



Judul Skripsi :

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PENGGUNAAN HUMOR NYELENEH DALAM IKLAN NETFLIX “PARTY DULU BESTIE! NETFLIX PUNYA HARGA BARUUU~”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Nama : Kandiyas Ahmad Kemal

NIM : 2010411163



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Kandiyas Ahmad Kemal
NIM : 2010411163
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Mei 2024

Yang menyatakan,


(Kandiyas Ahmad Kemal)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kandiyas Ahmad Kemal
NIM : 2010411163
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PENGGUNAAN HUMOR NYELENEH DALAM IKLAN NETFLIX “PARTY DULU BESTIE! NETFLIX PUNYA HARGA BARUU~”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Kandiyas Ahmad Kemal

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Kandiyas Ahmad Kemal
NIM : 2010411163
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Penggunaan Humor
Nyeleneh Dalam Iklan Netflix "Party Dulu Bestie! Netflix Punya
Harga Baruuu~"

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dewanto Samodro, M.I.Kom

Penguji 1



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

Penguji 2



Putrawan Yuliandri, S.I.Kom, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 24 Juni 2024

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PENGGUNAAN HUMOR
NYELENEH DALAM IKLAN NETFLIX “PARTY DULU BESTIE!
NETFLIX PUNYA HARGA BARUUU~”**

KANDIYAS AHMAD KEMAL

ABSTRAK

Iklan merupakan media yang efektif dalam pemasaran produk. Setiap perusahaan memiliki pendekatan unik mereka sendiri dalam memperkenalkan produk atau layanannya. Sebagai penyedia layanan *streaming*, Netflix mencoba mempromosikan penurunan harga dengan menggunakan konsep humor yang berbeda. Umumnya, iklan dirancang dengan estetika yang menarik untuk meningkatkan kenyamanan dan daya tarik bagi penontonnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi respon khalayak, terutama pengguna Netflix dari berbagai latar belakang yang berbeda, terhadap iklan Netflix Indonesia berjudul "Party Dulu Bestie! Netflix Punya Harga Baruuu~". Penelitian ini menggunakan teori *Encoding-Decoding* oleh Stuart Hall dan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima informan yang diwawancarai, dua informan mengambil posisi dominan terhadap iklan tersebut, dua informan berada dalam posisi negosiasi, dan satu informan lainnya berada dalam posisi oposisi. Perbedaan dalam pemahaman terhadap iklan ini dipengaruhi oleh faktor latar belakang individu seperti tingkat pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman hidup.

Kata kunci : *Humor, Iklan, Resepsi khalayak*

**AUDIENCE RECEPTION ANALYSIS OF THE USE OF IRREVERENT
HUMOR IN NETFLIX ADVERTISEMENTS “PARTY DULU BESTIE!
NETFLIX PUNYA HARGA BARUUU~”**

KANDIYAS AHMAD KEMAL

ABSTRACT

Advertising is an effective medium for product marketing. Every company has its own unique approach to introducing its products or services. As a streaming service provider, Netflix attempts to promote price reductions with a different humorous concept. Typically, advertisements are designed with appealing aesthetics to enhance comfort and attractiveness for viewers. This study aims to explore audience responses, particularly from Netflix users of diverse backgrounds, to Netflix Indonesia's advertisement titled "Party Dulu Bestie! Netflix Punya Harga Baruuu~". The research employs Stuart Hall's Encoding-Decoding theory and a qualitative approach involving interviews with informants selected based on specific criteria. The research findings indicate that out of the five interviewees, two took a dominant stance towards the advertisement, two were in a negotiation position, and one held an opposing view. Variations in understanding the advertisement were influenced by individual backgrounds such as education level, knowledge, and life experiences.

Keywords : Advertising, Audience reception, Humor

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas semua nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada peneliti. Terima kasih atas berkat-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Penggunaan Humor Nyeleneh Dalam Iklan Netflix “party Dulu Bestie! Netflix Punya Harga Baruu~” ini dapat ini dapat terselesaikan dengan baik.

Meskipun peneliti menghadapi berbagai hambatan dan kesulitan selama proses penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan rendah hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan baik secara finansial maupun moral serta motivasi dan nasihat selama penulisan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing saya yang saya hormati, Mas Dewanto Samodro, M.I.Kom yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing serta mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
3. Semua informan yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam wawancara, yang telah memberikan sudut pandang dan pendapatnya mengenai topik dalam penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh teman, pengajar, serta semua yang terlibat dalam civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan wawasan dan dukungan yang berharga selama proses penulisan skripsi dan selama perjalanan akademik saya secara keseluruhan.

Tangerang, 29 April 2024
Kandiyas Ahmad Kemal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Penelitian	10
2.1.1 Periklanan.....	10
2.1.2 Humor	11
2.1.3 Media sosial	13
2.1.4 Instagram.....	14
2.2 Teori Penelitian	15
2.2.1 Teori Media Baru	15
2.2.2 Teori Encoding dan Decoding Stuart Hall.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian.....	21

3.1.1 Objek Penelitian.....	21
3.1.2 Sejarah Netflix	22
3.1.3 Unit Analisis	23
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Data primer	33
3.3.2 Data Sekunder	33
3.4 Sumber Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Keabsahan Data	37
3.7 Tabel Rencana Waktu	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	38
4.1.1 Subjek Penelitian.....	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Encoding Iklan Netflix Indonesia	40
4.2.2 Pengetahuan dan Pemahaman Informan	47
4.2.3 Pemaknaan Informan Iklan Netflix Indonesia	53
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Resepsi Informan Terhadap Penggunaan Humor Nyeleneh	67
4.3.2 Posisi Resepsi Informan Terhadap Humor Nyeleneh	69
4.3.3 Posisi Resepsi Informan Terhadap Keseluruhan Iklan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Praktis	79
5.2.2 Saran Teoritis	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tangkapan Layar Iklan Netflix Indonesia.....	2
Gambar 2 Gaya Penulisan Tulisan Warna-warni.....	3
Gambar 3 Struktur Teori Encoding-Decoding Stuart Hall	18
Gambar 4 Struktur Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 5 Adegan Iklan DJ Ali Kece	41
Gambar 6 Adegan Dengan Pemeran Sekelompok Pria	42
Gambar 7 Adegan Dengan Pemeran Takiya Edi	43
Gambar 8 Adegan Dengan Pemeran Sekelompok Wanita	45
Gambar 9 Adegan Gabungan Dari Seluruh Pemeran	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Deskripsi Isi Iklan Netflix Indonesia	23
Tabel 2 Rencana Waktu Penelitian	37
Tabel 3 Posisi Resepsi Informan Terhadap Penggunaan Humor Nyeleneh ..	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Dan Pertanyaan Wawancara.....	85
Lampiran 2 Tabel Analisis Coding Pemaknaan Khalayak	87
Lampiran 3 Encoding Iklan Netflix Indonesia.....	101
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara.....	114