

ANALISIS RESEPSI MENGENAI
PERAN CHANNEL YOUTUBE
“ILOVEBASKETBALLTV”
SEBAGAI MEDIA TUTORIAL
ANGGOTA UKM BASKET
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS
1945 SURABAYA

by Mart Devid Suropto 1151501241

FILE	JURNAL.DOCX (38.7K)		
TIME SUBMITTED	08-JAN-2020 03:17PM (UTC+0700)	WORD COUNT	6160
SUBMISSION ID	1239994054	CHARACTER COUNT	40944

ANALISIS RESEPSI MENGENAI PERAN CHANNEL YOUTUBE “ILOVEBASKETBALLTV” SEBAGAI MEDIA TUTORIAL ANGGOTA UKM BASKET UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

*Analysis of Reception On the Role of Channel Youtube “IlovebasketballTV” As the Tutorial Media
of the Ukm Basket Members of the University of August 17, 1945 Surabaya*

Mart Devid Suropto

71
Ilmu komunikasi, Fisip, Universitas 17 Agustus

1945 Surabaya 2019

ABSTRACT

Mass media is a means of delivering messages from mass communication. The mass media began to develop following the development of technology. Nowadays the mass media has a big influence on people's lifestyles. Youtube is the most popular video database on the internet, or maybe even the most complete and varied. IlovebasketballTV is one of hundreds of millions of channels on YouTube. This channel provides interesting content about basketball, various receptions appear about the content provided. Including the reception of UKM University of August 17, 1945 Surabaya regarding the content received as a tutorial media. In this study, the aim is to describe and analyze the reception of members of UKM Basketball University August 17, 1945 Surabaya regarding the role of the Youtube channel "IlovebasketballTV" as a media tutorial.

In this study the authors used Encoding-Decoding as a theory. The method used is the type of qualitative research with descriptive research. Qualitative research is research that generally emphasizes the analysis of the process of thinking deductively and inductively. This type of descriptive research is a method in examining the status of a group of people, an object, a set of conditions, a system of thought or a class of events in the present.

After conducting research on members of UKM Basket, researchers get research results. In receiving messages and codes provided by presenter producers through the contents provided, it can be concluded that members of UKM Basket can receive messages given by producers without rejection, but some members of UKM Basket accept general messages and make selections then matched to a more limited context.

At the end of this study after all the necessary data had been obtained and the formulation of the problem had been answered, the researcher gave suggestions or recommendations to basketball players to use the youtube media especially the Ilovebasketballtv channel as a learning medium. This channel provides education about good and correct basketball techniques.

Keywords: reception analysis, the role of media, tutorials

ABSTRAK

Media massa merupakan alat penyampai pesan dari komunikasi massa. Media massa mulai berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Sekarang ini media massa memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup masyarakat. Youtube merupakan database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. IlovebasketballTV merupakan salah

satu dari ratusan juta channel yang ada di youtube. Channel ini memberikan konten-konten yang menarik seputar olah raga basket, berbagai resepsi muncul mengenai konten-konten yang disediakan. Termasuk resepsi UKM Basket Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengenai konten-konten yang diterima sebagai media tutorial. Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu Mendeskripsikan dan menganalisa tentang resepsi anggota UKM Basket Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengenai peran channel Youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *Encoding-Decoding* sebagai teori. Metode yang digunakan adalah tipe penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang pada umumnya menekankan analisis proses dengan berfikir secara deduktif dan induktif. Jenis penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang

Setelah dilakukannya penelitian pada anggota-anggota UKM Basket, peneliti mendapatkan hasil penelitian. Dalam penerimaan pesan dan kode-kode yang diberikan oleh produsen penyaji melalui konten-konten yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa anggota-anggota UKM Basket dapat menerima pesan yang diberikan oleh produsen tanpa adanya penolakan, tetapi beberapa anggota UKM Basket menerima pesan umum dan melakukan seleksi yang kemudian dicocokkan kedalam konteks yang lebih terbatas. Sehingga terjadi keseimbangan antara posisi hegemonik dan posisi negosiasi.

Pada akhir penelitian ini setelah semua data yang diperlukan sudah didapatkan dan rumusan masalah sudah terjawab, maka peneliti memberikan saran atau rekomendasi kepada pemain basket agar menggunakan media youtube khususnya channel Ilovebasketballtv sebagai media pembelajaran. channel ini memberikan edukasi mengenai teknik-teknik basket yang baik dan benar.

Kata Kunci: analisis resepsi, peran media, tutorial

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media massa merupakan alat penyampai pesan dari komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses dimana komunikator menggunakan media massa sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan berbagai cara. Media massa mulai berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Sekarang ini media massa memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup masyarakat. Dalam buku “Media Massa dan Masyarakat Modern”, dituliskan media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari orang Amerika pada umumnya, sehingga mereka sulit membayangkan hidup tanpa media, tanpa koran pagi, tanpa majalah Time, tanpa komik atau tanpa televisi (William, 2003).

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Melalui media massa yang semakin berkembang memungkinkan informasi dengan mudah berkembang masyarakat. Sehingga mempengaruhi gaya hidup, cara pandang, dan budaya masyarakat tersebut. Salah satu karakter budaya massa dalam komunikasi massa adalah non-tradisional yaitu, umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. Budaya ini lebih cenderung menonjolkan kepopulerannya. Salah satu bentuk media massa adalah media sosial youtube (Bungin, 2006:77-78).

Seiring perkembangan dunia teknologi informasi, inovasi teknologi informasi sudah mulai hadir melalui *smartphone* android, yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang berada di tempat jauh, seiring itu pula hadirnya berbagai aplikasi yang mendukung perkembangan

teknologi informasi tersebut. Salah satunya adalah aplikasi youtube, yang memberikan kemudahan masyarakat dunia untuk mendapatkan informasi yang luas (David, dkk. 2017).

Youtube adalah salah satu penyedia layanan video terbesar saat ini dan memiliki fitur *upload* secara gratis. youtube membuat para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis, youtube juga sangat cocok untuk mencari informasi tanpa harus membaca artikel. Pada umumnya, video-video di youtube adalah video klip, acara TV, film, serta video buatan para penggunanya sendiri. Manfaat lain dari pengguna youtube adalah bahwa isinya dapat disiarkan kepada jutaan pemirsa. Youtube tersedia hampir setiap negara di dunia dan di setiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang di dunia.

Tayangan youtube memang populer di kalangan pelajar atau mahasiswa salah satu fungsinya adalah menghibur. Menghibur bisa dijabarkan sebagai penghilang stres, pengundang tawa, serta pengisi waktu santai. Youtube tidak hanya berperan sebagai media penghibur saja, melainkan juga dapat dijadikan sebagai media edukasi bagi penggunanya. Youtube juga bisa menjadi salah satu sumber penghasilan, tetapi mendapatkan penghasilan di youtube tidak semudah mengunggah video ke dalam channel youtube. Seorang konten kreator dituntut agar mendapatkan 1.000 *Subscriber* dengan 4.000 jam tayang selama satu tahun. Setelah itu pemilik channel harus mendaftarkan diri ke youtube “AdSense” agar bisa mendapatkan penghasilan. Dengan terdapatnya channel pada youtube AdSense, maka akan ada pendapatan dari iklan-iklan yang di tayangkan pada channel tersebut. Semakin banyaknya like dan *subscriber* maka makin banyak iklan yang mempercayai channel anda untuk menayangkan iklan tersebut. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun youtube sebagai lapangan pekerjaan.

Dalam hal ini faktor pendukung peneliti mengambil objek Konten youtube “IlovebasketballTV”, dikarenakan channel youtube ini banyak digemari pemain basket dan channel ini sudah banyak diketahui oleh pebasket-pebasket di Indonesia, terutama para remaja. Peneliti ingin meneliti anggota UKM basket Universitas 17 Agustus Surabaya karena mereka salah satu penonton konten-konten dari channel tersebut, mereka pun merasakan manfaat setelah menonton video dan mempraktekannya pada saat latihan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis resepsi anggota Ukm basket mengenai peran channel tersebut, sehingga peneliti menggunakan judul “**Analisis Resepsi Mengenai Peran Channel Youtube “IlovebasketballTV” Sebagai Media Tutorial Anggota UKM Basket Universitas 17 Agustus Surabaya**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana resepsi anggota Ukm basket Universitas 17 Agustus mengenai peran channel Youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan diatas, akan terdapat tujuan penelitian dari rumusan masalah yang ada yaitu:

Mendesripsikan dan menganalisa tentang resepsi anggota Ukm basket Universitas 17 Agustus mengenai peran channel Youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu, dapat menjadi acuan mahasiswa Universitas 17 Agustus Surabaya atau kampus lain, sebagai bahan referensi melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis resepsi peran media sosial (Youtube).

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis manfaat praktis yang diharapkan adalah dapat mengembangkan seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh sehingga memperluas wawasan dan sekaligus menguasai konsep pengetahuan secara empirik mengenai penerapan fungsi ilmu komunikasi yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan.
- b. Bagi Pembaca berguna sebagai penambah informasi terhadap peran channel Youtube sebagai media sosial yang menghibur.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

NO	Nama (Tahun)	Judul	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1.	Retna Sari Nurazizah (2017)	Analisis Resepsi pada Channel Game Reza Oktovian.	Komunikasi Massa <i>Tecnological Determinism Theory</i>	Metode penelitian deskriptif kualitatif	Penelitian ini menggunakan hipotesis untuk memaknai isi media. 1. <i>Dominant-hegemonic reading</i> , 2. <i>Negotiated reading</i> , 3. <i>Opositional "Counter" hegemonic reading</i> . Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar khalayak berada pada posisi <i>negosiasi</i> atau <i>negotiated position</i> khalayak setuju, akan tetapi mereka memiliki sudut pandang yang berbeda. Menilai makna channel game Reza Oktovian untuk hiburan akan tetapi sangat buruk untuk pendidikan generasi muda. Media massa youtube sangat berpengaruh buruk jika tidak di batasi untuk konten dan juga ruang publik sangat dibutuhkan untuk mengeluarkan aspirasi untuk khalayak agar konten di youtube lebih mengedukasi.
2.	Choirul Bariyah (2018)	Analisis Resepsi Khalayak tentang <i>LETTERING CAPTURE</i> dalam <i>OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM @SUB.LETTER</i> (Studi Followers)	Teori <i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian adalah analisis resepsi khalayak dalam memaknai lettering capture dalam official account instagram @sub.letter bervariasi. Khalayak yang menganggap bahwa lettering capture dalam official account instagram @sub.letter sebagai media informasi mengenai komunitas (dominant hegemonic position). Namun disisi lain khalayak memaknai bahwasanya selain sebagai media informasi, lettering capture dalam official account instagram @sub.letter juga dimaknai sebagai media partner dalam acara workshop atau sebgainya (negotitated position). Sedangkan khalayak yang

NO	Nama (Tahun)	Judul	Teori	Metode	Hasil Penelitian
		<i>Account Instagram @SUB.LET TER</i>			memaknai bahwasanya lettering capture dalam official account instagram @sub.letter sebagai sesuatu hal yang berbeda atau bertolak belakang dengan apa yang ingin disampaikan oleh official account instagram @sub.letter tidak ada.

Landa⁴⁵n Teori

Teori Komunikasi Massa McQuail

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa. Dimana media massa merupakan alat teknologi modern yang dihasilkan untuk mampu menjangkau khalayak. Sangat penting untuk memahami terlebih dahulu pengertian massa dalam perspektif umum dan dalam perspektif komunikasi massa itu sendiri. Massa dalam komunikasi massa menunjuk penerima pesan yang berkaitan dengan media massa, dengan kata lain massa yang sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Maka dapat disebut seperti penonton, audiens, pemirsa atau pendengar (Nurudin, 2015: 110).

McQuail (1987) menyebutkan ciri-ciri khusus institusi (lembaga) media massa sebagai berikut:

- a. Memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya. Upaya tersebut merupakan respon terhadap kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.
- b. Menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain: dari pengirim ke penerima, dari anggota audien ke anggota audien lainnya, dari seseorang ke masyarakat dan institusi masyarakat terkait. Semua itu bukan sekedar saluran fisik jaringan komunikasi, melainkan juga merupakan saluran tatacara dan pengetahuan yang menentukan siapakah sebenarnya yang patut atau berkemungkinan untuk mendengar sesuatu dan kepada siapa ia harus mendengarnya.
- c. Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima (atau dalam kondisi tertentu sebagai pengirim). Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik (opini publik) dan ikut berperan membentuknya (bukan masalah pribadi, pandangan ahli, atau penilaian ilmiah).
- d. Partisipasi anggota audien dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela, tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial. Bahkan lebih bersifat suka rela dari pada beberapa institusi lainnya, misalnya pendidikan, agama atau politik. Partisipasi anggota audien lebih mengacu pada mengisi waktu senggang dan santai, bukannya berkenaan dengan pekerjaan dan tugas. Hal tersebut dikaitkan juga dengan ketidak berdayaan formal institusi media: media tidak dapat mengandalkan otoritasnya sendiri dalam masyarakat, serta tidak mempunyai organisasi yang menghubungkan pemeran-serta "lapisan atas" (produsen pesan) dan pemeran-serta "lapisan bawah" (audien).
- e. Industri media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan.
- f. Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media,

mekanisme hukum, dan pandangan-pandangan menentukan yang berbeda antara negara yang satu dengan lainnya.

Teori New Media

A. Konsep New Media (Media Baru)

Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari oleh masyarakat sekarang. Pergeseran teknologi tradisional ke tradisional digital (seperti komputer, telepon, dan lain-lainnya) membawa perubahan yang besar bagi masyarakat dan juga mempengaruhi cara komunikasi masyarakat. Media baru sudah digunakan dari tahun 1960 dengan menggunakan seperangkat teknologi komunikasi yang setiap tahunnya berkembang. Media baru merupakan bagian dari teknologi komunikasi.

McLuhan (1964 dalam Mudjiyanto, 2017) berpendapat bahwa teknologi komunikasi memiliki peran penting dalam lingkungan masyarakat dan membawa budaya baru berupa perubahan media cetak (koran, majalah dan tabloid) ke media elektronik (radio dan televisi). Kini masyarakat menyebut media cetak dan media elektronik sebagai media konvensional karena pesan yang disampaikan dengan cara *one to many people* (satu untuk semua orang) sehingga *new media* sekarang dikenal dengan sebutan internet yang sifatnya lebih interaktif karena mampu menyampaikan pesan dengan cara terbuka.

Internet menjadi salah satu bagian dari *new media* yang membawa perubahan besar dalam komunikasi massa. Internet merupakan *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer di dunia dan membentuk suatu komunitas virtual yang dikenal sebagai *global village* (Tamburaka, 2013:75). Media baru hadir ditengah masyarakat sebagai bentuk kebaruaran dari media lama. Pada akhirnya media baru lebih banyak yang digunakan oleh masyarakat sekarang dibandingkan dengan media lama. Dalam bukunya Tamburaka (2013:74) terdapat enam yang membedakan media baru dengan media lama yang dikemukakan oleh McQuail (2001), yaitu:

Tabel 2.2 Perbedaan media lama dengan media baru

No	Media Lama	Media Baru (<i>New Media</i>)
1	Hanya satu pembicara	Semua memiliki kesempatan untuk berbicara
2	<i>One way communication</i>	<i>To way communication</i>
3	Di bawah kontrol negara	Di luar kontrol negara (bisa dinikmati siapapun)
4	Memproduksi lapisan sosial	Memproduksi konsep demokratis
5	Memagi posisi <i>audience</i>	Posisi <i>audience</i> sejajar
6	Membentuk kebingungan sosial	Berorientasi pada individu

Sumber: Tamburaka (2013:74)

Dalam bukunya Nasrullah (2015:1) menurut Hunter (2002) kehadiran *new media* atau media baru dapat memberikan informasi sebagai sesuatu yang mudah untuk dicari dan bersifat terbuka. Pengertian *new media* menurut Mondry (2008:13) *new media* merupakan media dengan menggunakan internet serta berbasis teknologi, bersifat fleksibel, interaktif dan fungsi secara privat maupun non-privat. Menurut Creeber & Martin (2009:2) *new media* sebagai produk dari komunikasi yang termediasi oleh teknologi bersamaan dengan komputer digital. Sedangkan menurut McQuail (2011:43) *new media* merupakan perangkat teknologi komunikasi yang baru digunakan dengan digitalisasi untuk penggunaan pribadi sebagai media komunikator dan komunikan.

Youtube

Pada abad ke-20 *new media* muncul sebagai cakupan dari media konvensional, teknologi komputer, dan internet yang digabungkan dan berkesinambungan. Sejak menggunakan teknologi web 2.0, internet telah menjadi lebih interaktif dimana semua orang dapat berperan serta di dalam dunia internet. Dalam aktivitas dan proses komunikasi bermedia internet terdapat pertukaran data melalui komputer, namun pada dasarnya tetap melibatkan manusia sebagai pemberi konteks atau situasi pada aktivitas dan proses komunikasi tersebut.

Pemberian konteks oleh manusia dalam bermedia tersebut dimaknai sebagai sebuah bentuk media interaktif, yang didalamnya meliputi konteks individual, group, organisasi, massa dan sosial, seperti jejaring sosial atau sosial media (Thurlow, dkk. 2004).

Marshall McLuhan mendefinisikan media sebagai "*human extension*" perangkat teknis untuk memperluas sistem saraf di seluruh alam semesta, yang memungkinkan kita untuk memperluas indra kita melampaui jangkauan ingkungan geografis tubuh kita, mengennalkan kita kepada orang dan tempat, pemandangan, dan suara dimana manusia tidak memiliki kesempatan secara langsung untuk merasakannya. Jika yang dimaksud dengan media tersebut diperantarai oleh rangkaian sistem kerja elektronik, hal tersebut dapat dimaknai sebagai *new media* audio-visual.

Berdasarkan pengertian McLuhan tersebut, youtube berfungsi sebagai "remediasi" televisi di abad ke-21 dengan beragam keunggulan yang memungkinkan manusia berinteraksi secara aktif, sehingga dapat membentuk keterikatan dengan audiens berupa komunitas yang aktif di dunia maya maupun dunia nyata. Komunitas yang terbentuk di youtube merupakan elemen masyarakat kreatif yang lebih interaktif daripada yang di produksi televisi selama paruh kedua abad ke-20. Manovich memahami publik ini dalam hal "dinamika budaya Web 2.0 inovasi konstan, energinya dan ketidakpastiannya" (Manovich, 2002).

YouTube merupakan sebuah aplikasi situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain (Brad & Debra, 2009).

Analisis Resepsi

Definisi dari Analisis Resepsi adalah pemaknaan dan pemahaman dari suatu peristiwa dalam suatu media yang kemudian di interpretasikan oleh para individu. Analisis resepsi juga berarti bahwa teks media mendapatkan makna pada saat peristiwa penerimaan, dan bahwa khalayak secara aktif memproduksi makna dari media dengan menerima dan menginterpretasikan teks-teks sesuai posisi-posisi sosial dan budaya mereka.

Analisis resepsi juga merupakan perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Analisis ini merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek wacana dan budaya khalayaknya. Jadi dengan kata lain khalayak disini berperan sebagai penerima pesan, berperan aktif dalam melakukan kritik terhadap pesan yang disampaikan melalui media misalnya berupa foto atau gambar (Adi, 2012:7).

Analisis khalayak atau audiens digunakan untuk memahami proses pembuatan makna (*making meaning process*), yang dilakukan oleh audiens ketika mengkonsumsi tayangan atau melihat *channel* youtube. Analisis resepsi yang digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap dan makna yang diproduksi dan dibentuk oleh penonton terhadap karya sebuah video atau cuplikan. Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif

yaitu khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi makna dalam proses penerimaan konten media massa menggunakan teori “*Encoding dan Decoding*” (Ida, 2014:163).

A. Teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall

Teori *encoding-decoding* merupakan teori yang menekankan pada peran penerima atau pembaca atau khalayak dalam menerima sebuah pesan, bukan pada pengirim pesan. Pengertian atau pemaknaan khalayak ini juga bergantung pada latar belakang sosial budaya dan pengalaman hidup penerima pesan, dari sini terlihat bahwa makna dalam sebuah pesan itu dibentuk dari hubungan sebuah pesan dengan penerima pesan itu sendiri. Encoding bisa dikatakan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh sumber untuk menerjemahkan sebuah pesan agar dapat diterima oleh pembaca.

Stuart Hall berpendapat bahwa produksi (*encoding*) pesan merupakan tahap awal dari proses menciptakan pesan, dan proses belumlah berakhir sampai pesan tersebut diresepsi (*decoding*). Hall berpendapat bahwa semua pesan telah dikodekan ke dalam pesan yang disukai (makna secara hegemonik dominan dengan yang diharapkan produsen), tetapi makna yang disukai tidak selalu berhasil.

Encoding dalam proses komunikasi tidak hanya berlangsung satu kali, namun bisa terjadi beberapa kali. Dalam percakapan melalui telepon, proses *encoding* terjadi dua kali, pembicara melakukan enkoding terhadap gelombang suara yang dikeluarkan pembicara. Kemampuan untuk melakukan *encoding* ini berbeda-beda untuk setiap orang, ada yang sangat mahir memilih kata-kata sehingga menghasilkan kalimat yang bagus dan mengesankan. Para orator ulung memiliki kemampuan *encoding* yang sangat baik, namun lebih banyak lagi orang-orang yang tidak memiliki kemampuan *encoding* ini. Kemampuan enkoding juga berbeda-beda untuk setiap teknologi (Morrisan, 2013:18-19).

METODE PENELITIAN

20 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan usaha untuk menentukan, mengembangkan, dan melakukan klarifikasi suatu peristiwa atau suatu pengetahuan dengan menggunakan metode-metode penelitian, sehingga dapat menentukan tingkat hasil penelitiannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Djamal (2015: 9), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Sedangkan penelitian deskriptif menurut Sugiono (2005: 11) adalah penelitian yang menggambarkan suatu keadaan, permasalahan, dan fakta-fakta yang ada di lapangan.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana persepsi anggota Ukm basket Untag Surabaya mengenai peran channel “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial basket.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan (Moleong, 2010). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Analisis Resepsi Mengenai Peran Channel Youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial anggota Ukm basket Untag Surabaya” yang objek utamanya adalah persepsi anggota Ukm basket mengenai peran channel youtube sebagai media tutorial.

Lokasi Penelitian

67

Penelitian dilakukan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, di UKM basket. Hal tersebut dilakukan berdasarkan topik yang diteliti terkait dengan skripsi yang ditulis peneliti. Selain itu, di lokasi tersebut banyak anggota UKM basket yang menonton channel-channel olahraga yang ada di youtube sehingga dapat mendukung penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenis penelitian ini, pada dasarnya terdapat dua klasifikasi data antara lain:

22

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Data primer yang diterima dari lokasi peneliti⁶⁶ melalui wawancara sumber atau informan yang berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan (Lofland dalam Moleong, 2006: 157). Data primer yang digunakan berupa data dengan hasil wawancara dengan anggota UKM basket Universitas 17 Agustus 1945.

2. Data Sekunder²¹

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen-dokumen yang ada (Sugiyono, 2008: 129).

Teknik Pengumpulan Data²⁵

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data untuk penelitian peran channel “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial terdiri dari dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

5

Wawancara menurut Moleong (2009:186) adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. *In-depth interview* (wawancara mendalam) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai dengan menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan pada narasumber yaitu anggota UKM basket Universitas 17 Agustus 1945.

2. Dokumentasi

Teknik Dokumentasi adalah teknik pengumpulan informasi yang didapat dari dokumen, yakni penggalan arsip-arsip, ijazah, rapor, catatan biografi, surat, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan masalah yang diteliti oleh peneliti (Pohan 2007:74)

33

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi. Analisis resepsi merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mencoba mengkaji secara mendalam proses aktual di mana wacana media diasimilasikan melalui praktek

wacana dan budaya khalayaknya. Menurut Jensen (dalam Pujileksono, 2015:173) ada tiga tahapan dalam metode resepsi ini yaitu:

1. Mengumpulkan data

Mengumpulkan data dari khalayak. Data dihimpun melalui wawancara mendalam. Wawancara berlangsung untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu menstimulasi wacana yang berkembang dalam diri khalayak. Hal ini mensyaratkan adanya pengetahuan tentang pesan pada diri khalayak yang diteliti. Tanpa adanya pengetahuan terhadap pesan, tidaklah mungkin khalayak mampu memahami dan memaknainya.

2. Analisis

Menganalisis hasil atau temuan dari wawancara. Setelah wawancara sebagaimana langkah pertama dilakukan maka tahap berikutnya, peneliti mengkaji catatan wawancara tersebut yang berupa transkrip wawancara yang di dalamnya dapat disarikan berbagai kategori pernyataan., pertanyaan, komentar dan sebagainya. Dalam tahap ini peneliti memanfaatkan teknik triangulasi data dalam rangka untuk melakukan coding terhadap hasil wawancara.

3. Interpretasi dan Resepsi

Tahap ini peneliti melakukan interpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya. Menjadi catatan disini bahwa seorang peneliti tidak sekedar mencocokkan model pembacaan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengelaborasi dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian sesungguhnya.

Keabsahan Data

Penelitian Kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui kebebasan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam peneliti³¹ ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Yang dimaksud triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007:330). Dalam memenuhi keabsa¹⁵n data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber, triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2004:178-179).

DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek

Profil³ KM basket Universitas 17 Agustus

Basket adalah olahraga bola berkelompok yang terdiri atas dua tim yang beranggotakan masing-masing lima orang yang saling bertanding mencetak poin dengan memasukkan bola ke dalam keranjang lawan. Basket ini sangat terkenal di negara Amerika Serikat.

UKM adalah singkatan dari Unit Kegiatan Mahasiswa, UKM menjadi salah satu wadah untuk mengembangkan potensi-potensi di luar akademik dari mahasiswa atau mahasiswi yang memiliki potensi lebih di bidang non akademik. UKM Basket Universitas 17 Agustus (Untag) merupakan salah satu bentuk wadah bagi mahasiswa atau mahasiswi yang berpotensi di bidang non akademik.

UKM Basket untag sendiri sudah berdiri sejak tahun 90an, awal mula berdirinya ukm ini adalah perkumpulan dari beberapa mahasiswa yang hobi bermain basket. setelah sekian lamanya berkumpul akhirnya mereka bergotong-royong untuk membuat suatu lapangan yaitu lapangan basket di depan fakultas hukum, dari sana ukm basket ini mulai hidup dan berkembang, sampai mereka mengikuti perlombaan pertamanya yaitu perlombaan antar universitas dan meraih juara satu. Setelah berhasil menang dan meraih juara, banyak pemain basket ukm yang lulus dan meninggalkan Surabaya untuk bekerja

Lokasi Latihan UKM basket Universitas 17 Agustus

Lokasi latihan atau lokasi tempat penelitian ini dilakukan berada di Universitas 17 Agustus yang terletak di depan fakultas hukum. Peneliti melakukan penelitian sesudah agenda latihan selesai, sehingga peneliti bisa menanyakan lebih luas tentang penelitian yang sedang diteliti.

PENYAJIAN DATA LAPANGAN

Penyajian data penelitian deskriptif kualitatif ini adalah peneliti akan menjabarkan data-data yang diperoleh langsung dilapangan mengenai rumusan masalah yang telah dijabarkan pada sub-bab sebelumnya, yakni analisis resepsi mengenai peran channel youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial anggota UKM basket Universitas 17 Agustus.

Data-data hasil penelitian ini diperoleh dari teknik wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa anggota UKM basket Universitas 17 Agustus yang pernah menonton channel youtube “IlovebasketballTV”.

Dalam penelitian ini fokus penelitiannya adalah analisis resepsi mengenai peran channel youtube “IlovebasketballTV” yang berguna sebagai media tutorial bagi anggota-anggota UKM basket Universitas 17 Agustus. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini juga merupakan fakta dan informasi yang berkesinambungan dengan fokus di penelitian ini meskipun terdapat beberapa informan yang masih belum terlalu mengenal channel “IlovebasketballTV”.

PENJELASAN

Berdasarkan data hasil dari wawancara yang di peroleh peneliti, peneliti akan membahas mengenai analisis resepsi mengenai peran channel youtube “IlovebasketballTV” sebagai media tutorial anggota UKM basket Universitas 17 Agustus yang mengacu pada *encoding-decoding*.

Berdasarkan teori ini, Stuart Hall menjelaskan bahwa encoding-decoding merupakan teori yang menekankan pada peran penerima atau pembaca atau khalayak dalam menerima ²⁶ sebuah pesan, bukan pada pengirim pesan. Pengertian atau pemaknaan khalayak ini juga bergantung pada latar belakang sosial budaya dan pengalaman hidup penerima pesan, dari sini terlihat bahwa makna dalam sebuah pesan itu dibentuk dari hubungan sebuah pesan dengan penerima pesan itu sendiri.

Stuart Hall mengenalkan tiga posisi yang muncul dari proses decoding audiens terhadap pesan yaitu: (1) *The Dominant-Hegemonic Poisition*, khalayak menerima, mengakui dan setuju dengan makna yang dikehendaki, tanpa ada penolakan dan menghasilkan pesan yang dominan ketika pesan tersebut diproduksi oleh produsen. (2) *The Negotiated Position*, khalayak mengakui keabsahan dan pengaruh dari makna cara berfikir sendiri. Mereka mencampur interpretasi mereka dengan pengalaman sosial tertentu yang pernah mereka alami. (3) *The Oppositional Position*, khalayak yang memahami makna pesan yang tersirat dalam produk media yang mereka konsumsi, memiliki interpretasi yang berbeda.

4.3.1 The Dominant-Hegemonic Poosition

Hall dalam (Avriyanty, 2012:13) Mengatakan bahwa *The Dominant-Hegemonic Poosition* ialah audiens yang termasuk dalam klasifikasi ini memahami isi pesan secara apa adanya. Dengan kata lain, audiens sejalan dengan kode dominan yang dari awal berusaha dibangun oleh pengirim pesan. Hal ini merupakan contoh ideal penyampaian pesan yang transparan karena respon audiens dianggap sesuai dengan harapan pengirim pesan.

Posisi dominan hegemoni pada penelitian ini adalah ketika anggota UKM Basket menerima semua pesan yang disampaikan dari pengirim pesan secara mentah-mentah, tanpa adanya masukan atau bantahan dari anggota UKM Basket terhadap konten-konten yang dijelaskan dalam channel IlovebasketballTV. Mereka berpendapat bahwa channel IlovebasketballTV ini merupakan channel yang baik untuk acuan pembelajaran anggota UKM basket, sehingga mereka menyetujui makna pesan yang diberikan dari konten-konten tersebut.

Seperti salah satu anggota UKM Basket yang bernama Muhammad berpendapat bahwa teknik-teknik yang di jelaskan dalam channel IlovebasketballTV sudah benar, channel ini mengajarkan bagaimana cara bermain basket dengan benar. Di dalam konten-kontennya juga terdapat teknik-teknik untuk memperbaiki *fundamental* yang sangat penting untuk di perhatikan.

Sama dengan Muhammad, Fahad Ramadhan pun berpendapat bahwa konten-konten yang diberikan pada channel ini sangatlah efektif, karena konten-konten yang disajikan lebih dominan pada teknik-teknik dasar yang di sempurnakan. Sehingga menurutnya channel ini sangatlah efektif, hanya saja tergantung pemain dan situasi di lapangan.

Dari dua hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kode-kode yang dibangun oleh penulis berhasil sampai pada anggota-anggota UKM Basket dan sesuai dengan harapan dari penulis. Pada hasil wawancara di atas anggota UKM Basket mendukung adanya kode-kode atau pesan yang di sampaikan oleh penulis.

4.3.2 The Negotiated Position

Posisi ini merupakan posisi kombinasi. Pada satu sisi, audiens dapat menangkap kode dominan yang ada dalam teks namun sebagiannya lagi menolaknya dan mereka melakukan seleksi mana yang cocok untuk diadaptasikan ke dalam konteks yang lebih terbatas atau lokal (Hall 1973 dalam Avriyanty, 2012:13).

Pada wawancara 5 Desember 2019, Fahad Ramadhan berpendapat bahwa kebanyakan anggota-anggota UKM Basket ini memiliki masalah dalam penguasaan teknik dasar dalam bermain basket, karena kurangnya penguasaan teknik dasar dari para anggota UKM Basket maka pelatih memberikan agenda-agenda latihan mengenai teknik-teknik dasar.

Berbeda dengan Fahad, Titus Albana berpendapat bahwa teknik-teknik yang ada di konten-konten tersebut seringkali digunakan pelatih untuk diterapkan pada anak didiknya, banyaknya materi tentang teknik-teknik basket membuat sistem latihan tidak *monoton* itu-itu saja.

Dari pertanyaan yang di tanyakan oleh peneliti, diperoleh data wawancara seperti yang dijelaskan di atas. Dapat di simpulkan bahwa anggota-anggota UKM Basket dapat menerima dan memilih pesan yang bisa di adaptasikan dengan kepentingannya sendiri.

4.3.3 *The Oppositional Position*

Posisi oposisi yaitu ketika khalayak menerima dan telah mengerti baik secara literal maupun konotasi-konotasi yang diberikan, namun khalayak menyandinya dengan bertolak belakang, ini hanya terjadi ketika khalayak memiliki sudut pandang kritis dalam menolak segala bentuk pesan yang disampaikan media dan memilih mengartikannya sesuai dengan pengalaman (Dinanti, 2010:12-13)

Pada penelitian ini adalah anggota UKM yang memberikan interpretasi yang bertolak belakang dengan apa yang diberikan atau disampaikan oleh channel IlovebasketballTV. Pada penelitian ini tidak ada anggota yang memiliki pendapat yang bertolak belakang dengan pesan yang di berikan dari channel ini, semua anggota yang di temui peneliti tidak ada yang memberikan pendapat seperti yang demikian. Karena pesan dari konten-konten yang ada di channel IlovebasketballTV semuanya masih berkesinambungan dan masih jelas maksudnya, sehingga anggota-anggota UKM basket Universitas 17 Agustus bisa menerimanya dengan mudah dan sesuai.

PENUTUP

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori analisis resepsi mengenai peran channel IlovebasketballTV sebagai media tutorial dapat dirumuskan beberapa kesimpulan tentang penerimaan para anggota melalui beberapa point, antara lain sebagai berikut:

Anggota-anggota UKM Basket sebagai khalayak dapat menerima pesan yang disampaikan oleh konten di channel IlovebasketballTV. Hal ini ketika di kaitkan dengan analisis resepsi adalah proses terjadinya *The Dominant-Hegemonic Poisition*, di mana khalayak menerima pesan dari produsen penyedia konten secara mentah-mentah tanpa adanya penolakan sedikitpun. Hal ini menandakan bahwa anggota UKM Basket Universitas 17 Agustus setuju dengan maksud atau tujuan dari konten-konten yang ada pada channel IlovebasketballTV.

Berdasarkan beberapa hasil wawancara anggota-anggota UKM Basket menerima pemikiran umum dari pesan yang diberikan dengan mengadaptasikan pesan tersebut ke dalam lingkungan kesehariannya. Dalam wawancara ini adanya bentuk analisis resepsi *The Negotiated Position* anggota UKM Basket mengenai pesan yang diberikan, karena mereka mengajukan banding dari pesan yang mereka dapat yang kemudian di adaptasikan ke kebiasaannya sehari-hari.

Channel IlovebasketballTV ini menjelaskan teknik-tekniknya dengan jelas, sehingga konten-kontennya masih berkesinambungan, hal ini membuat anggota UKM Basket menerima pesan dari konten ini dengan baik. Dari hasil wawancara pada anggota UKM Basket, tidak ditemukan adanya pendapat yang bertolak belakang dengan pesan yang diberikan oleh channel ini. Hasil wawancara ini tidak menunjukkan adanya proses *The Oppositional Position*, karena anggota-anggota basket menyetujui pesan-pesan yang diberikan oleh channel IlovabsketballTV tanpa adanya pendapat yang bertolak belakang dengan pesan yang disampaikan.

Berdasarkan kesimpulan hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan kembali bahwa dalam kasus ini telah terjadi proses analisis resepsi mengenai peran channel youtube IlovebasketballTV. Proses ini memunculkan pemahaman anggota UKM Basket atau khalayak sesuai dengan tujuan didirikan channel youtube ini, yang mana agar khalayak tertarik dan mudah menangkap pesan ketika moderator menjelaskan tentang teknik-teknik bermain basket.

Pada proses analisis ini terjadi keseimbangan antara *The Dominant-Hegemonic Poisition* dengan *The Negotiated Position*, karena dalam penelitian ini antara informan yang menerima pesan secara mentah-mentah dan informan yang menerima pemikiran umum yang kemudian di

adaptasikan memiliki keseimbangan. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian ini cenderung pada keseimbangan antara analisis resepi dengan teori *The Dominant-Hegemonic Position* dan *The Negotiated Position*.

SARAN

Hasil dari penelitian ini memang masih jauh dari kata sempurna, tetapi berdasarkan penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi yang diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan untuk pertimbangan bagi para pebasket pemula sebagai berikut:

Sebaiknya para pebasket pemula menggunakan channel youtube “ilovebasketballTV” sebagai media pembelajaran bermain basket secara profesional. Channel ini banyak memberikan pelajaran menyangkut bagaimana cara bermain basket yang benar, Di samping itu channel ini juga memberikan pelajaran tentang penerapan strategi dan pola bermain basket yang sesuai dengan konteks dasar permainan basket. Channel ini juga banyak memberikan manfaat bagi pebasket-pebasket muda yang ingin mengembangkan bakatnya di bidang basket, karena channel ini didukung oleh moderator-moderator profesional yang paham akan teknik-teknik basket pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Adi Sukma. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites”. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Adiputra, W. M. 2010. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael 2010. “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”. *Business Horizons*53(1). p.61
- Arifin Anwar, 2003, *Strategi Komunikasi*, Armico, Bandung.
- Avriyanty, Ria. (2012). *Analisis Resepsi Penonton di Youtube Terhadap Konstruksi Gender Dalam Video Musik If I Were A Boy Karya Beyonce Knowles*. Depok, Universitas Indonesia
- Bariyah, C. (2018). *Analisis resepsi khalayak tentang lettering capture dalam official account instagram@ sub. letter: studi followers official account instagram@ sub. letter* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)
- Brad & Debra Scheep.(2009). *How to Make Money with YouTube*.New York: McGraw-Hill Education
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Carol, Noel. 1999. *Philosophy of Art: A Contemporary Introduction – Routledge Contemporary Introductions to Philosophy*, Routledge: London.

- 24 Creeber, G. & Martin, R (ed.). (2009), *Digital Cultures: Understanding New Media, Berkshire-England: Open University Press.*
- 43 Cheppy Riyana. (2007). *Pedoman Pengembangan Media Video*. Bandung: Program P3AI Universitas Pendidikan Indonesia.
- 12 Citra Dinanti, Skripsi, "Pemaknaan Terhadap Nilai "Awet Muda" Dalam Iklan Kosmetik Anti-Aging Oleh Khalayak Perempuan (Studi Pada Iklan Televisi Pond's Age Miracle Versi Donna-Darius)", (Depok: Universitas Indonesia, 2010), Hal. 12-13
- David, Eribka Ruthellia, dkk (2017) yang berjudul "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi" e-journal "Acta Diurna" volume VI, no. 1 tahun 2017.
- 58 Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- 57 Hall, Stuart, 2011, "Encoding/Decoding". Dalam Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe dan Paul Willis (eds.), *Budaya Media Bahasa: Teks Utama Penganalisis Cultural Studies 1972-1979*, terjemahan Saleh Rahmana, Yogyakarta: Jalasutra
- 29
- 48 Hastjarto, S. 2007. *Teknologi Digital dan Dunia Penyiaran. Jurnal Komunikasi Massa*. Vol 1 (1), 39
- Heri Gunawan. 2013. *Kurikulum dan Pembelajaran Agama Islam*, Bandung: Alfabeta.
- 19 Hopkins, Jim (October 11, 2006). "Surprise! There's a third YouTube co-founder". *USA Today*. Diakses tanggal November 2, 2019.
- 42 Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian : Studi Media dan Kajian Budaya*. Jakarta: Kencana
- 23 Lister, M., et al., (ed.), 2009, *New Media: A Critical Introduction, Second Edition*, New York: Routledge.
- Jamilah, E. 2006. *New Media and Society*. Yogyakarta: Pusat Badan Ajar dan e-learning.
- Kertopati, Ton. 1981. *Komunikasi*. Jakarta: Bina Aksara
- 36 Manovich, L. 2002. *The Language of New Media*. Cambridge, MA & London: The MIT Press
- 41 Mangole, Kevin David B., Meity Himpong, and Edmon R. Kalesaran. 2017. *Pemanfaatan Youtube Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa*. *Acta Diurna Komunikasi* 6(4)
- 28 McQuail. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail. 1989. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- 40 McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail edisi 6 buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- 18 Moleong, J. Lexy 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Roda Karya Offset.

- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya
- Morissan. 2013. *Teori komunikasi : individu hingga massa*. Jakarta :Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2003. *Komunikasi Massa*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Nurudin, 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Onnong U. Effendy, 1986, *Dinamika Komunikasi*, Remajakarya, Bandung.
- Pohan, I. S., 2007, *Jaminan Mutu Layanan Kesehatan: Dasar-dasar Pengertian dan Penerapan*, 144-154, Penerbit Buku Kedokteran EGC, Jakarta
- Rakhmat, Jalaludin.1998. *Metode Penelitian*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Sari Nurazizah, R. E. T. N. A. (2017). *Analisis Resepsi Pada Channel Game Reza Oktovian* (Doctoral dissertation, Stikosa-AWS).
- Sugiono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatman, A. T., & Nugroho, C. (2019). *Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal Youtube" yuka Kinoshita"*. eProceedings of Management, 6(1).



ANALISIS RESEPSI MENGENAI PERAN CHANNEL YOUTUBE "ILOVEBASKETBALLTV" SEBAGAI MEDIA TUTORIAL ANGGOTA UKM BASKET UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

% **17**
SIMILARITY INDEX

% **15**
INTERNET SOURCES

% **5**
PUBLICATIONS

% **6**
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 hapsarinarrative.blogspot.com <% **1**
Internet Source

2 apf2019.sis.ac.kr <% **1**
Internet Source

3 www.dediblog.id <% **1**
Internet Source

4 nandaerlika.wordpress.com <% **1**
Internet Source

5 repository.isi-ska.ac.id <% **1**
Internet Source

6 rahadityaaditiraka.blogspot.com <% **1**
Internet Source

7 febrianramadhaan.blogspot.com <% **1**
Internet Source

8 shareilmu-komputer.blogspot.com <% **1**
Internet Source

9	digilib.unimed.ac.id Internet Source	<% 1
10	faradillahtukwain.blogspot.com Internet Source	<% 1
11	idtesis.com Internet Source	<% 1
12	www.digilib.ui.ac.id Internet Source	<% 1
13	jurnal.usu.ac.id Internet Source	<% 1
14	us.wow.com Internet Source	<% 1
15	indratnofaisal.wordpress.com Internet Source	<% 1
16	repository.unika.ac.id Internet Source	<% 1
17	lideronz.blogspot.com Internet Source	<% 1
18	kuliahtantan.blogspot.com Internet Source	<% 1
19	bajaringanabditrass.blogspot.com Internet Source	<% 1
20	tfcadityaqirany.blogspot.com	

Internet Source

<% 1

21

pendidikan-universal.blogspot.com

Internet Source

<% 1

22

de.slideshare.net

Internet Source

<% 1

23

publication.petra.ac.id

Internet Source

<% 1

24

www.rsisinternational.org

Internet Source

<% 1

25

K. Rapiandi Isak Merang, Robert Robert. "Peran Pemuda Karang Taruna Bunga Bakung Dalam Pembangunan Di Desa Metun Sajau Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan Kalimantan Utara", Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN), 2019

Publication

<% 1

26

Submitted to Universitas Pancasila

Student Paper

<% 1

27

ppjp.ulm.ac.id

Internet Source

<% 1

28

Aditya Oktendy Saputra. "MEMAHAMI POLA KOMUNIKASI KELOMPOK ANTAR ANGGOTA KOMUNITAS PUNK DI KOTA SEMARANG", Jurnal The Messenger, 2016

<% 1

29 repository.uksw.edu <% 1
Internet Source

30 tal4mbur4ng.blogspot.com <% 1
Internet Source

31 conference.kuis.edu.my <% 1
Internet Source

32 www.neliti.com <% 1
Internet Source

33 lawazco.blogspot.com <% 1
Internet Source

34 thesis.ummy.ac.id <% 1
Internet Source

35 Tri Rahayu Widyaningrum, Iwan Triyuwono, Ali Djamhuri. "REKONSTRUKSI PENDIDIKAN PERPAJAKAN: SUATU KAJIAN KRITIS TENTANG ETIKA PROFESI DALAM PERSPEKTIF KRITIS KI HADJAR DEWANTARA", Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 2018 <% 1
Publication

36 lachicasonora.com <% 1
Internet Source

37 Agus Widiyarta, Catur Suratnoaji, Sumardjijati Sumardjijati. "POLA PERILAKU MASYARAKAT <% 1

TERHADAP PENGGUNAAN PROGRAM
SURABAYA SINGLE WINDOW (SSW)
SEBAGAI PERIZINAN ONLINE DALAM UPAYA
MENEKAN TINDAKAN KORUPSI, KOLUSI,
DAN NEPOTISME DI SURABAYA", Perspektif
Hukum, 2017

Publication

38

jurnal.unmer.ac.id

Internet Source

<% 1

39

e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id

Internet Source

<% 1

40

datacontohmakalah.blogspot.com

Internet Source

<% 1

41

garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<% 1

42

Khairin Nizomi. "POST MEDIA LITERACY:
SUATU UPAYA PEMBERDAYAAN HIDUP
DITENGAH DUNIA YANG SESAK MEDIA",
Nusantara - Journal of Information and Library
Studies, 2018

Publication

<% 1

43

journal.uny.ac.id

Internet Source

<% 1

44

jurnalaspikom.org

Internet Source

<% 1

- | | | |
|----|---|------|
| 45 | bramsatriaptk.blogspot.com
Internet Source | <% 1 |
| 46 | sarana-konsultasi.blogspot.com
Internet Source | <% 1 |
| 47 | repository.telkomuniversity.ac.id
Internet Source | <% 1 |
| 48 | journal.unair.ac.id
Internet Source | <% 1 |
| 49 | repository.unand.ac.id
Internet Source | <% 1 |
| 50 | Submitted to Rovaniemi University of Applied Sciences
Student Paper | <% 1 |
| 51 | Achmad Lukman Hakim, Catur Septiawan Gunarto. "Analisis Dokumentasi Sistem Manajemen Mutu di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju", Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat, 2018
Publication | <% 1 |
| 52 | bombomdimas.wordpress.com
Internet Source | <% 1 |
| 53 | catatan-perkuliahan-aku.blogspot.com
Internet Source | <% 1 |
| 54 | eprints.mercubuana-yogya.ac.id
Internet Source | <% 1 |

55 lpkabandung.com Internet Source <% 1

56 repositorio.bc.ufg.br Internet Source <% 1

57 indahyoezha.blogspot.com Internet Source <% 1

58 Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper <% 1

59 journal.untar.ac.id Internet Source <% 1

60 myfumo.blogspot.com Internet Source <% 1

61 Submitted to Scottscale Christian Academy Student Paper <% 1

62 nsprawitoschool.files.wordpress.com Internet Source <% 1

63 Submitted to Bath Spa University College Student Paper <% 1

64 suksesusahaduanang.blogspot.com Internet Source <% 1

65 ibuuge.blogspot.com Internet Source <% 1

66 digilib.uns.ac.id

Internet Source

<% 1

67

www.untag-sby.ac.id

Internet Source

<% 1

68

farsyahsht.blogspot.com

Internet Source

<% 1

69

jurnal.umrah.ac.id

Internet Source

<% 1

70

Submitted to Temple University

Student Paper

<% 1

71

sinta2.ristekdikti.go.id

Internet Source

<% 1

72

Amalia Rosyadi Putri. "PENERIMAAN MASYARAKAT KEDIRI PADA ACARA MBAHKARSO DI KSTV KEDIRI", Jurnal Pemikiran Keislaman, 2016

Publication

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF