Karakteristik Media Sosial .....	36
2.9	<i>YouTube</i> .....	38

2.10	Teori Resepsi .....	41
2.10.1	Resepsi Model Stuart Hall .....	41
2.11	Bagan Kerangka Teori .....	44

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

3.1	Pendekatan, Metode Penelitian dan jenis penelitian .....	45
3.1.1	Pendekatan Penelitian .....	45
3.1.2	Metode Penelitian .....	46
3.1.3	Jenis Penelitian .....	46
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian (Penentuan Informan) .....	47
3.2.1	Penentuan Informan .....	47
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.4	Metode Analisis Data .....	49
3.5	Bagan Alur Penelitian .....	50
3.6	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian .....	50

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	52
4.1.1	Profil Acep Gates .....	52
4.1.2	Profil Informan .....	54
4.1.2.1	Informan Pertama .....	54
4.1.2.2	Informan Kedua .....	56
4.1.2.3	Informan Ketiga .....	56
4.1.2.4	Informan Keempat .....	57
4.1.2.5	Informan Kelima .....	58

4.1.2.6	Informan Keenam .....	59
4.1.2.7	Informan Ketujuh .....	61
4.1.2.8	Informan Kedelapan .....	62
4.1.2.9	Informan Kesembilan .....	63
4.1.2.10	Informan Kesepuluh .....	64
4.2	Hasil Penelitian .....	66
4.2.1	Penerimaan Penonton Terhadap Video – Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media <i>YouTube</i> (Analisis Resepsi Terhadap <i>Channel</i> <i>Acep Gates</i> ) .....	66
4.2.1.1	Analisis Resepsi Terhadap <i>Channel</i> Acep Gates... ..	66
4.3	Pembahasan .....	78
4.3.1	Penerimaan Penonton Terhadap Video – Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media <i>YouTube</i> (Analisis Resepsi Terhadap <i>Channel</i> <i>Acep Gates</i> ) Dalam Perspektif <i>Encoding</i> dan <i>Decoding</i> .....	78
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Simpulan .....	86
5.2	Saran .....	87
5.2.1	Saran Akademis .....	87
5.2.2	Saran Metodologis .....	87
5.2.3	Saran Sosial .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xiii</b>

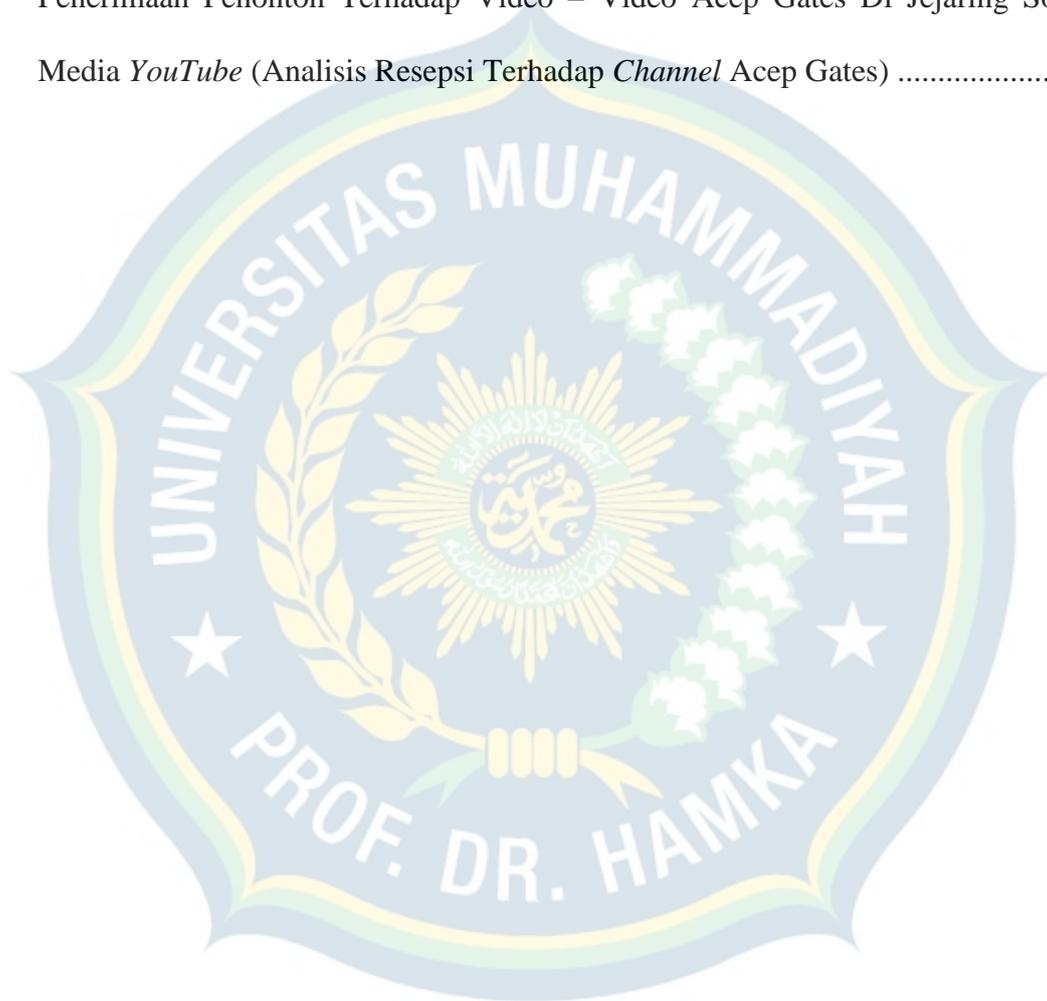
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Fungsi Komunikasi Massa Alexis S. Tan .....	29
Tabel 3.1 Penjadwalan Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Informan .....	65
Table 4.2 Resepsi <i>Channel YouTube Acep Gates</i> .....	74



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Komunikasi Shannon dan Weaver .....	23
Gambar 2.2	Presentase Media Sosial Yang Paling Aktif 2018 .....	40
Gambar 4.1	Model <i>Encoding Decoding</i> Stuart Hall Dikorelasi dengan Penerimaan Penonton Terhadap Video – Video Acep Gates Di Jejaring Sosial Media <i>YouTube</i> (Analisis Resepsi Terhadap <i>Channel</i> Acep Gates) .....	80



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pesatnya perkembangan teknologi dimulai dari ditemukannya alat komunikasi seperti alat cetak, radio, televisi sampai internet, sehingga manusia mendapatkan informasi yang mereka inginkan, suatu informasi tersebut mereka gunakan untuk kepentingan mendasar. (Nuryanto, 2012 : 1)

Penggunaan teknologi informasi yang semakin merata membuat peralatan teknologi dengan segala jenisnya, maupun perangkat lunak aplikasi pendukung semakin berkembang. (Nuryanto 2012:1)

Berkembangnya informasi dan komunikasi pada zaman ini mendatangkan peradaban baru yang tidak terbatas ruang dan waktu. Salah satu mode dalam masyarakat modern sekarang adalah bagaimana membangun dunia secara universal. Kemunculan komunikasi membuat suatu tipe komunikasi yang lahir bersamaan dengan digunakannya alat – alat mekanik, yang bisa melipat gandakan pesan – pesan komunikasi, oleh karena itu komunikasi massa dipahami sebagai komunikasi media massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

Secara tradisional jenis - jenis media massa adalah: surat kabar, majalah, radio, televisi dan film (layar lebar). Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembangnya media massa seperti internet dan telepon selular.

Media massa merupakan suatu alat komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara menyeluruh, cepat kepada pencari informasi yang luas dan dalam jumlah besar. Kelebihan media massa dibandingkan dengan jenis komunikasi yang lain adalah, media massa dapat mengatasi hambatan ruang dan waktu. Sehingga media massa mampu menyebarluaskan pesan dalam waktu singkat dalam waktu yang tak terbatas.

Menurut Denis McQuail (2000), media massa bersifat mampu menjangkau massa dalam jumlah luas dan besar, bersifat public yang mampu memberikan kepopuleritasan pada siapa saja yang menggunakan media massa. Peran media massa menjadi begitu penting dalam masyarakat bahkan sejak kemunculannya pertama kali. (Morissan, 2013 : 480)

Di era globalisasi saat ini segala inovasi dan informasi mengharuskan adanya pandangan dan peninjauan baru terhadap konsep komunikasi massa yang ada sampai saat ini. Inovasi bisa diluapkan menggunakan media apa saja, salah satunya adalah menggunakan internet.

Internet (*Interconnection Networking*) yang berarti sambungan dari berbagai komputer dan berbagai tipe (*platform*) komputer mempunyai jaringan yang mencakup seluruh dunia dengan menggunakan telekomunikasi seperti telepon, *wireless*, bahkan dengan satelit. (Dominikus, 2008 : 2)

Internet sendiri telah banyak digunakan oleh kebanyakan orang untuk mendapatkan informasi. Hasil dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet

Indonesia (APJII) mayoritas pengguna internet di Indonesia berada dalam rentang usia 15-19 tahun. Jumlah golongan pengguna usia muda ini mencapai 91% dari keseluruhan jumlah pengguna internet di Indonesia 171,17 juta jiwa di tahun 2018. Dari hasil survey 2018 aplikasi seperti *Linked*, *Twitter*, *Instagram* hingga *YouTube* konten media sosial *YouTube* memiliki 15,1% orang menggunakan media tersebut.<sup>1</sup>

Chad Hurley, orang penting dalam sejarah *YouTube*. *YouTube* merupakan situs berupa web yang diperuntukan untuk seseorang yang menggunakan *YouTube* untuk menonton video dan berbagi video. *YouTube* memakai teknologi *Adobe Flash Video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai macam video yang dibuat oleh seorang pengguna *YouTube* video music, film, siaran ulang TV bila ada stasiun TV yang menggunakannya. Selain itu juga dapat berupa konten amatir dokumenter pribadi, blog video, video original pendek, dan video pendidikan. (Aziz, 2014 : 3)

Pada 19 Desember 2008, semua pengguna *YouTube* diminta memboikot *YouTube*. Perkara ini bermula selepas blog *YouTube* (<http://www.YouTube.com/blog>) menyiarkan suatu pos bertajuk, '*A YouTube For All*'. Artikel itu melarang pengguna *YouTube* mengupload video yang mengundang gangguan seksual dan keganasan. Ekoran dari pada tindakan itu, ada yang menganggap tindakan *YouTube* itu umpama menyekat kebebasan bersuara, Mereka memboikot *YouTube* dengan mengajak orang

---

<sup>1</sup> <https://apjii.or.id/survei2018s/download/kHYAMOPJZhxUWCryoGauz7LtpQENKi> diakses pada tanggal 9 November 2019 pukul 7:35 WIB

supaya tidak melayari laman sesawang *YouTube* pada 19 Desember 2008. (Azis, 2010 : 5)

*YouTube* menghadirkan program kerjasama, suatu program dimana seorang pengguna *YouTube* yang telah membuat konten pada akun pribadinya diberikan pilihan untuk menampilkan iklan apa saja yang ada pada video nya, dengan hal itu *conten creator* dapat menghasilkan uang. Program tersebut membuat peluang bagi pengguna *YouTube* berpeluang untuk memperoleh penghasilan. *YouTube* pun membuat fenomena baru dimana pengguna *YouTube* berlomba membuat konten yang kreatif agar diminati oleh orang lain dan orang sebagai pengguna yang membuat konten tersebut disebut sebagai *YouTuber*.

Acep Gates adalah salah satu pengguna Acep telahir di Kota Cikalongkulon, Cianjur, Jawa Barat yang ber-umur 23 tahun. Acep Gates yang mempunyai nama asli Asep Saepudin ini adalah seseorang yang *positive* terjangkit *HIV (Human Immunodeficiency Virus)*, virus yang menghancurkan sistem kekebalan tubuh. Kini ia harus menjalani hidupnya dengan status sebagai seorang *HIV*. Pada 7 Oktober 2018, ia mulai mengunggah video kedalam akun *YouTube* dengan nama Acep Gates. Nama Gates dipilih karena Acep mengagumi Bill Gates yang dinilainya sosok dermawan. "Sederhana saja. Bukan untuk menginspirasi orang, cuma ingin bikin semacam catatan harian. Kalau lewat video dan diunggah ke *YouTube*, pasti sampai saya tua nanti akan tetap ada." Ucapnya pada salah satu video yang di unggahnya.

Kini ia sudah memiliki 63,996 *subscribers* (sebutan untuk seseorang yang mengikuti *channel* orang lain) dan 6,633,177 *views*. Dengan niat hanya untuk mendokumentasikan perjalanan hidup sebagai seorang *ODHIV* kini ia mendapat sejumlah keuntungan dengan konten-konten yang dibuatnya. Dalam *YouTube*-nya ia berkata “*I am Acep Gates from Indonesia! My videos are talking about LGBT life and HIV issue, cause I am gay and was diagnosed HIV. Since September 2018. Hope you like my videos!*”

Kejelasan dalam setiap video yang diunggah Acep gates sebagai pengidap *HIV* dan *gay*, menunjukkan tidak sedikitnya masyarakat yang menilai bahwa tidaklah pantas bila ia mengumbar dan membanggakan dirinya sebagai *gay* dan *ODHIV*, namun tidak sedikit pula orang yang banyak yang bertanya pada dia akan pengalamannya bahkan mendukung sebagai sesama penderita *HIV*.

★ Banyaknya penonton (*Views*) pada *Channel YouTube* yang memberi saran mulai dari; “agar Acep Gates bertobat dari kegiatan *sex* beresiko, *HIV* tidak ada obatnya, *gay* adalah salah satu akibat kemurkaanya ALLAH terhadap Indonesia, jauhi narkoba, memang Amerika itu bangsat!!, tetap semangat.” Namun itu semua tidak menghentikan Acep Gates untuk tidak mengunggah video - video kesehariannya sebagai seorang penderita *HIV* dan seorang *gay*.

Penyimpangan perilaku homoseksual ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang mengadopsi gaya hidup orang barat atau sering disebut *westernisasi*, selain itu *gay* juga dapat dikatakan sebagai kriminal

karena mereka dapat menularkan penyakit masyarakat berupa penyimpangan seksual dan terjangkit virus *HIV/AIDS* dan penyakit kelamin yang sulit terobati.

LGBT di Indonesia sudah menjadi fenomena yang memprihatinkan. Hasil survei CIA (2015), di Indonesia LGBT sudah menjadi peringkat kelima terbesar di dunia setelah China, India, Eropa dan Amerika. Berdasarkan data Kemenkes tahun 2012, ada setidaknya 1.096.970 gay di Indonesia.<sup>2</sup>

Awal kemunculan fenomena ini berasal dari leluasanya sistem barat dan penyakit LGBT di negara Indonesia oleh sebagian elemen masyarakat dianggap harus dilindungi HAM. Penyakit LGBT dapat merusak moral masyarakat khususnya untuk generasi bangsa. Oleh karena itu LGBT juga dapat menambah angka penyakit virus mematikan seperti *HIV/AIDS*.<sup>3</sup>

## 1.2 Perumusan Masalah

*YouTube* adalah jejaring sosial media atau *website* yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki. Acep Gates dalam *channel YouTube* nya berbicara soal LGBT dan *HIV Issues*. Dengan latar belakang yang sudah ada, maka permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana penerimaan penonton terhadap video - video Acep Gates di jejaring sosial media *YouTube* ?

<sup>2</sup> <https://www.republika.co.id/berita/kolom/wacana/18/01/24/p31uno440-jaringan-lgbt-dan-advokasi-yang-keliru> diakses tanggal 9 November 2019, pukul 9:01. WIB

<sup>3</sup> <https://republika.co.id/berita/pvtesa349/biang-kerok-penyebab-pelajar-terpapar-lgbt> diakses tanggal 9 November 2019, pukul 10:42 WIB

### 1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih sempurna, mendalam dan fokus pada satu tujuan, maka peneliti memandang permasalahan yang diangkat perlu dibatasi. Oleh karena itu peneliti membatasi isi proposalnya yang berkaitan dengan “penerimaan penonton terhadap video - video Acep Gates di jejaring sosial media *YouTube*”. Dipilih untuk memahami analisis resepsi pada *channel* Acep Gates.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah di jabarkan penulis dalam latar belakang masalah, tujuan penelitian penulisan adalah untuk “Memahami penerimaan penonton terhadap video - video Acep Gates di jejaring sosial media *YouTube*”

### 1.5 Signifikansi / Kontribusi Penelitian

#### 1.5.1 Kontribusi Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta pengembangan mengenai teori - teori yang membahas tentang penetrasi sosial dan teori komunikasi yang terkait dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sarana komunikasi dalam kelompok Dengan menggunakan Teori *Reception Analysis* ini yang membahas pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media “Penerimaan penonton terhadap video-video Acep Gates di jejaring sosial media *YouTube*” dalam Studi kasus analisis resepsi pada *channel YouTube* Acep Gates.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi mengenai metode analisis resepsi. Metode yang digunakan adalah analisis resepsi. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan tentang penerimaan penonton terhadap video - video Acep Gates. Serta penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

### **1.5.3 Kontribusi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk pengembangan media sosial seperti *YouTube* agar seseorang yang mengunggah video mereka lebih disaring, agar tidak menimbulkan masalah seperti *bullying* dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa setiap pengunggah video ke dalam jejaring sosial *YouTube* merupakan salah satu hak pengguna tersebut. Pengguna tersebut bisa menyaring informasi yang mereka berikan lebih bijak karena situs tersebut tidak sedikit pengguna di umur 15 tahun ke bawah mengakses tanpa pantauan orang tua.

### **1.5.4 Kontribusi Sosial**

Diharapkan penelitian ini dapat membuat masyarakat lebih bisa menyaring baik pesan negatif atau pesan positif dengan segala hal yang bersangkutan di media sosial. Tidak berpikir pada satu pandangan dalam melihat hal yang bersangkutan dengan media sosial, dan agar bisa mendapatkan apa yang ingin dicari atau di ketahui tanpa membuat media sosial menjadi negatif.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan proposal dalam penelitian yang sistematis dan konsisten, untuk itu perlu disusun sistematika penulisan dalam penelitian menjadi suatu totalitas yang utuh, maka sistematika penulisan yang di bagi dalam beberapa bab di deskripsikan yaitu:

### BAB I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian (kontribusi akademis, kontribusi metodologis, kontribusi sosial, kontribusi praktis), serta sistematika penulisan.

### BAB II KERANGKA TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang kajian penelitian terdahulu, perspektif atau paradigma yang digunakan, hakekat komunikasi: pengertian, model, elemen, dan konteks komunikasi, teori peminatan penyiaran yang relevan dengan permasalahan penelitian, teori komunikasi antarpribadi, teori resepsi, bagan kerangka teori.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metodologi penelitian yang meliputi: pendekatan, metode, dan jenis penelitian, populasi dan sampel (Subyek penelitian), teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data, bagan alur penelitian, serta waktu, lokasi, dan jadwal penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Aziz, Firdaus Alif. 2010. *Menjadi Selebriti Melalui YouTube*. PTS Professional Publishing Sdn Bhd, Malaysia.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis, 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*. Salemba Humanika, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Djamal, Hidajanto. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Kencana Renada Media Group, Jakarta.
- Eriyanto. 2004. *Analisis Framing*. LkiS, Yogyakarta.
- Fachrudin, Andi & Hidajanto Djamal. 2011. *Dasar-dasar Penyiaran : Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regular*. Kencana (Divisi dan Pernamedia Group), Jakarta.
- Juju, Dominikus dan MataMaya Studio, 2008. *Teknik Mempercepat Koneksi Internet*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertisting, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertisting, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana, Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2017. *Komunikasi AntarPersonal*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenamedia Group, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Nuryanto, Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Balai Pustaka, Jakarta Timur.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Rajawali Pers. Jakarta.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo. Gramedia, Jakarta.

### **Skripsi :**

Permatasari, Intan. 2017. Penerimaan Penonton Terhadap Tayangan Drama Korea Descendants Of The Sun Di [WWW.DramaQu.com](http://WWW.DramaQu.com) (Analisis Resepsi Stuart Hall), Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta

Damayanti Antonio, Elissa. 2014. Penerimaan Penonton Terhadap Program Alternatif Herbal Inspirasi Pagi Di JAK TV, Jakarta.

Fitri Nurkhasanah, Diyah. 2018. Penerimaan Penonton ‘Geng ABCD’ Terhadap Tayangan Vlog Wisata Indonesia Oleh Vlogger Asing YouTube (Analisis Resepsi Stuart Hall). Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta.

### **Jurnal :**

<http://garuda.ristekdikti.go.id/documents/detail/547872> Diakses pada 28 Agustus 2019 Pukul 14:23 WIB. Analisis Resepsi Generasi X dan Y Terhadap Personal Branding Presiden Joko Widodo dalam #JKWVLOG Di YouTube

<http://garuda.ristekdikti.go.id/documents/detail/381272> Diakses pada 28 Agustus 2019 Pukul 11:10 WIB. Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video YouTube “Keong Racun” Sinta dan Jojo :

Web:

<https://www.republika.co.id/berita/kolom/wacana/18/01/24/p31uno440-jaringan-lgbt-dan-advokasi-yang-keliru> Diakses tanggal 9 November 2019, pukul 9:01 WIB

<https://republika.co.id/berita/pvtesa349/biang-kerok-penyebab-pelajar-terpapar-lgbt> Diakses tanggal 9 November 2019, pukul 10:42 WIB

<https://pakarkomunikasi.com/teori-media-baru> Diakses pada 24 September 2019 Pukul 13:27 WIB

