

**ANALISIS RESEPSI KONTEN YOUTUBE BERKUALITAS PADA
PLAYLIST DOCUVLOG DALAM KANAL FERRY IRWANDI**

(Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelara Sarjana Strata Satu (S1) Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Padang*



DISUSUN OLEH :

Muhammad Farhan

NIM.19058064/2019

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

DEPARTEMEN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS RESEPSI KONTEN *YOUTUBE* BERKUALITAS PADA *PLAYLIST*
DOCUVLOG DALAM KANAL FERRY IRWANDI
(Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)**

Nama : Muhammad Farhan

NIM/TM : 19058064/2019

Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Departemen : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, November 2025

Mengetahui,

Disetujui oleh,

Dekan FIS UNP,

Pembimbing,



Afriva Khaidir, S.H., M.Hum., MAPA, Ph.D
NIP. 19660411 199003 1 002

AB Sarca Putera, S.Ikom., MA
NIP. 198803292019031005

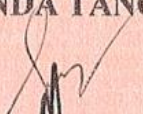
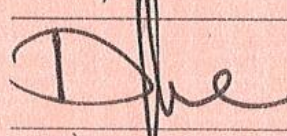
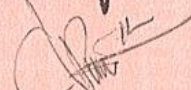
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Senin, 03 November 2025

ANALISIS RESEPSI KONTEN *YOUTUBE* BERKUALITAS PADA *PLAYLIST* *DOCUVLOG* DALAM KANAL FERRY IRWANDI (Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)

Nama : Muhammad Farhan
BP / NIM : 2019/19058064
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Departemen : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, November 2025

TIM PENGUJI	NAMA	TANDA TANGAN
1 Ketua	: AB Sarca Putera, S.Ikom., M.A	
2 Anggota	: Dr. Desy Mardhiah, S.Th.I., S.Sos., M.Si	
3 Anggota	: Ayu Adriyani, M.Sc	

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Farhan
NIM/TM : 19058064/2019
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Departemen : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul "ANALISIS RESEPSI KONTEN YOUTUBE BERKUALITAS PADA *PLAYLIST DOCUVLOG* DALAM KANAL FERRY IRWANDI (Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)" adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari karya orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan Negara.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, November 2025

Mengetahui,
Kepala Departemen,



Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A
NIP. 198305182009122004

Saya yang menyatakan



Muhammad Farhan
NIM. 19058064

ABSTRAK

Muhammad Farhan 2019/19058064 ANALISIS RESEPSI KONTEN YOUTUBE BERKUALITAS PADA PLAYLIST DOCUVLOG DALAM KANAL FERRY IRWANDI (Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang).
Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang pesat di abad ke-21 berdampak besar terhadap kehidupan manusia, khususnya dalam interaksi sosial melalui media digital. Kemunculan era *User Generated Content* (UGC) menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen informasi melalui berbagai platform media sosial seperti *YouTube*. Salah satu konten yang menarik untuk diteliti adalah *Docuvlog* pada kanal *YouTube* Ferry Irwandi, yang menyajikan konten edukatif melalui pendekatan dokumenter dan naratif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan (*reception*) mahasiswa di Kota Padang terhadap konten berkualitas pada *playlist Docuvlog*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi resepsi dan menggunakan teori *encoding-decoding* oleh Stuart Hall. Memberikan gambaran mengenai bagaimana mahasiswa memaknai dan menanggapi konten edukatif yang disajikan, serta memberikan kontribusi terhadap penguatan literasi media digital dalam membentuk masyarakat yang lebih kritis, sadar informasi, dan cerdas dalam mengonsumsi konten di era digital.

Hasil penelitian ini membahas bagaimana Ferry Irwandi sebagai konten kreator membentuk konstruksi realitas konten berkualitas melalui *playlist Docuvlog* di kanal *YouTube*-nya. Proses konstruksi ini dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, yang mencakup tiga tahapan. Pertama eksternalisasi, Ferry Irwandi mengenalkan konsep keilmuan melalui narasi video yang informatif dan terstruktur. Kedua objektivasi, audiens mulai berinteraksi dan membentuk kesepahaman bahwa *Docuvlog* adalah konten yang berkualitas, baik melalui kolom komentar. Ketiga internalisasi, nilai-nilai dan pesan dalam *Docuvlog* diserap dan memengaruhi cara berpikir serta tindakan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital seperti *YouTube* memungkinkan terbentuknya realitas sosial baru, dan Ferry Irwandi berhasil memanfaatkan ruang ini untuk mengonstruksi dan menyebarkan nilai edukatif yang berdampak pada kesadaran kolektif mahasiswa di Kota Padang.

Kata Kunci : Konstruksi Sosial, Konten Berkualitas, *Docuvlog*

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Puji Syukur kehadirat Allah SWT. karena telah memberikan nikmat keberkahan serta karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Analisis Resepsi Konten Youtube Berkualitas Pada Playlist Docuvlog Dalam Kanal Ferry Irwandi (Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)*”. Sholawat beserta salam senantiasa dikirimkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah hingga kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta memberikan pedoman hidup kepada umat manusia yaitu Al-Qur`an dan Hadist.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang. Tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang peneliti hadapi dalam proses penyelesaian penelitian ini, namun berkat niat, kesabaran, semangat serta motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas jasa dosen pembimbing tahap demi tahap dalam pengerjaan dan penelitian skripsi ini dengan penuh dedikasi, berikan banyak pemahaman dan pengalaman yang bermakna dan berharga serta memiliki kesabaran yang sangat besar dalam membimbing peneliti. Bapak AB Sarca Putera, S.Ikom., M.A. kemudian peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Krismadinata. M.T selaku rektor Universitas Negeri Padang yang telah memberikan berbagai fasilitas guna mendukung proses perkuliahan di Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Afriva Khaidir, S.H., M.Hum, MAPA,P.h.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial beserta staf karyawan Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan selama perkuliahan.

3. Ibu Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A selaku ketua Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang yang telah memberikan dukungan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Desy Mardhiah, S.Th.I., S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penasehat Akademik (PA) yang membantu peneliti dalam proses bimbingan seputar perkuliahan.
5. Ibu Ayu Adriyani, M.Sc. selaku tim penguji yang telah memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Muhammad David Hendra, S.I.Kom., M.I.Kom selaku tim penguji yang telah memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Majelis dosen Program Studi Pendidikan Sosiologi yang telah mendidik, membina dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti selama perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu staf pengajar dan staf administrasi Departemen Sosiologi yang telah memberikan ilmu dan berbagai kemudahan dalam menunjang perjalanan kuliah peneliti.
9. Teristimewa kepada Ummi Mega Wati, Ayahanda Wisman, Uni Hanifah serta Muhammad Imron.
10. Ferry Irwandi beserta para informan yang telah memberikan sumbangsih dalam penulisan skripsi ini
11. Teman-teman Sosiologi 2019

Peneliti telah melakukan dengan berkala dalam penelitian skripsi ini. namun peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki banyak kekurangan baik itu dari segi penelitian, isi serta penggunaan kata dan kalimat. Oleh karena itu kritik dan saran yang sangat berharga bagi peneliti guna perbaikan hasil penelitian ini selanjutnya. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan kepada pembaca.

Padang, 13 Mei 2025

Muhammad Farhan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR DIAGRAM	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Kerangka Teoritis.....	12
B. Batasan Konseptual.....	18
1. Media Sosial.....	18
2. <i>YouTube</i>	22
3. Konten Berkualitas.....	23
4. <i>Docuvlog</i>	25
C. Kerangka Pikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Informan Penelitian.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Keabsahan Data.....	34
F. Teknik Analisa Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
A. Profil Konten Kreator Ferry Irwandi.....	39
1. Profil Ferry Irwandi.....	39

2. Kanal <i>YouTube</i> Ferry Irwandi	39
B. Resepsi Mahasiswa di Kota Padang terhadap Konten <i>Docuvlog</i>	44
1. Konstruksi Konten <i>YouTube</i> Berkualitas melalui <i>Docuvlog</i>	44
2. Proses Encoding Decoding	59
3. Hasil Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Konten <i>Docuvlog</i>	64
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 4. 1 Playlist Konten Video Kanal YouTube Ferry Irwandi.....</i>	<i>40</i>
<i>Tabel 4. 2 Pertumbuhan Jumlah Subscriber Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	<i>43</i>
<i>Tabel 4. 3 Pertumbuhan Jumlah Views Kanal YouTube Ferry Irwandi.....</i>	<i>43</i>
<i>Tabel 4. 4 Komentar Audiens terhadap Konten Video Ferry Irwandi.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabel 4. 5 Informan Penelitian</i>	<i>61</i>

DAFTAR DIAGRAM

<i>Diagram 4. 2 Playlist Konten Kanal YouTube Ferry Irwandi.....</i>	41
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 4. 1 Laman Social Blade Kanal Ferry Irwandi</i>	40
<i>Gambar 4. 2 Playlist Konten Video Pada Laman YouTube Ferry Irwandi</i>	42
<i>Gambar 4. 3 Grafik Pertumbuhan Jumlah Subscriber Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	43
<i>Gambar 4. 4 Grafik Pertumbuhan Jumlah Views Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	43
<i>Gambar 4. 5 Thumbnail Konten Video Penjelasan Sistem Pemilu Amerika Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	46
<i>Gambar 4. 6 Thumbnail Konten Video Warga Sipil Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	47
<i>Gambar 4. 7 Thumbnail Konten Video Membedah Kapitalisme Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	48
<i>Gambar 4. 8 Thumbnail Konten Video Hidup Tanpa Social Media dan Bahagia Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	49
<i>Gambar 4. 9 Thumbnail Konten Video Berjudul KPR : Membedah Mekanisme Cicilan, Pajak, dan Asuransi agar Tidak Rugi Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	51
<i>Gambar 4. 10 Thumbnail Konten Video Gelap & Terang Korea Selatan (GDP, Ekonomi dan Rasisme) Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	51
<i>Gambar 4. 11 Thumbnail Konten Video Vertical Tiki Taka Timnas STY Hancurkan Raksasa Asia (Australia, Yordania, Dan Korea) Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	52
<i>Gambar 4. 12 Thumbnail Konten Video Dampak DAHSYAT C.Ronaldo Terhadap Ekonomi Dan Bisnis Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	52
<i>Gambar 4. 13 Thumbnail Konten Video Messi Bakat Ronaldo Kerja Keras? Pikir Lagi! Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	52
<i>Gambar 4. 14 Thumbnail Konten Video Memahami Filsafat Stoikisme Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	55
<i>Gambar 4. 15 Thumbnail Konten Video Arab Spring Part II Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	57
<i>Gambar 4. 16 Thumbnail Konten Video Bagaimana BIGMAC Mengukur Ekonomi di Seluruh Dunia Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	58
<i>Gambar 4. 17 Thumbnail Konten Video Mbappe Mengubah Pemilu di Prancis Pada Kanal YouTube Ferry Irwandi</i>	58

BAB I

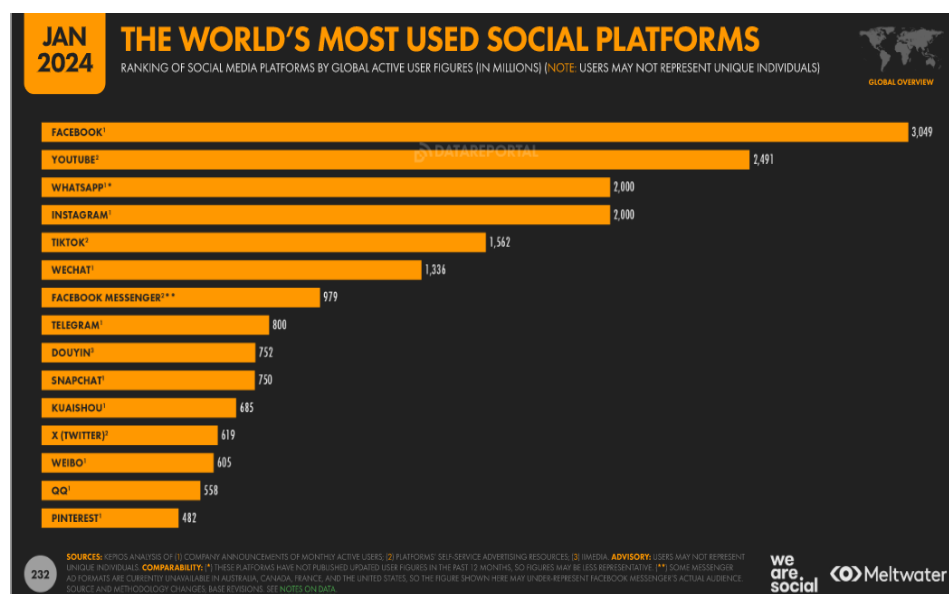
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) hingga abad ke-21 ini berkembang begitu cepat hingga berdampak besar kedalam kehidupan manusia. Dalam berinteraksi, masyarakat sudah tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Hadirnya teknologi *smartphone* atau *digital mobile* yang terhubung oleh jaringan internet sangat mempermudah masyarakat dalam bertukar pesan dan informasi. Hal ini semakin dipermudah dengan lahirnya berbagai macam aplikasi media sosial yang dapat diakses di berbagai perangkat digital (Abu Dzar Al Ghifari et al., 2021).

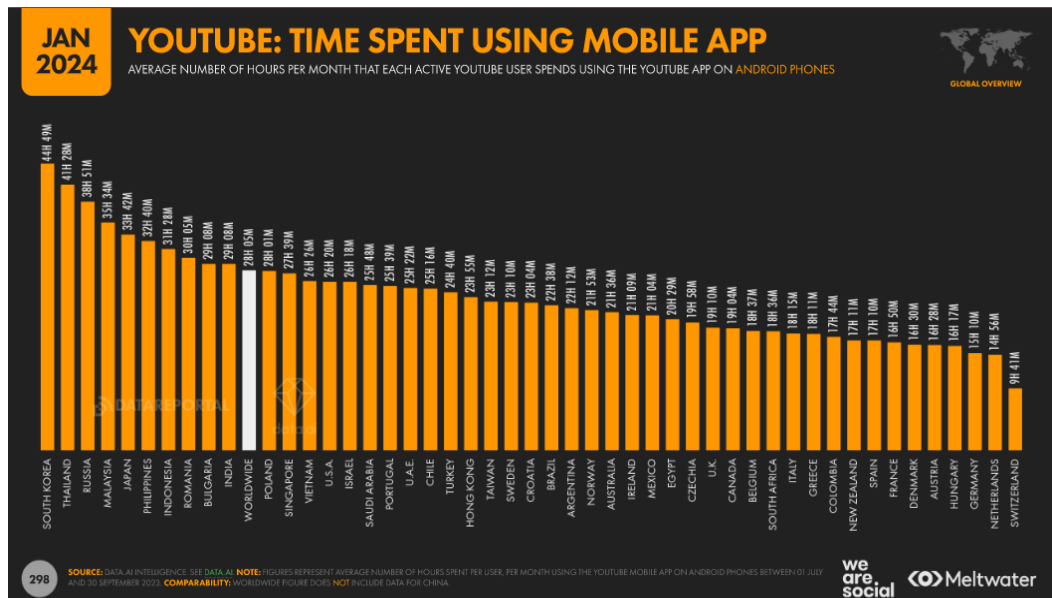
Adanya kemudahan akses tersebut menjadikan media sosial berada pada era *User Generated Content* (UGC). Konsep UGC adalah pengguna memiliki peran aktif dalam produksi akan konten bagi media sosial. Perkembangan media sosial secara teknologi dan fungsinya yang melibatkan pengguna sebagai kontributor informasi (Lathif & Sugandi, 2020). Media sosial banyak digunakan untuk menyebarkan berbagai macam hal seperti gaya hidup, berbagi pengalaman, kegiatan promosi jasa dan produk, serta juga tidak sedikit yang menyediakan konten-konten positif untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan (Smaldino et al., 2008). Sejalan dengan konsep UGC, suatu konten dihasilkan oleh konten kreator menjadi elemen kunci yang memengaruhi teknologi media. Kontribusinya sangat penting bagi beragam *platform* yang digunakan saat ini, khususnya *YouTube*, yang sangat bergantung pada konten untuk mempertahankan relevansi dan kelangsungannya. *YouTube* merupakan *platform* yang sangat dinamis dan menghadirkan kemungkinan besar bagi penggunanya untuk menciptakan berbagai macam produk budaya (Lashley, 2013).

Berdasarkan data pada survei *We Are Social*, per Januari 2024 *YouTube* berada di peringkat kedua setelah *Facebook* sebagai *platform* sosial media pengguna aktif paling banyak digunakan di dunia dengan jumlah pengguna 2492 juta pengguna. pengguna platform *YouTube* di Indonesia per Januari 2024 menempati posisi keempat sebagai pengguna *YouTube* terbanyak yaitu sebesar 139 juta pengguna. Selain itu, Pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan waktu terbanyak ketujuh didunia dengan rata rata penggunaan 31 jam 28 menit perbulan. Dari data perusahaan *Google* menunjukkan bahwa jangkauan iklan *YouTube* pada awal tahun 2024 setara dengan 49,9 persen dari total populasi Indonesia pada awal tahun. Untuk melihat angka-angka tersebut dalam perspektif, iklan *YouTube* menjangkau 75,0 persen dari total basis pengguna internet Indonesia (tanpa memandang usia) pada bulan Januari 2024.



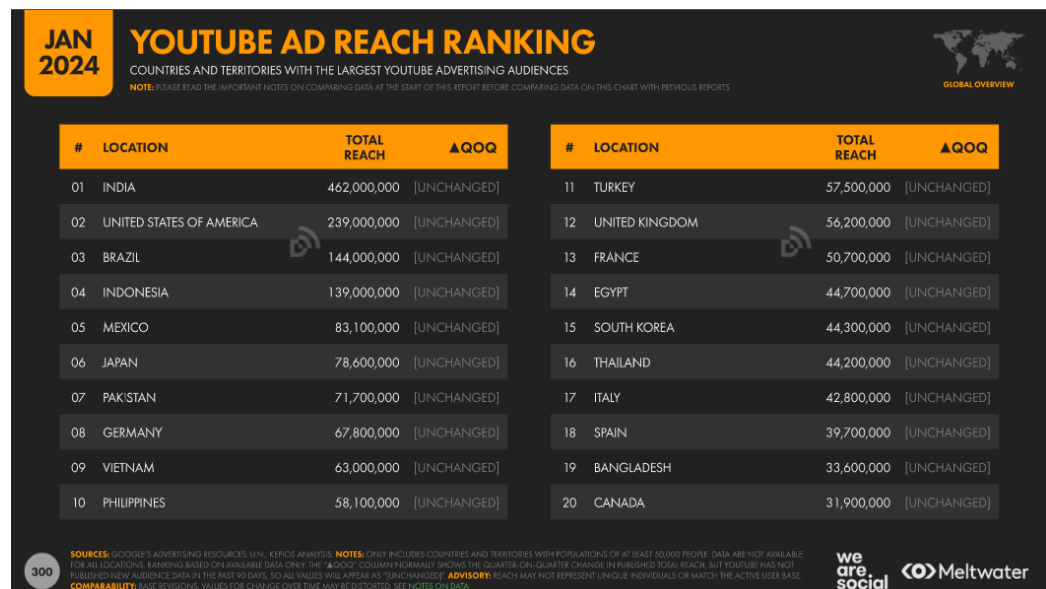
Gambar 1. 1Jumlah Pengguna Platform Media Sosial di Dunia

(Sumber: *wearesocial.com* (diakses pada 28 Agustus 2024))



Gambar 1.2 Jumlah Waktu Penggunaan Platform YouTube di Dunia

(Sumber: wearesocial.com (diakses pada 28 Agustus 2024))



Gambar 1.3 Jumlah Jangkauan Iklan YouTube di Dunia

(Sumber: wearesocial.com (diakses pada 28 Agustus 2024))

Dengan jumlah pengguna yang cukup besar tersebut maka ketersediaan konten berkualitas yang berkelanjutan sangat penting bagi *platform* seperti *YouTube*. Seiring dengan terus berkembangnya media digital, peran konten kreator akan tetap penting, yang mewakili kekuatan pendorong sekaligus fondasi bagi teknologi media masa depan. Secara langsung kreator memiliki peran utama sebagai pemasok konten agar *platform* terus dikunjungi audiens (Sugiono Shiddiq, 2020). Disamping itu, *YouTube* telah mempertahankan slogan publik yang dimaksudkan untuk dibaca sebagai sebuah etos: “*Broadcast yourself*” atau “Siarkan diri Anda sendiri.” Kedua kata ini mengungkap cara operator *YouTube* membangun situs mereka di mata publik. imajinasi: bahwa *YouTube* adalah ruang untuk berkreasi, mengonsumsi, dan berbagi (Lashley, 2013).

Makin banyaknya variasi konten yang beredar di *YouTube*, Namun tidak memberikan jaminan kepada penonton bahwa konten tersebut bermanfaat. Salah satunya konten *prank*, marak terjadi konten *prank* dikalangan para konten kreator. Hal ini disebabkan karena tuntutan untuk memperoleh *like*, *comment* dan *subscribe*. Tujuannya tidak lain adalah untuk memperoleh uang dari video yang di *upload*. Akan tetapi terkadang *prank* ini dirasa diluar batas dan tidak manusiawi (Isnawan, 2021). Selain itu, juga terdapat jenis konten lainnya, yaitu *Vlog* pada awalnya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan pendapat kepada publik. Namun, beberapa *Vlogger* mengekspresikan dirinya terlalu bebas dan cenderung secara negatif (David et al., 2017).

Konten yang di *upload* oleh kreator memuat suatu informasi elektronik. Secara eksplisit, suatu konten memberikan pengaruh terhadap penontonnya. Namun, banjir informasi di era revolusi digital menghadirkan berbagai dampak sosial. Permasalahan yang terjadi di masyarakat bukan pada bagaimana mendapatkan berita, melainkan kurangnya kemampuan mencerna informasi yang benar (Syuhada, 2017). Kualitas informasi pada suatu media menentukan bahwa informasi yang disajikan oleh media sesuai dengan fakta atau tidak, semakin bagus tingkat kualitas informasi pada suatu media maka tingkat kepercayaan masyarakat untuk menerima informasi akan semakin tinggi (Aini & Nanda, 2020).

Kualitas informasi menjadi petunjuk bagi penerima informasi bahwa suatu informasi dapat bermanfaat dalam berbagai proses pengambilan keputusan. Terdapat tiga indikator kualitas informasi yaitu : pertama, *Accurate* atau akurat yang berarti bahwa informasi harus terbebas dari kesalahan, tidak menyesatkan dan kebenarannya tidak diragukan. Kedua, *Timeliness* atau tepat pada waktunya ini mengandung arti bahwa informasi tidak boleh datang terlambat pada penerima informasi karena informasi yang datang akan memengaruhi keputusan penerima pesan terhadap sesuatu. Ketiga, *Relevance* atau relevan ini artinya informasi dapat memberikan manfaat bagi penerima sesuai dengan kebutuhannya, namun tingkat relevansi sebuah informasi berbeda-beda tergantung dengan tingkat pemakai (Farhannail dan Yuniarti, 2023).

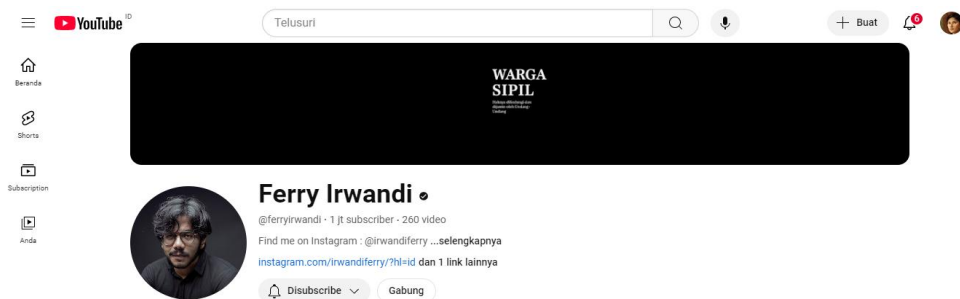
Memaknai informasi di media sosial, dibutuhkan pemahaman literasi digital yang baik agar bijak dalam bereaksi terhadap informasi. Literasi digital memungkinkan pengguna untuk dapat menilai kredibilitas sumber informasi, menganalisis konteks, dan memahami dampak dari informasi tersebut. Saat ini, banyak berita palsu atau hoaks yang beredar di media sosial, sehingga penting bagi setiap pengguna untuk tidak hanya mengandalkan insting atau emosi saat menerima informasi. Setiap pengguna memiliki peranan penting dalam menyaring informasi, sehingga tindakan bijak dalam menghadapi informasi di dunia maya bukan hanya menguntungkan diri sendiri, tetapi juga masyarakat secara keseluruhan (Altamira & Movementi, 2023).

Dalam kajian Nuraryo (2019) menunjukkan bahwa kehadiran *YouTube* berperan dalam membentuk diskursus pengetahuan ideal mengenai nilai suatu konsep. Pengetahuan yang dikonstruksi melalui media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga dapat memengaruhi cara berpikir dan tindakan seseorang. Penyampaian informasi yang terstruktur dan terarah memungkinkan publik memahami isu-isu kompleks sekaligus membangun konsensus bersama dalam masyarakat. Dalam konteks ini, manifesto media berfungsi bukan sekadar sebagai sarana penyampai fakta, melainkan juga sebagai panduan nilai dan keyakinan yang membentuk opini publik.

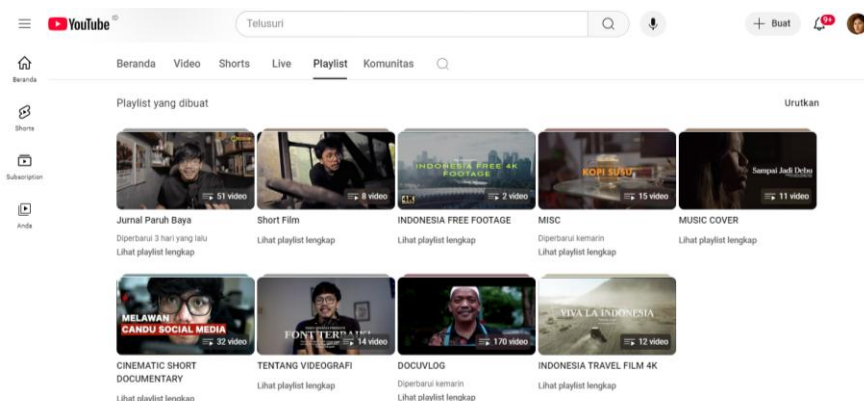
Selain itu, menurut Kurniawan (2020) bahwa di era digital, manifesto media semakin relevan karena dapat disebarluaskan dengan cepat melalui berbagai *platform* media sosial. Hal ini memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam diskusi dan perdebatan publik. Keberadaan manifesto media juga membantu menghadapi tantangan arus informasi yang melimpah dan kerap menyesatkan. Dengan prinsip yang jelas dan obyektif, manifesto media dapat menjadi kompas bagi masyarakat dalam menavigasi lanskap informasi yang semakin kompleks. Disamping itu, partisipasi aktif masyarakat juga menjadi kunci. Keterlibatan dalam dialog yang kritis dan konstruktif akan meningkatkan kesadaran kolektif serta memperkuat pemahaman terhadap isu-isu penting. Dengan demikian, media bukan hanya instrumen pengendalian, tetapi juga sarana pemberdayaan yang mendorong masyarakat untuk berpikir kritis dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung. Dalam jangka panjang, penguatan fungsi dari *platform* media sosial akan berkontribusi pada terbentuknya masyarakat yang cerdas, terinformasi, dan berdaya saing. Pada akhirnya, hal ini menciptakan ekosistem informasi yang sehat, memperkuat kesadaran kolektif, memfasilitasi dialog yang terbuka, serta membangun komunitas yang solid dan transformatif.

Maka Setiap konten atau tayangan yang disajikan melalui media pada dasarnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap audiens. Pengaruh tersebut dapat terlihat dalam berbagai aspek, mulai dari cara individu memersepsikan suatu realitas sosial, bagaimana mereka membentuk sikap terhadap suatu isu, hingga akhirnya memengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini disebabkan karena media tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium penyampaian pesan, pengetahuan, dan nilai-nilai tertentu yang dapat diinternalisasi oleh penontonnya. Dengan demikian, kehadiran suatu tayangan tidak bisa dianggap netral, melainkan turut berperan dalam proses konstruksi pemahaman sosial dan budaya masyarakat (Moulita, 2021).

Salah satu konten yang menarik perhatian peneliti untuk diteliti lebih mendalam adalah konten *YouTube* pada kanal Ferry Irwandi. Ferry Irwandi membuat konten *Documentary vlog* dengan teknik *storytelling* dengan sebutan *Docuvlog*. Kanal *YouTube* Ferry Irwandi sudah memiliki 1 juta *subscribers* per 1 September 2024. Ferry Irwandi adalah seorang konten kreator yang bergerak dalam isu pendidikan, ekonomi, politik serta pengetahuan kepada masyarakat melalui kanalnya. Dalam konten video *Docuvlog* berisikan tayangan hasil pemikiran, opini, hasil riset, dan sudut pandangnya mengenai topik aktual yang tengah dibahas. Namun hal yang menarik perhatian peneliti dengan kanal tersebut bagaimana resepsi atau penerimaan audiens yang terdiri dari mahasiswa terhadap konstruksi konten video berkualitas yang dilakukan oleh Ferry Irwandi melalui *playlist Docuvlog* pada kanal *Youtube*-nya.



*Gambar 1.4 Laman Beranda YouTube Ferry Irwandi
(Sumber: YouTube (diakses pada 1 September 2024))*



*Gambar 1.5 Playlist Konten Video Kanal YouTube Ferry Irwandi
(Sumber: YouTube (diakses pada 7 September 2024))*

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Jasmine Qurrota Ayuni Perwiradmoko (2023) tentang “*Masculinity Reconstruction by K-Pop Idol BTS: BTS ARMY’S Reception Analysis Towards BTS’s Musics and Contents*” Pada penelitian tersebut menganalisis salah satu *Boyband K-POP* yang bernama *BTS* menunjukkan rekonstruksi maskulinitas dengan melanggar norma-norma yang selama ini ada dalam maskulinisme hegemonik, melalui musik dan konten mereka yang tersebar melalui berbagai media digital. Jadi, melalui itu, informan *ARMY* benar-benar mendapatkan pemahaman baru tentang konsep maskulinitas yang berbeda dari *masculinitas hegemonik* yang ada di masyarakat.

Ria Avriyanty tentang “*Analysis of Audience Reception on YouTube toward Gender Construction in the Music Video If I Were a Boy by Beyonce Knowles*”. Penelitian tersebut memeriksa video musik *If I Were a Boy* (2010) oleh Beyonce Knowles serta tanggapan otentik dari pemirsa di *YouTube*. Video musik ini menciptakan konstruksi gender konvensional yang mempertahankan norma patriarkal dalam masyarakat. Sebagai upaya untuk memberikan perspektif baru pada jenis penelitian serupa. Mengaplikasikan konsep *encoding-decoding* oleh Stuart Hall (1973), pada penelitian tersebut audiens adalah kritis yang dapat dilihat dari jumlah total jawaban dan kontroversi di dalamnya. Faktanya, fenomena tersebut berkontribusi pada budaya *cyber* di mana *YouTube* dilihat sebagai ruang fungsional untuk membuat makna teks digital dan bernegosiasi dengan stereotip yang dibangun dengan memberikan tanggapan melalui kolom komentar.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Bayu Wahyono, Murti Kusuma Wirasti, dan Barito Mulyo Ratmono tentang “*Audience Reception of Hoax Information on Social Media in the Post-Truth Era*”. Penelitian tersebut merupakan studi penerimaan khalayak terhadap informasi hoax di media sosial pada masa kampanye Pilpres 2019 di era *posttruth*. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi resepsi dan berbagai teori khalayak aktif seperti model *encoding decoding* dari Stuart Hall yang juga dikemukakan oleh David Morley dan Ien Ang. Hasilnya menunjukkan ada tiga tipologi dalam menerima *hoax*. Mereka adalah tipe audiens yang pragmatis-

kreatif, ideologis, dan kritis-skeptis. Ketiga tipologi khalayak tersebut mempunyai karakter berbeda dalam penerimaan informasi *hoax* dalam komunikasi politik di media sosial. Ada khalayak yang bersifat permisif-negosiasi, ada pula yang oposisi kritis, dan ada pula yang terhegemoni oleh informasi *hoax* di momen politik Pilpres 2019 sedemikian rupa sehingga menjadi bagian dari gejolak *hoax* yang kian meningkat.

Keempat, penelitian yang dilakukan Raden Ayu Wulantari tentang *“Konstruksi dan Reproduksi Maskulinitas Kelompok Muda Urban Kelas Menengah (Studi Fenomenologi di Antara Penonton Drama Korea Selatan)”*. Pada penelitian tersebut karakter maskulin yang ‘lembut’, yang tumbuh dalam diri kelompok laki-laki urban kelas menengah saat ini berbeda dengan karakter maskulin yang digambarkan oleh media mainstream yang menekankan maskulinitas sebagai karakter yang tegas, keras, gagah dan macho. Kelompok muda saat ini meyakini bahwa laki-laki itu boleh saja menangis, memiliki sensitivitas, melankolis, dan lain-lain. Akibatnya, tidak jarang masyarakat mempersepsikan bahkan mengidentikkan kelompok tersebut sebagai kurang jantan. Karakter lembut tersebut sudah banyak direpresentasikan oleh film Korea Selatan, namun belum banyak digambarkan oleh media Indonesia. Drama Korea Selatan telah menampilkan sisi maskulinitas laki-laki Korea Selatan apa adanya dengan menunjukkan bahwa *soft emotion* merupakan hal yang wajar dimiliki seorang laki-laki. Karena itu, bisa dimengerti bila kelompok tersebut di atas menyukai drama tersebut. Penelitian tersebut dilakukan untuk bisa memahami bagaimana kelompok tersebut mengkonstruksikan dan mereproduksi nilai-nilai maskulinitas pada dirinya.

Kelima, penelitian Monica Mezia Viranti dan Asep Sugiarto tentang *“Konstruksi Realitas Sosial Perempuan Melalui Iklan YouTube Sariayu Color Trend 2020 Inspirasi Sumba”*. Pada penelitian tersebut terdapat tiga pokok pembahasan yaitu Konstruktivisme, Perempuan, dan Semiotik. Pada penelitian tersebut membahas konstruksi realitas sosial pada standarisasi definisi cantik melalui tanyangan iklan tersebut. Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yang menjadikan *YouTube* sebagai media konstruksi sosial.

Dari beberapa penelitian relevan tersebut konsumsi konten merupakan realitas sosial yang dilakukan oleh setiap pengguna. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, terdapat beberapa alasan peneliti memilih untuk mengkaji topik ini, diantaranya yakni: *Pertama*, *platform* media sosial bersifat *user generated content* (UGC) memberikan akses bagi penggunanya aktif untuk mengunggah konten. Namun mudahnya akses tersebut tidak memberikan jaminan kepada pengguna lainnya bahwa suatu konten bermanfaat atau berdampak positif.

Kedua, kemudahan akses yang diberikan *platform* kepada pengguna menjadikan konten yang berada pada *platform* sangat variatif. Kajian media sosial telah menjadi kajian yang cukup banyak dilakukan oleh peneliti dewasa ini, namun pada kajian ini yang lebih spesifik yaitu konstruksi sosial pada *platform* media sosial, terlebih dilihat dari sisi sosiologisnya masih belum banyak dilakukan oleh peneliti.

Ketiga, peneliti memiliki ketertarikan dalam mengkaji *playlist* konten *Docuvlog* pada kanal *YouTube* Ferry Irwandi sebagai subjek penelitian. Ketertarikan itu muncul atas alasan jumlah *subscriber* pada *platform YouTube*.

Keempat, berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti terhadap konten pada *playlist Docuvlog* memiliki model konten dengan pembahasan yang objektif dan teoritis serta memiliki pembahasan yang cukup beragam, menarik sekaligus menjadi fokus topik penelitian ini adalah bagaimana konten kreator melakukan konstruksi sosial melalui *platform* media sosial.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, adanya upaya konstruksi atas konten *YouTube* berkualitas oleh Ferry Irwandi. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penerimaan (*reception*) audiens terhadap konstruksi konten *YouTube* berkualitas yang dilakukan oleh Ferry Irwandi pada *playlist Docuvlog*. Atas empat alasan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Resepsi Konten *YouTube* Berkualitas Pada *Playlist Docuvlog* Dalam Kanal Ferry Irwandi (Study Kasus Mahasiswa di Kota Padang)”.

C. Rumusan Masalah

Peneliti melihat bahwa adanya konten yang sangat variatif pada *platform YouTube*. Sehingga penelitian ini difokuskan untuk menganalisis resepsi atau penerimaan (*reception*) audiens yang terdiri dari mahasiswa di kota Padang atas konstruksi konten *Youtube* berkualitas yang dilakukan oleh Ferry Irwandi pada *Playlist* kontennya *Docuvlog*. Dari hal tersebut dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut : **“Bagaimana Penerimaan (*Reception*) Mahasiswa Di Kota Padang Terhadap Konten *Youtube* Berkualitas Pada *Playlist Docuvlog* dalam Kanal *Youtube* Ferry Irwandi?”**

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penerimaan (*reception*) mahasiswa di Kota Padang terhadap konten *YouTube* berkualitas pada *playlist Docuvlog* kanal Ferry Irwandi.

E. Manfaat Penelitian

Secara Akademis, penelitian ini dapat menjelaskan konstruksi media dalam realitas sosial serta tanggapan audiens dengan konten yang terdapat dalam *platform YouTube*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan referensi tambahan bagi penelitian berikutnya yang akan meneliti tentang analisis resepsi audiens terhadap konstruksi konten berkualitas pada platform media sosial khususnya *YouTube*. Serta untuk memberikan ilmu pengetahuan dalam kajian ranah sosiologi komunikasi.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pembaca tentang konten *Docuvlog* pada kanal *YouTube* Ferry Irwandi serta resepsi audiens yang telah menontonnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dilapangan. Serta dilengkapi dengan data-data tertulis, data lisan dan data sekunder seperti dokumen, arsip, skripsi-skripsi yang relevan. Maka diperoleh bukti dan informasi yang menjelaskan bahwa konstruksi atas konten berkualitas pada *platform YouTube* yang dilakukan oleh Ferry Irwandi melalui *playlist Docuvlog* pada kanalnya.

Pertama dimulai dari eksternalisasi, memperkenalkan konsep keilmuan melalui narasi visual yang terstruktur. Kedua, objektivasi terjadi saat audiens terlibat dalam interaksi sosial melalui kolom komentar maupun diskusi di dunia nyata, membentuk kesepahaman bahwa *Docuvlog* adalah konten berkualitas. Selanjutnya, internalisasi terjadi ketika audiens tidak hanya menonton, tetapi juga menyerap nilai, sudut pandang, dan pesan kehidupan yang terkandung, yang kemudian membentuk kesadaran baru dalam berpikir dan bertindak. Berdasarkan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, realitas yang ditampilkan tidak bersifat absolut, melainkan hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui media digital. Dalam konteks ini, *YouTube* memberi ruang bagi Ferry Irwandi untuk membentuk dan menyebarkan realitas kepada audiensnya terdiri mahasiswa di Kota Padang.

B. Saran

Peneliti mengharapkan untuk peneliti selanjutnya melakukan studi lebih dalam terkait topik penelitian yang peneliti angkat ini. Selain itu, Peneliti menyadari akan kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, guna kesempurnaan skripsi ini, peneliti mengharapkan kritik dan saran

membangun dari pembaca. Semoga penelitian ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak dan diri peneliti sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Dzar Al Ghifari, Widyaningrum, R., & Maudiarti, S. (2021). Pengembangan Konten Pembelajaran di Media Sosial Instagram untuk Mata Pelajaran Sosiologi Kelas X di SMAN 103 Jakarta. *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.21009/jpi.041.06>
- Aini, N., & Nanda, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “Gadgetin” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Scriptura*, 9(2), 43–50. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>
- Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2023). Fenomena Cancel Culture Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), 37–45. <https://scholarhub.ui.ac.id/jvi>Availableat:<https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol10/iss1/5>
- Amelia, F., & Alifahmi, H. (2018). *Destination Brand Storytelling : Analisis Naratif Video The Journey Destination Brand Storytelling : Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata*. 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>
- Avriyanty, R. (2011). *Paradigma : Jurnal Kajian Budaya Analysis of Audience Reception on Youtube toward Gender Construction in the Music Video If I Were a Boy by Beyonce Knowles Analysis of Audience Reception on Youtube toward Gender Construction in the Music Video If I Were . 2(1)*.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1996). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Book.

- Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial*. Airlangga University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *QUALITATIVE INQUIRY & RESEACH DESIGN : Choosing Among Five Approaches*. SAGE.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fourth Edi). SAGE.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *RESEARCH DESIGN : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edit). SAGE.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Fourth Edi).
- David, E., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/index/index>
- Diskominfo. (2020). *Profil Daerah Kota Pdang*. Pemerintah Kota Padang.
- Farhannail, A., & Yuniarti, R. (2023). Pengaruh Konten Kreatif Dan Kualitas Informasi Akun Tiktok @Pesonaindonesia Terhadap Minat Berwisata. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 14(2), 187. <https://doi.org/10.31506/jrk.v14i2.22885>
- Hajar, H. W., & Rachman, M. aulia. (2020). Peran Media Sosial pada Perilaku Informasi Mahasiswa dalam Menyikapi Isu Kesehatan. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, Dan Kearsipan*, 22(2). <https://doi.org/10.7454/jipk.v22i2.004>
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding*. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. Hutchinson.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif*. GP. Press.
- Isnawan, F. (2021). *Konten Prank Sebagai Krisis Moral Remaja di Era Milenial*

Dalam Pan-dangan Psikologi Hukum dan Hukum Islam. Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan.
<https://doi.org/10.32493/jdmhkdmhk.v12i1.10207>

Jensen, K., & Jankowski, N. (1992). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research.*

Lashley, M. C. (2013). *Making Culture on Youtube: Case Studies of Cultural Production on the Popular Web Platform.* 157.

Lathif, A., & Sugandi, M. S. (2020). Motif dan Kepuasan Penggunaan Website Informasi Berbasis User Generated Content (UGC) Pada Website Zomato.com. *Performance*, 27(1), 1.
<https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.1623>

Light, D. W., Berger, P. L., & Luckmann, T. (1967). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. *Sociological Analysis*, 28(1), 55. <https://doi.org/10.2307/3710424>

M. Bungin, B. (2008). *KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA : Kekuatan Pengaruh Media, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap PETER L. BERGER & THOMAS LUCKMANN (Pertama).* PRENADAMEDIA GRUOP.

Moleong, L. J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif.* PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Remaja Rosdakarya.

Moulita, M. (2021). Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 7(2), 107–115. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.4882>

Nur Setiyana, F., & Badu Kusuma, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Youtube Dalam Pembelajaran Matematika. *EduMatSains : Jurnal Pendidikan, Matematika Dan Sains*, 6(1), 71–90.
<https://doi.org/10.33541/edumatsains.v6i1.2945>

- Nurdiantoro, D. (2023). *HUBUNGAN TERPAAN TAYANGAN YOUTUBE FERRY IRWANDI DENGAN MINAT BELAJAR EKONOMI DI KALANGAN GENERASI MUDA*. 1–9.
- Nursobah, A., Pgmi, P. S., Tarbiyah, F., & Madura, I. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA PEMBELAJARAN SEJARAH KEBUDAYAAN ISLAM DI MADRASAH IBTIDAIYAH*. 13(2), 76–85.
- Padangkota.bps.go.id. (2021). *Kota Padang dalam Angka tahun 2021*. BPS Kota Padang.
- Qurrota, J., & Perwiradmoko, A. (2023). *Reception Analysis Towards BTS ' s Musics and Contents Masculinity Reconstruction by K-Pop Idol BTS : BTS ARMY ' S Reception Analysis Towards BTS ' s Musics and Contents*. 12(2). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i2.1212>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). *Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital*. 7(1), 31–43.
- Safko, L. (2010). *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success* (J. Wiley & Sons (eds.); Second Edi).
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Smaldino, S. E., Russel, J. D., Heinich, R., & Molenda, M. (2008). *Instructional Technology & Media for Learning* (Eighth Edi). Pearson.
- Sugiono Shiddiq. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective Shiddiq Sugiono. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191. <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020.175-191>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Susilowati. (2020). *KONSTRUKSI REALITAS SOCIAL DALAM CHANNEL YOUTUBE THE SANTOSO PADA VIDEO “INDOMIE KECOAK VARIAN BARU BUAT MASA DEPAN.”* 5(November).
- Syuhada, K. D. (2017). Etika Media di Era “Post-Truth.” *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8789>
- Taufik, M. (2021). *100 Kampus Terbaik di Indonesisa Saa Ini*. Kemendikbud.
- Wiriany, D., & Pratimi, T. V. (2019). *KEKUATAN MEDIA BARU YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA*. 02(02), 25–30.