

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kemajuan teknologi internet dan digital telah merubah gaya hidup masyarakat dalam bermedia sosial. Dari cara masyarakat memenuhi kebutuhannya seperti mendapatkan informasi hingga menyebarkan informasi. Hal ini tidak lain karena seiring berkembangnya kemajuan teknologi yang semakin pesat. Selain perubahan gaya hidup masyarakat dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi, hal yang berubah juga adalah semakin banyaknya jenis media sosial, seperti halnya *Instagram, facebook, twitter, telegram, snack video, tiktok, youtube*, dan masih banyak lagi aplikasi media sosial lainnya, sehingga membuat masyarakat lebih mudah dalam membuka, membuat dan menyebarkan pesan komunikasi secara bebas.

Media sosial merupakan suatu hal yang terbentuk dari adanya media baru. Aspek multimedia dapat dijumpai di dalam media sosial. Masyarakat tidak hanya menggunakan teks saja, namun dapat menggunakan foto, video, dan atau audio sekaligus dalam menyampaikan sebuah pesan komunikasi, sehingga tujuan dari tiap individu dapat lebih tersampaikan. Media sosial menjadi sarana baru bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi lebih luas dan bervariasi, serta menjadi sarana untuk menyampaikan pendapat atau kritik dengan berbagai bentuk konten.¹ Berdasarkan laporan *We Are Social* menunjukkan, bahwa jumlah pengguna aktif

¹ Sawasdee. "Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Pesan Satir Humor Dalam video Animasi Youtube Tekotok". Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atm Jaya Yogyakarta, 2023.

media sosial di Indonesia mencapai 167,0 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri.¹

Penyampaian pesan yang dilakukan komunikator kepada komunikan melalui media massa disebut juga dengan istilah *cybermedia (social network)*. *Cybermedia* merupakan suatu penyaluran atau penyampaian pesan secara luas yang dilakukan komunikator melalui media massa dengan menggunakan internet, dan memiliki sifat dua arah, terkini, serta interaktif.² Media menurut McQuail mempunyai lima fungsi, antara lain:

1. fungsi informasi yaitu sebagai pusat informasi dari berbagai kejadian, peristiwa dan realita yang terjadi di masyarakat.
2. Fungsi kesinambungan yaitu adanya peran media massa dalam mengakui, mengekspresikan serta mendukung terhadap adanya budaya dominan dan budaya khusus yang ada pada masyarakat.
3. Fungsi korelasi yaitu menafsirkan dan menjelaskan suatu peristiwa yang terjadi dan hubungan dengan peristiwa lainnya yang terkait masyarakat.
4. Fungsi mobilisasi yaitu menyebarkan dan mengampanyekan informasi baik berupa ekonomi, agama, politik, negara dan lain-lain yang dianggap penting masyarakat.

¹ Brigitta Dina Isana Dewi. "Perilaku Keuangan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui Social Commerce", <https://www.kompasiana.com/dina80447/652b86faee794a3e9d78e392/perilaku-keuangan-konsumen-dalam-melakukan-transaksi-melalui-social-e-commerce>, 15 Oktober 2023.

² Bustanul Arifin, "Dakwah Cybermedia," *Jurnal Pemikiran Keislaman* 26, no. 1 (28 Mei 2016): 203, <https://doi.org/10.33367/tribakti.v26i1.215>.

5. fungsi hiburan yaitu memberikan hiburan untuk audiens sebagai relaksasi dan pengalihan ketegangan sosial.³

Berdasarkan fungsi media ini mereka bisa membuat konten dengan beragam jenis, salah satunya berupa video kritik yang mengandung satire dan humor.

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial yang terkenal dikalangan masyarakat. *Youtube* adalah situs web berbagi video yang dibuat oleh 3 mantan karyawan paypal pada bulan Februari 2005 yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada bulan November 2006, *youtube* dibeli oleh *Google* dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*.⁴ Konten-konten yang tersebar di *youtube* berupa film Panjang dan pendek, lagu-lagu, video *review*, *vlog*, video edukasi, video kritik, berita, dan lain sebagainya. Masyarakat dapat menggunakan youtube untuk hiburan, mencari berita, bahkan juga bisa digunakan untuk mendapatkan penghasilan melalui konten-konten yang banyak disukai oleh masyarakat sehingga menjadi *youtubers*. Selain itu masyarakat bisa dengan mudah menggunakan *youtube* dengan tanpa mengeluarkan biaya.

Youtube di Indonesia dapat di kategorikan sebagai media sosial yang mempunyai banyak penggunanya. Pada awal tahun 2023 pengguna *youtube* di Indonesia mencapai 139,0 juta, negara Indonesia pada bulan April 2023 menduduki peringkat empat dalam penggunaan media sosial *youtube*.⁵ Jika dilihat dari jumlah

³ Syahrial Syalbani. "Fungsi Media Massa" <https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/mod/ressource/view.php?id/192474/fungsi-media-massa>, 2019, diakses tanggal 14 November 2023.

⁴ Raharjo, *respon terhadap* Merk.,50.

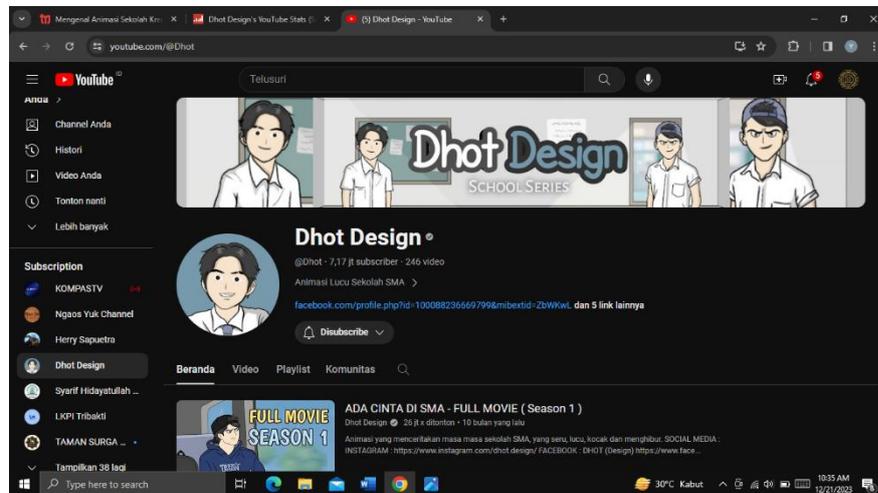
⁵ Dian Berliana Sinaga, "Mengungkap Konfigurasi Dari Gaya Komunikasi Youtuber Terhadap Minat Pembelian: Sebuah Pendekatan Asimetris Di Youtube Product Review", <https://repository.uhn.ac.id/bitstream/handle/123456789/8655/Mengungkap-Konfigurasi-Dari-Gaya-Komunikasi-Youtuber-Terhadap-Minat-Pembelian-Sebuah-Pendekatan-Asimetris-di-Youtube-Product-Review>, 2023, diakses tanggal 22 November 2023.

pengguna *youtube* di Indonesia menunjukkan bahwa adanya ketertarikan masyarakat dalam menggunakan *youtube* baik sebagai penikmat konten yang ada dalam *youtube* ataupun sebagai konten kreator. Dalam penggunaannya baik sebagai konten kreator ataupun penikmat konten pasti mempunyai tujuan berdasarkan fungsi komunikasi.

Salah satu *channel youtube* yang membuat konten video pendek yang memuat kritik serta mengandung unsur satire dan humor adalah *Dhot Design*. Konten yang di buat oleh *channel youtube Dhot Design* merupakan konten animasi dua dimensi yang terbilang sederhana, akan tetapi mampu menarik perhatian penontonnya dengan durasi video yang singkat, konten *Dhot Design* selain digunakan untuk hiburan juga digunakan untuk mengkritik suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi di masyarakat. Konten animasi *Dhot Design* menceritakan tentang suatu peristiwa konflik yang kerap terjadi di kalangan remaja SMA dan kehidupan sehari-hari.⁶ Pembuatan animasi tersebut dibuat berdasarkan inspirasi persahabatan dan pengalaman sehari-hari yang dialami oleh animator *Dhot Design*.⁷

⁶ Nur salma sofia, "Fakta Menarik Dhot Design: Animasi Lokal Digandrungi Netizen, Subscriber Tembus 5 Juta", <https://jurnal Soreang.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-101687268/fakta-menarik-dhot-design-animasi-lokal-digandrungi-netizen-subscriber-tembus-5juta>, 1 Juli 2023, diakses tanggal 14 November 2023.

⁷ Aziz, "mengenal Animasi Sekolah Karya Dhot Design Kreator Lokal Indonesia", <https://teropongmedia.id/mengenal-animasi-sekolah-karya-dhot-design-creator-lokal-indonesia>, 15 Agustus 2023, diakses tanggal 15 November 2023



Gambar 1.1 : Halaman Channel Youtube Dhot Design

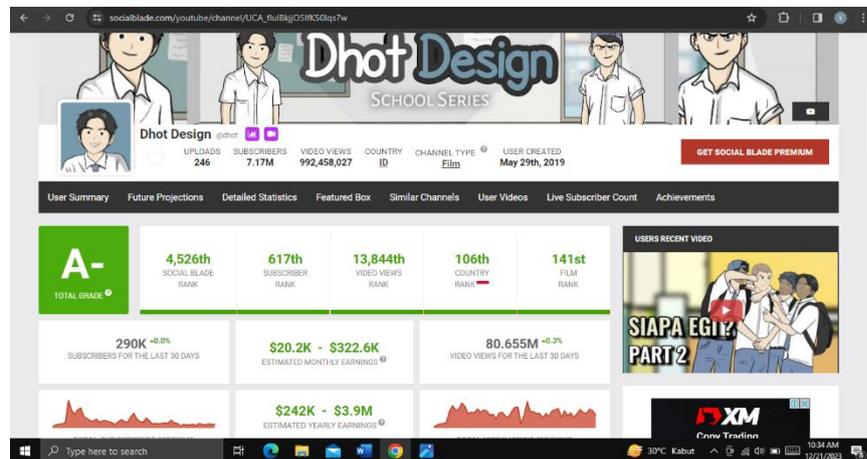
Sumber: *Youtube.com/Dhot Design*

Dibuat pada 29 Mei 2019, berdasarkan data dari *Social Blade* jumlah *subscribers* hingga saat ini mencapai 7,17 juta dan memiliki jumlah *views* 992 juta, Selain itu *views channel youtube Dhot Design* mengalami kenaikan dengan jumlah 80 juta *views* terhitung dari tiga puluh hari terakhir dan mengalami kenaikan *subscriber* dengan jumlah 290 ribu.⁸ Di Indonesia pada Top 100 *Youtubers channel* bahwa, *Dhot Design* menempati peringkat ke-3 kategori *NoxScore*.⁹ Animasi *Dhot Design* merupakan karya anak bangsa bernama Indra yang di juluki dhot. Indra merupakan pria asal kecamatan Maja, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Konten animasi yang dibuat Indra mampu menarik perhatian penonton khususnya kalangan remaja, dengan mengangkat kisah-kisah persahabatan semasa sekolah SMA,

⁸ https://socialblade.com/youtube/channel/UCA_fIuIBkjjO5IfK50Iqs7w, diakses 23 Desember 2023.

⁹ <https://id.noxinfluencer.com/activation>, diakses 23 Desember 2023.

komedi, percintaan, konflik-konflik yang terjadi pada kehidupan sehari-hari dan juga beberapa konten yang mengandung unsur satire dan humor.



Gambar 1.2 : Performa Channel Dhot Design

Sumber: Social Blade

Konten yang di unggah oleh *channel youtube Dhot Design* memiliki durasi tiga hingga tujuh menit serta menyediakan film *full movie* dari setiap kisah yang diangkat. *Dhot Design* tidak hanya menyediakan video hiburan saja, akan tetapi juga menyediakan beberapa video kritik terhadap suatu peristiwa atau keadaan yang dialami oleh animator maupun yang terjadi di masyarakat. penyampaian informasi kepada khalayak akan lebih mengena dan membekas serta mudah diingat ketika disampaikan dengan menggunakan visual seperti gambar bergerak atau animasi.

Komunikasi visual adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui gambar, tulisan, warna, lambang, bentuk, garis yang dikombinasikan dan hanya dapat ditangkap oleh indra penglihatan. Menurut Mayer seseorang akan lebih mudah memahami sebuah pesan yang disampaikan

menggunakan kata-kata dan disertai gambar dibandingkan dengan pesan yang disampaikan menggunakan kata-kata saja.¹⁰ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator akan lebih mudah difahami dan mudah diingat oleh komunikan ketika disampaikan menggunakan komunikasi visual, sehingga penikmat animasi *Dhot Design* lebih mudah mengingat pesan yang terdapat dalam konten yang dibuat oleh animator.

Dhot Design dalam salah satu kontennya menceritakan fenomena yang kerap terjadi di masyarakat yaitu kasus penipuan dengan modus COD (Cash on Delivery). Menurut Ensiklopedia penipu adalah sebuah kebohongan yang dibuat untuk mendapatkan keuntungan pribadi serta merugikan orang lain. Penipuan menurut pasal 378 KUHP oleh Moeljatno sebagai berikut:

“barang siapa dengan maksud hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu atau martabat (*hoedanigheid*) palsu dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun.”¹¹

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penipuan adalah tipu muslihat atau rangkaian kata-kata bohong yang menyebabkan seseorang merasa terpedaya dengan tipu muslihat atau kata-kata yang diucapkan penipu yang seakan-akan benar adanya. Dalam hal ini ada sebuah hadits yang menjelaskan tentang larangan melakukan penipuan. Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

¹⁰ Mayer, Richard. 2001, *multimedia learning*. Terjemah oleh Teguh W. Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. *tanpa tahun*.

¹¹ *Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)*. Bumi Aksara, Jakarta: Moeljatno, 2007

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْحِدَاغُ فِي النَّارِ

Artinya: “Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka” (HR. Ibnu Hibban 2: 326. Hadits ini shahih sebagaimana kata Syaikh Al Albani dalam Ash Shahihah no. 1058).¹²

Hadist ini selaras dengan hadis yang di riwayatkan oleh imam muslim dalam kitab shahih muslimnya:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنِّي رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: "Dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, "Apa ini wahai pemilik makanan?" Sang pemiliknya menjawab, "Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah." Beliau bersabda: "Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami."¹³

Salah satu konten video *Dhot Design* dengan judul “Ditipu Tukang Slot Feat @Bang Toink”. Video tersebut menceritakan seorang anak sekolah yang hendak membayar SPP sekolah dengan cara menjual HP-nya melalui *facebook* dan dalam proses COD pemuda tersebut di tipu oleh oknum teman dari sang pembeli HP.¹⁴ *Dhot Design* mencoba menggambarkan peristiwa penipuan yang terjadi pada saat melakukan COD, serta menggambarkan agar tidak mudah percaya dengan

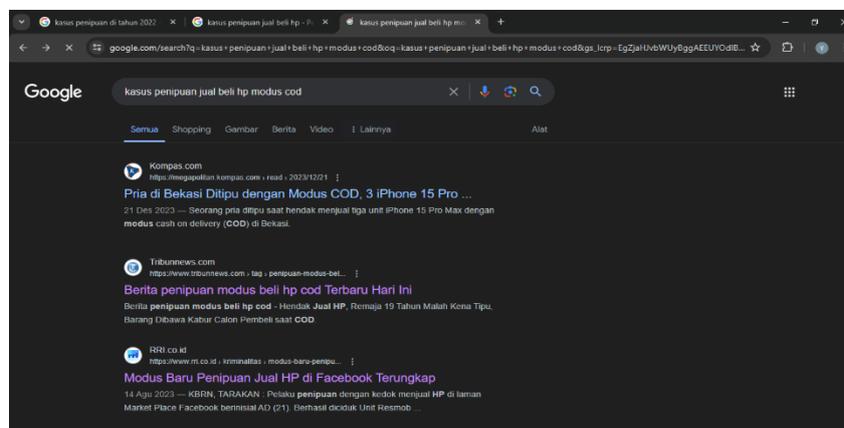
¹² Asy-Syaikh Muhammad Nashiruddun Al-Albani, *silsilah Al-Ahaadiits Ash-Shahiihin* (Jl. Kapten Mulyadi: CV. Pustaka Mantiq, 1996),

¹³ HR Muslim: 102

¹⁴ Observasi, Channel Youtube Dhot Design (Segmen video: Ditipu Tukang Slot @Bang Toink), diakses tanggal 14 November 2023.

seseorang yang baru dikenal. Dengan video yang di balut dengan komedi dan unsur satire dan humor, *Dhot Design* mencoba mengajak khalayak untuk bisa mengerti pesan moral yang disampaikan melalui konten animasi tersebut.

Alasan peneliti memilih video “Ditipu Tukang Slot feat @Bang Toink” selain mengangkat fenomena kejahatan yang kerap terjadi di masyarakat, merupakan kasus kejahatan yang menjadi sorotan media sosial. Video tersebut sama persis dengan kasus penipuan yang di alami anak muda berusia 19 tahun.



Gambar 1.3: Kasus penipuan M Samsul Arifin

Sumber: Penelusuran Google

Data dari *youtube* menunjukkan bahwasanya video dengan judul “Ditipu Tukang Slot @Bang Toink” memiliki jumlah *views* mencapai 1,8 juta.¹⁵ selain itu juga terdapat beberapa *channel youtube* yang menyajikan konten penipuan seperti *channel youtube* Karepo dengan judul “modus penipu” yang hanya memiliki jumlah *views* 390, dan *channel youtube* Sentadak dengan judul “penipu via telepon tapi salah sasaran” yang mana hanya mendapatkan jumlah *views* 29 ribu namun,

¹⁵ Observasi, Channel Youtube Dhot Design (Segmen video: Ditipu Tukang Slot @Bang Toink), diakses tanggal 15 November 2023.

tidak sebanding dengan jumlah *views* yang didapatkan *channel youtube Dhot Design*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak terhadap pesan satire humor yang terdapat pada *channel youtube Dhot Design* (segmen video: Ditipu Tukang Slot @Bang Toink). Dalam hal ini penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi khalayak. Dalam hal ini penulis lebih memfokuskan terhadap *subscriber* pada *channel youtube Dhot Design*, bagaimana resepsi *subscriber* terhadap konten animasi sekolah yang dibalut komedi serta unsur satire dan humor, serta bagaimana mereka bisa tertarik dengan animasi sekolah *Dhot Design*, menimbang animasi ini terbilang sederhana dan masih menggunakan gambar dua dimensi. Dengan menggunakan teori resepsi akan lebih efektif karena teori resepsi memberikan kebebasan atau kuasa secara penuh bagi audiens dalam memaknai dan mengartikan sebuah pesan.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana resepsi khalayak terhadap pesan satire humor dalam video animasi pada *channel youtube dhot design* (segmen video: Ditipu Tukang Slot @Bang Toink)?
2. Mengapa khalayak tertarik dengan animasi *Dhot Design*, menimbang animasi ini terbilang sederhana dan masih menggunakan gambar dua dimensi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana resepsi khalayak terhadap terhadap pesan satire humor dalam video animasi pada *channel youtube Dhot Design* (segmen video: Ditipu Tukang Slot @Bang Toink).
2. Untuk mengetahui Mengapa khalayak tertarik dengan animasi *Dhot Design*, menimbang animasi ini terbilang sederhana dan masih menggunakan gambar dua dimensi.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dilihat dari dua aspek teoritis dan praktisi.

Berikut kegunaan dari penelitian ini:

1. Secara teoritis
 - a. Pemahaman mengenai pesan satire dan humor: membantu memahami secara lebih dalam mengenai penyampaian pesan satire dan humor melalui konten video animasi, serta Teknik dan strategi yang di gunakan.
 - b. Pengkajian konten digital: membantu dalam analisis konten digital, terutama pada media sosial *youtube*. Hal ini bermanfaat dalam memahami dinamika konten yang ada di *platform* daring dan bagaimana pesan komunikasi khususnya pesan yang dibalut dengan komedi dan unsur satire dan humor di terima dan disajikan di media sosial.
 - c. Sebagai studi resepsi dan pengaruh media: menyediakan wawasan tentang bagaimana audiens menafsiri pesan yang dibalut komedi dan unsur satire dan humor dalam sebuah video animasi. Hal ini akan mendukung

pemahaman teoritis tentang pengaruh media terhadap persepsi dan pemahaman audiens.

- d. Menambah referensi terhadap pengaruh psikologi humor dan efek satire: menyediakan informasi mengenai pemahaman tentang psikologi di balik humor dan satire, serta dapat mengetahui potensi efek terhadap penonton melalui pesan yang disampaikan pada konten video berbalut komedi dan unsur satire dan humor baik pada efek sosial, psikologi dan budaya.

2. Secara praktis

- a. Memberikan wawasan terhadap konten kreator mengenai cara penyampaian pesan melalui konten animasi yang dibalut komedi dan unsur satir dan humor yang dapat menarik perhatian dan melibatkan audiens.
- b. Menambah referensi dalam pengembangan konten yang lebih relevan: memberikan gambaran terhadap konten kreator agar memperbaiki atau mengembangkan konten yang lebih relevan, baik dalam segi alur ceritanya dan menarik perhatian penonton di *youtube* khususnya.
- c. Memberikan informasi berharga mengenai respon dan reaksi penonton dalam konten tertentu, yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam pembuatan strategi pemasaran dan pengembangan sebuah konten agar lebih menarik dan tepat sasaran.

E. Definisi Operasional

1. Resepsi Khalayak

Dari data lapangan yang ada, peneliti menemukan bahwasanya respon khalayak dalam memaknai atau menafsirkan suatu pesan yang diterima sama dengan definisi serta klasifikasi khalayak pada teori resepsi khalayak yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Letak kesamaannya adalah pada proses pemaknaan khalayak saat menerima pesan baik secara langsung maupun tidak langsung, yang mana khalayak akan memaknai pesan yang diterima berdasarkan pengalaman atau masalah mereka serta melihat dari segi kultur, budaya, norma yang dimiliki setiap khalayak. Dengan demikian peneliti menggunakan teori resepsi khalayak sebagai teori utama dalam penelitian ini.

Konsep pada teori resepsi khalayak adalah bagaimana respon khalayak dalam menerima sebuah pesan. Pemaknaan dan penafsiran khalayak tidak dibatasi oleh hal apapun, karena pada teori resepsi khalayak yang dikemukakan Stuart Hall bahwasanya khalayak ditempatkan sebagai pemilik kuasa atau hak otoritas secara penuh dalam menafsirkan, memaknai atau memberikan argumen mengenai suatu pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator berdasarkan pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki oleh komunikan. Dalam teori resepsi, Stuart Hall menekankan terhadap pemaknaan khalayak yang menimbulkan proses *Encoding*, yang memiliki arti sebagai proses produksi pesan oleh pembuat pesan, dan

decoding yang memiliki arti sebuah proses pemaknaan pesan dan tindakan yang dilakukan oleh penerima pesan.¹⁶

2. Satire

Dalam beberapa konten pada *channel youtube Dhot Design* terdapat model penyampaian pesan yang mengandung unsur satir yaitu sindiran atau kritik terhadap suatu kondisi. Singh menjelaskan satire adalah gaya berpikir yang digunakan untuk mengejek situasi, seperti kejahatan, pelecehan yang dilakukan seseorang, dan atau kekurangan orang lain. Satire bertujuan dan mengkonstruksi kritik sosial untuk memperbaiki keadaan. Dalam satire juga memiliki empat kategori sasaran. Secara khusus, sasarannya adalah tentang situasi atau kondisi tertentu (episode), sasarannya adalah tentang sifat atau kepribadian orang-orang yang menjadi stereotip dalam masyarakat (individu), sasarannya adalah tentang pengalaman, dan kondisi seseorang yang sudah biasa dijalani atau kebiasaan (Empiris), Menargetkan kode bahasa sebagai objek (teks).¹⁷

Pada dasarnya satire digunakan untuk mengkritik suatu peristiwa atau keadaan, kejahatan, keburukan dengan tujuan agar khalayak mengetahui dan melalui sindiran tersebut diharapkan ada perbaikan terhadap keadaan yang sedang dikritik tanpa adanya perasaan tersinggung.

¹⁶ Nadya Zulfa Afifah, "Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza Arap Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart Hall)", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 2 (2019): 159.

¹⁷ Sawasdi, Elisabeth Rena Setya. "Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Pesan Satir Humor Dalam video Animasi Youtube Tekotok". Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atm Jaya Yogyakarta, 2023, hal 20-21

3. Humor

Pada *channel youtube Dhot Design* juga ditemukan gaya bahasa yang dapat menyebabkan pendengarnya tertawa, hal ini biasa disebut humor. Humor adalah suatu hal yang lucu yang menyebabkan seseorang tertawa. Pada dasarnya suatu hal, baik berupa tindakan, komedi, cerita video animasi, film dan lain sebagainya yang menyebabkan seseorang tertawa dan merasa lucu di sebut humor. Humor biasanya dapat terjadi ketika seseorang diunggulkan atau memperoleh keunggulan diantara orang lain, dan bisa juga terjadi karena suatu hal yang tidak terduga, seperti halnya seseorang mendapatkan hal baru yang tidak sesuai dengan pemikiran secara umumnya. Contohnya pada tahap pertama menampilkan seseorang sedang memancing mengharapkan umpannya dimakan ikan besar, tahap dua menampilkan umpannya di makan ikan dan orang tersebut gembira, tampilan tiga secara umum seharusnya dia mendapatkan ikan, ternyata tiba-tiba orang tersebut tercebur, rupanya ikan yang terlalu besar telah menyeretnya ke sungai.¹⁸

4. Youtube

Pada dasarnya *youtube* adalah situs berbagi video dan menonton video yang dibagikan oleh konten kreator dari berbagai pihak. *Youtube* memiliki banyak konten, termasuk *vlog* video harian, latihan pendidikan, hiburan, *trailer* film, *klip* video musik, materi pembelajaran, resep

¹⁸ Didiék Rahmanadji, "Sejarah, Teori, Jenis, Dan Fungsi Humor", *Jurnal Bahasa dan Seni*, (2007): 217.

memasak, dan banyak lagi. *Youtube* didirikan pada Februari 2005 dan berkantor pusat di San Bruno, California, Amerika Serikat. Pendirinya adalah Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim, tiga mantan karyawan Paypal yang memiliki pemikiran cerdas. *Youtube* dibeli oleh pihak *Google* seharga \$1,65 miliar.¹⁹

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa judul penelitian yang relevan dengan judul penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Diantaranya sebagai berikut:

1. Artikel Ilmiah karya Abdullah Hafidz Faturosyiddin dan Ulfah Hidayati dari Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial. Dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral Dalam Film *Doraemon Stand By Me 2*”²⁰

Dalam artikel ilmiah ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan memakai metode purposive sampling untuk menentukan informasi yang hendak diambil penulis. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta selama tiga bulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak remaja yang berusia 16 sampai 24 tahun. mengenai pesan moral yang ada pada

¹⁹ H. Herminingsih, Dkk,” Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif, Afektif dan Psikomotor Siswa”, <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiiies50/article/view/1040/602/> Pengaruh-Youtube-Sebagai-Media-Pembelajaran-Dalam-Perkembangan-Kognitif-Afektif-Dan-Psikomotor-Siswa,2022, diakses tanggal 18 November 2023.

²⁰ Abdullah Hafidz Ridho Faturosyiddin dkk., “Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral Dalam Film *Doraemon Stand By Me 2*,” t.t., *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6, 1 (2023).

film doraemon stand by me 2, Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian skripsi yang dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan teori resepsi yang di kemukakan oleh Stuart Hall, yaitu dengan memandang khalayak dalam tiga posisi, yaitu posisi dominan hegemoni, megosiasi, oposisi. Perbedaannya adalah pada penelitian ini peneliti berfokus pada pesan moral sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada pesan satire dan humor.

2. Artikel Ilmiah karya Ayu Wiranti dan Santi Delliana Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Fakultas Bisnis dan Komunikasi. Dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Hipnotis dalam Program Garis Tangan (Episode 195) ANTV”²¹

Dalam artikel ilmiah ini peneliti menggunakan analisis resepsi khalayak yang di kemukakan oleh Stuart Hall dengan menggunakan teori *encoding* dan *deciding*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. tujuan penelitian ini dari program tersebut adalah untuk mengetahui sepertiapa pemaknaan komunitas hipnotis bandung terhadap hipnotis pada program acara garis tangan (episode 195). persamaan penelitian ini dengan penelitian yang di lakukan penulis adalah dalam segi analisis, yaitu dengan menggunakan analisis resepsi khalayak yang di kemukakan oleh Stuart Hall, dan menggunakan teori *encoding* dan *decoding*. Perbedaannya adalah penelitian ini lebih menekankan pada pemaknaan terhadap sebuah acara hipnotis pada program garis tangan yang ada di ANTV, sedangkan penelitian

²¹ Ayu Wiranti dan Santi Delliana, “Analisis Resepsi Khalayak mengenai Hipnotis dalam Program ‘Garis Tangan (Episode 195)’ ANTV,” . . *E* 10, no. 1 (t.t.). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 10, 1 (Maret 2023).

yang dilakukan penulis saat ini lebih mengarah pada pesan satire dan humor, dalam artian lebih berfokus pada pesan yang disampaikan dengan cara sindiran serta di balut unsur humor.

3. Artikel Ilmiah karya Arin Rizki Cahya Ningtyas dan Ruth Mei Ulina Maulau Universitas Telkom, Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Dengan judul “Identitas Perempuan Feminin (Analisis Resepsi Penonton Perempuan pada Film Toy Story 4)”²²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik analisis resepsi, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif serta menggunakan paradigma konstruktivisme. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi penonton perempuan terhadap film Toy Story 4, yang mana film ini merupakan salah satu film yang terdapat tokoh perempuan yang memiliki ideologi feminisme. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah dengan menggunakan analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall dengan memandangkan tiga posisi yaitu dominan hegemoni, negosiasi, dan oposisi. Perbedaannya adalah pada penelitian ini peneliti hanya fokus pada responden perempuan, karena memang judul penelitian ini mengenai gender mengenai pandangan bahwa kamu perempuan merupakan makhluk lemah dan bergantung pada pasangan, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis respondennya lebih umum.

²² Ningtyas, “Identitas Perempuan Feminin.”, *e-Proceeding of Management*, 7, 2 (Agustus 2020)

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi skripsi ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut:

Bab I: Berisi pendahuluan yang memuat tentang berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah yang terdiri dari, a) konteks penelitian, b) rumusan masalah, c) tujuan masalah, d) kegunaan penelitian, e) definisi operasional, f) penelitian terdahulu, g) serta sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka, membahas tentang: a) tinjauan umum *channel youtube* Dhot Design, b) teori analisis resepsi khalayak, klasifikasi responden, c) pesan satire humor, d) *youtube*.

Bab III: Metode penelitian, membahas tentang metode penelitian yang meliputi a) jenis dan pendekatan penelitian, b) kehadiran penelitian, c) lokasi penelitian, d) sumber data, e) prosedur pengumpulan data, f) Teknik analisis data, g) pengecekan keabsahan data, h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV: paparan hasil penelitian dan pembahasan: menyajikan a) setting penelitian, b) paparan data dan temuan penelitian, c) pembahasan.

Bab V: penutup, membahas bagian penutup yang berisi a) kesimpulan dan b) saran.