

ANALISIS RESEPSI PENONTON PADA KONTEN REVIEW APPLE IPHONE PADA CHANNEL YOUTUBE “GADGETIN”

Muhammad Andricko Rizky Fasha, Aditya Rizky Gunanto

Universitas Mercu Buana

ricko.fasha@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan penonton terhadap pesan review Apple iPhone dalam channel YouTube GadgetIn. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall yang menempatkan informan pada posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Paradigma yang digunakan merupakan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dengan 7 informan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat informan yang berada pada posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Terlihat bahwa posisi dominan hegemoni yang paling unggul, artinya khalayak yang berada pada posisi dominan bisa menerima seutuhnya bahwa dalam tayangan konten review Apple Iphone memang mengangkat mengenai ulasan perbandingan Apple Iphone di dalamnya. Pemberian review oleh GadgetIn berhasil memberikan informasi spesifikasi, keunggulan dan kekurangan, dan testimoni, terkait Apple Iphone. Posisi negosiasi ditunjukkan khalayak bahwa menerima konten review, tetapi terdapat pendapat pribadi mengenai preferensi individu, penjelasan kekurangan produk, kekurangan produk bervariasi sesuai dengan kebutuhan individu. Dalam posisi oposisi khalayak menolak apa yang dikonstruksikan, bahwa penjelasan spesifikasi kamera tidak cukup rinci dan tidak individual untuk setiap kamera iPhone.

Kata kunci: Analisis Resepsi, YouTube, Konten Review

Abstract

This research aims to determine the audience's meaning of the Apple iPhone review message on the GadgetIn YouTube channel. This research uses the acceptance analysis research method proposed by Stuart Hall which places informants in dominant, negotiating and oppositional positions. This research uses a descriptive qualitative approach. The paradigm used is the constructivism paradigm. Data collection in this study used in-depth interview techniques with 7 informants according to the

Received : 12-08-2024
Revision : 18-09-2024
Acceptance: 12-10-2024
Published online: 12-10-2024

criteria determined by the researcher. This research uses triangulation of data sources. The research results showed that there were informants who were in dominant, negotiating and opposition positions. It can be seen that the dominant position of hegemony is the most superior, meaning that audiences who are in a dominant position can fully accept that in the Apple iPhone review content broadcast there is indeed a comparison review of the Apple iPhone in it. Providing a review by GadgetIn succeeded in providing information on specifications, advantages and disadvantages, and testimonials regarding the Apple iPhone. The negotiation position shown by the audience is that they accept the review content, but there are personal opinions regarding individual preferences, explanations of product deficiencies, product deficiencies vary according to individual needs. In an oppositional position, the audience rejects what is constructed, that the explanation of the camera specifications is not detailed enough and is not individual for each iPhone camera.

Keywords: Reception Analysis, YouTube, Content Review TikTok

PENDAHULUAN

Media baru yang saat ini sedang banyak di akses di Indonesia adalah YouTube. YouTube merupakan situs berbagi video yang memungkinkan para penggunanya menonton, mengunggah, membagikan video, bahkan dapat mengomentari video tersebut di kolom komentar (Trianto, Mansur, & Asse, 2022). Dilansir dari ilmupedia.co.id, YouTube didirikan oleh Jawed Karim, Steve Chen, dan Chad Hurley, YouTube pertama kali muncul di Internet pada tahun 2005. Hingga Maret 2015, pembuat konten di YouTube sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di YouTube dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun YouTube yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna YouTube bisa menonton ratusan juta jam dan menghasilkan miliaran kali penayangan (David, Sondakh, & Harilama, 2017).

Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite, ada 2,51 miliar juta pengguna YouTube di seluruh dunia pada Januari 2023. Namun, jumlah pengguna platform berbagi video itu justru menurun 1,9% dibandingkan Januari 2022. Berdasarkan negaranya, India merupakan negara dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia pada awal tahun ini. Tercatat ada 467 juta pengguna platform dari negara tersebut. Sedangkan, di peringkat keempat ada Indonesia dengan jumlah pengguna YouTube mencapai 139 juta pengguna (databoks, 2023).

Pengunjung YouTube berkembang pesat dikarenakan banyak orang yang memiliki akun YouTube masing-masing. Dibanding dengan media massa seperti televisi dan radio yang membutuhkan modal lebih besar, platform ini memberi kesempatan bagi audiens untuk menjadi kreator yang kemudian disebut sebagai YouTuber. Menjadi YouTuber tidak harus memiliki kriteria tertentu, karena penggunaan YouTube cukup mudah hanya mengunggah, mempublikasikan, dan streaming video (Eribka et al., 2016) dalam jurnal (Hidayah & Widodo, 2022). Dengan kemudahan YouTube dalam membuat konten, sehingga banyak konten video di dalam YouTube, Seperti Kuliner, Vlog, Travelling, Game, Cover lagu, Prank, Entertainment, Politik, Review, Reaction dan banyak lagi (Gamedia Blog, 2018). Menurut riset

databoks.com, media sosial yang dianggap paling memberikan informasi soal produk yang akan dibeli adalah YouTube dengan nilai 4.6 dari survei terkait media sosial sebagai sumber informasi produk melibatkan 3.720 responden yang menjawab pertanyaan. Video ulasan (review) sendiri merupakan sebuah penilaian terhadap suatu produk yang didasari oleh pengalaman pengguna dalam format video (Rahman, 2021).

Banyak akun YouTube channel yang menyajikan ulasan berbagai produk, termasuk di antaranya yang membahas konten seputar gadget. Contohnya GadgetIn (10,6 juta subscribers), Review Gadget (64.4 ribu subscribers), Wisnu Kumoro (366 ribu subscribers), Putu Reza (531 ribu subscribers), dan Bang Rippiu (491 ribu subscribers) data ini didapatkan dari pengecekan pada YouTube tanggal 24 Agustus 2023.

Diantara akun YouTube channel konten review gadget dengan subscribers terbanyak adalah GadgetIn. GadgetIn merupakan salah satu kanal YouTube yang terkenal di Indonesia, kanal tersebut memiliki slogan Gadget Review No.1 di Indonesia, hal ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan atau subscribers kanal tersebut sudah mencapai 11.2 juta per-tanggal 24 Agustus 2023 dan sudah membuat 1,3 ribu konten review/ulasan produk gadget dari video yang mereka bagikan.



Gambar 1. Channel YouTube GadgetIn

Konten di akun YouTube GadgetIn mempunyai konten yang berfokus di bidang teknologi dan gadget. Kanal YouTube GadgetIn ini memiliki beragam video mengenai bagaimana tech reviewer bernama David menjelaskan teknologi-teknologi yang sedang digandrungi saat ini atau yang direquest oleh penontonnya, terutama dengan gayanya David yang memposisikan dirinya sebagai pengguna agar penonton dapat memahami sensasi menggunakan teknologi yang direviewnya (Setyawan & Putra, 2022). Channel YouTube GadgetIn yang merupakan channel dengan konten video review teknologi gadget dengan subscribers terbanyak di Indonesia yaitu 10,6 juta subscribers per tanggal 31 Maret 2023. Channel GadgetIn sendiri sudah memiliki total 2,4 Miliar views sejak pertama kali membuat channelnya pada tahun 2014.

Channel YouTube GadgetIn berfokus memberikan informasi berkaitan dengan dunia gadget dan teknologi secara up to date disetiap kontennya. Informasi yang diberikan channel YouTube GadgetIn ini juga tidak hanya membahas perkembangan seputar dunia gadget dari manca negara, namun juga menjelaskan mengenai perkembangan gadget yang ada di dalam negeri. Dalam konten channel YouTube GadgetIn ini biasanya diawali dengan intro legendaris yakni “halo guys David disini” lalu diikuti dengan pembahasan gadget yang santai namun tetap menggugah perhatian penonton, lalu setiap diakhir konten GadgetIn biasanya David memberikan sebuah saran kepada penonton dan juga kesimpulan apakah produk tersebut worth it ataupun tidak untuk dimiliki. Dengan keunikan inilah channel YouTube GadgetIn mendapatkan atensi yang cukup besar disetiap kontennya (Fakhrudin & Dr. Nofha Rina, 2023).



Gambar 2. Konten Review Apple iPhone

Adapun salah satu konten GadgetIn yang melakukan perbandingan pada empat kamera iPhone. David dan temannya melakukan perbandingan pada iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro. Dalam video tersebut David memberikan review bahwa kamera seri iPhone tersebut tidak terlalu bagus dan lebih suka dengan seri yang lama. Dalam video tersebut David memberikan review kepada penonton dengan pembahasannya yang jelas dan mudah diterima oleh penonton.

Pada tahun 2023, ada lebih dari 1.5 miliar pengguna aktif iPhone di seluruh dunia. Dengan lebih dari 1.5 miliar pengguna aktif (bukan hanya penjualan), iPhone adalah merek smartphone paling populer di dunia. Itu juga merupakan bagian besar dari semua pengguna Apple, yang melampaui 2 miliar pada awal tahun (MSPowerUser, 2024). iPhone menjadi smartphone global terlaris sepanjang kuartal IV-2023, dengan volume pengiriman sebesar 80,5 juta unit, naik 11,6% (yoy). Produk Apple tersebut menguasai 24% pasar pengiriman smartphone global pada kuartal terakhir tahun lalu (Annur, 2024).

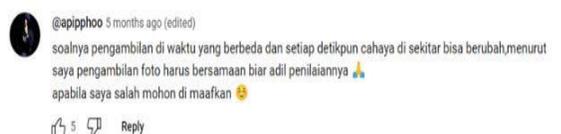
Adapun Firma riset pasar ponsel, Canalsys, merilis daftar smartphone dengan volume pengiriman terbanyak sepanjang 2023. Data tersebut dihimpun berdasarkan metode sell-in, yakni menghitung banyaknya unit smartphone yang dikirim dari vendor ke distributor atau toko-toko resmi yang ada di pasaran. Tipe iPhone yang banyak digunakan yaitu, iPhone 14 Pro Max merajai pengiriman smartphone pada periode ini dengan total pengiriman sebanyak 34 juta unit (Muhamad, 2024).

Data yang menunjukkan popularitas iPhone di seluruh dunia dan penjualannya yang tinggi pada tahun 1 tahun terakhir telah membuat peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang fenomena iPhone. Selain itu, interaksi yang aktif dari berbagai penonton GadgetIn di YouTube, yang memberikan pendapat yang beragam dalam kolom komentar video seperti "Maaf Apple, saya tidak suka kamera baru iPhone. Lebih suka iPhone lama," menambah kompleksitas dalam pemahaman tentang preferensi pengguna terhadap produk-produk teknologi, termasuk iPhone.



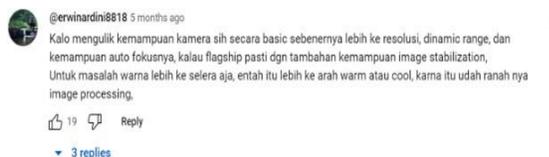
Gambar 3. Komentar Penonton Konten Review Apple iPhone

Dalam komentar tersebut penonton setuju bahkan terbukti apa yang disampaikan oleh David mengenai reviewnya terhadap perbandingan keempat kamera iPhone.



Gambar 4. Komentar Penonton Konten Review Apple iPhone

Terdapat juga komentar penonton yang memberikan persepsi bahwa konten yang disajikan GadgetIn tidak adil, karna perbedaan waktu saat pengambilan foto untuk membandingkan tiap kameranya.



Gambar 5. Komentar Penonton Konten Review Apple iPhone

Selain itu, terdapat penonton yang memberikan persepsi bahwa perbandingan antara suka dan tidak suka dengan kamera iPhone.

Di sini kita bisa melihat berbagai komentar penonton dalam akun YouTube GadgetIn, sehingga sesuai dengan teori analisis resepsi Stuart Hall metode Encoding/Decoding yang menunjukkan bahwa makna serta penjelasan dalam pesan tersebut bisa diartikan berbeda. Dalam hal ini, penonton memiliki interpretasinya sendiri untuk konten yang telah ditayangkan. Hal ini yang mendorong terjadinya interpretasi yang beragam dari teks-teks media selama proses produksi serta penerimaan (resepsi). Encoding menjelaskan suatu proses penerjemahan yang dilakukan oleh produsen mengenai suatu hal, serta decoding menjelaskan suatu proses menerjemahkan yang dilakukan oleh audiens terhadap pesan yang ia peroleh dari produsen (Pramesthi J. A., 2021). Teori ini juga dapat peneliti gunakan untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi subscribers terhadap review gadget pada akun YouTube GadgetIn.

Menurut (McQuail D., 1997) dalam jurnal (Hadi, 2021) reception analysis menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Hasil penelitian ini merupakan representasi suara khalayak yang mencakup identitas sosial dan posisi subyek.

KAJIAN TEORI

New Media. Menurut (Mc Quail, 2011) dalam urnal (Wahyuni, Yanto, & Narti, 2020) dalam bukunya teori komunikasi massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Media Sosial. Menurut (Hudson. S, 2015) dalam jurnal (Rahim, 2017) media sosial merupakan saluran komunikasi digital yang mana para pengguna boleh berkongsi maklumat, berinteraksi dengan segera, berkomunikasi dengan dua hal dan penghantaran pesan yang cepat ke beberapa orang dalam masa yang sama. Media sosial menjadi platform masa kini yang disenangi oleh semua penggunanya.

YouTube. YouTube adalah satu dari beberapa media online berbasis video yang banyak digunakan oleh khalayak di-banding media online lainnya. Tidak sedikit juga yang menggunakan YouTube untuk mencari sebuah hiburan. Semua orang bisa ikut andil dalam men-yampaikan informasi atau hiburan di platform ini. Khalayak tidak dipandang pasif dalam media ini, mereka ikut aktif di dalamnya menurut (Schmittauer, 2018) dalam jurnal (Farah Malikha, 2022).

Pengguna YouTube dapat mengunggah video dari beragam konten seperti cover lagu, vlog, animasi, game dan masih banyak konten lainnya. Penyebutan sebagai YouTuber dilihat dari berapa subscriber yang di miliki. Subscriber ini sama halnya dengan pengikut dari konten yang para YouTuber posting, serta berapa viewers yang melihat video yang para YouTuber ini posting di akun YouTube mereka tersebut. YouTube menjadi media video sharing yang populer saat ini menurut (Rizki et al., 2020)

dalam jurnal (Pratiwi & Delliana, 2022). Dirangkum Hypeabis.id berikut ini adalah beberapa kategori video YouTube yang paling populer: (Millah, 2022): Product Review, How-to, Vlog, Live Video.

Konten Review. Konten review merupakan sebuah penilaian terhadap suatu produk yang didasari oleh pengalaman pengguna dalam format video. Adapun video ulasan ini terdiri dari beberapa unsur didalamnya, diantaranya pesan, daya tarik pesan, serta visualisasi atau pengambilan gambar yang terdapat dalam video tersebut (Rahman, 2021). Konten YouTube paling hits adalah review product, untuk product yang paling diminati berupa barang dari handphone, peralatan elektronik lainnya, mainan, alat kesehatan, alat masak, dan lain-lain. barang-barang tersebut tentunya diciptakan sesuai minat pasar, di mana pengunjung sangat menunggu konten tersebut. Tidak hanya memberikan informasi, konten review ini juga kamu bisa memberikan informasi seputar keunggulan produk baru tersebut. (Lestari, 2023).

Konten jenis ini umumnya menghadirkan pengalaman sebagai konsumen. Sehingga, penonton dapat mengetahui informasi lebih lanjut mengenai produk atau jasa yang direview tersebut (Iqbal, 2022) berikut pernyataan kategorisasi konten review:

1. Deskripsi Produk
2. Spesifikasi Produk
3. Keunggulan Dan Kekurangan Produk
4. Testimoni

Dalam video yang diunggah di kanal YouTube GadgetIn, pada konten review yang membandingkan kamera iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro. Konten tersebut berfokus pada penjelasan spesifikasi produk, analisis kelebihan dan kekurangan, serta memberikan testimoni terkait performa kamera.

Analisis Resepsi. Kata resepsi berasal dari bahasa latin yaitu *recipere*, *reception* (Inggris) yang memiliki arti sebagai penyambutan atau penerimaan pembaca. analisis resepsi mengacu pada studi tentang produksi, makna dan pengalaman khalayak dalam hubungan berinteraksi dengan teks media. Peran aktif khalayak di dalam memaknai teks media akan terlihat pada premis-premis dari model encoding-decoding.

Menurut Morissan (2013) encoding diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh sumber dalam menerjemahkan gagasan dan ide- ide terhadap pesan yang diterima oleh indra pihak penerima. Dalam proses ini, setiap orang melakukan encoding yang berbeda. Sedangkan decoding diartikan sebagai kemampuan penonton dalam menerima pesan serta membandingkan pesan dengan makna yang pernah terjadi, seperti persepsi, pemikiran, dan pengalaman masa lalu. Decoding lebih menekankan pada proses menghasilkan makna kemudian membagikan dengan orang lain (Atmojo & Nugroho, 2021)

Menurut Tennyson & Ray (2005) Analisis resepsi ini fokus melihat bagaimana khalayak berbeda dalam menafsirkan konten media sehingga mengambil sudut pandang khalayak dibandingkan media itu sendiri (Briandana et al., 2021). Berdasarkan jurnal Briandana (2019) Analisis ini juga melihat pengaruh kontekstual terhadap penggunaan media dan interpretasi serta makna dari seluruh pengalaman audiens (Briandana et al., 2021).

Menurut Stuart Hall (1980:128) dalam jurnal (Atmojo & Nugroho, 2021) proses negosiasi makna praktik resepsi memaparkan tiga interpretasi yang digunakan individu merespon apa yang dilihatnya dalam media yaitu, Dominant-Hegemonic position, Negotiated position, dan Oppositional position:

1. Dominant-Hegemonic position: Posisi ini disebut sebagai situasi dimana “the media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading” (media menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media juga disukai oleh khalayak). Sebuah situasi yang dimana media menyampaikan pesan dengan menggunakan kode budaya dominan dalam masyarakat.
2. Negotiated position: Posisi negosiasi adalah posisi dimana khalayak menerima ideologi dominan namun menolak penerapannya dalam kasus- kasus tertentu. Dalam hal ini, khalayak bersedia

menerima ideologi dominan yang bersifat umum, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian dalam penerapannya yang disesuaikan dengan aturan budaya setempat.

3. **Oppositional position:** Cara terakhir yang dilakukan khalayak dalam melakukan decoding terhadap pesan media adalah melalui oposisi yang terjadi ketika khalayak audiensi yang kritis mengganti atau mengubah pesan atau kode yang disampaikan media dengan pesan atau kode alternatif. Audiensi menolak makna pesan yang dimaksudkan atau disukai media dan menggantikannya dengan cara berpikir mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

METODE

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigmakonstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis Resepsi dengan pendekatan kualitatif. Analisis resepsi berfokus pada penerimaan dan pemaknaan pesan yang diterima oleh khalayak digunakan untuk memahami hubungan antara media dan khalayakdalam kehidupan sehari-hari.

Khalayak melakukan decoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi yaitu: Posisi Hegemoni Dominan (Dominant Hegemoni Position), Posisi Negosiasi (Negotiated Position), dan Posisi Oposisi (Oppositional Position),

Adapun informan ditentukan melalui teknik purposive sampling yang merupakan sampel nonrandom di mana peneliti menggunakan berbagai metode untuk menemukan semua kemungkinan kasus dari populasi yang sangat spesifik dan sulit dijangkau (Djamba & Neuman, 2014) dalam jurnal (Pramesthi J. A., 2021). Kriteria- kriteria informan yang ditentukan sebagai informan ialah sebagai berikut: Informan subscribers akun YouTube GadgetIn, Informan sudah menjadi subscribers selama 1 tahun, Informan rutin menyaksikan konten review gadget akun YouTube GadgetIn, Informan pengguna perangkat iPhone buatan Apple, Informan menonton video perbandingan empat kamera iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini ialah menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelitian terdahulu serta buku maupun jurnal pendukung yang relevan. Teknik analisis data menggunakan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Kemudian keabsahan data yang digunakan menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan analisis resepsi subscribers YouTube GadgetIn menggunakan konsep teori encoding-decoding Stuart Hall. Berikut merupakan hasil temuan penelitian:

Pendapat Informan Mengenai Konten Review Di Media Sosial YouTube. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan ketujuh informan tersebut, dapat dikatakan bahwa mereka mempunyai pendapat yang berbeda terkait konten review di media sosial YouTube. Terdapat empat informan yang berpendapat bahwa konten review di YouTube menjadi sumber informasi untuk memudahkan keputusan dalam memilih produk atau suatu tempat. Selain itu, terdapat dua informan yang menganggap dengan adanya konten review di YouTube, terutama yang dibuat oleh berbagai kreator konten, memberikan kebermanfaatan yang signifikan. Mereka memberikan informasi yang lebih rinci dan terperinci, baik tentang produk teknologi maupun barang rumah tangga. Sedangkan, satu informan lainnya mengatakan bahwa ia menyatakan bahwa bermanfaat atau tidaknya konten review tergantung penonton memilih kredibilitas content creator atau influencer untuk memastikan bahwa konten yang kita konsumsi dapat diandalkan.

Interpretasi Informan Mengenai Channel YouTube GadgetIn. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa dari ke 7 memiliki pemaknaan dominan, terhadap channel YouTube GadgetIn. Menurut Informan Bagus Channel YouTube GadgetIn lebih menarik dibandingkan dengan channel lainnya. Menurut Informan Amadeo Channel YouTube Gadgetin memberikan manfaat yang signifikan dengan menyediakan informasi tentang barang- barang elektronik. Menurut informan Reza Channel YouTube GadgetIn sebagai informasi utama untuk mengetahui barang yang diinginkannya. Menurut informan Dewi, informasi yang diberikan GadgetIn dapat dipercaya, dan mudah pahami. Menurut informan Khoirul channel YouTube GadgetIn sebagai channel review elektronik terlengkap. Sejalan dengan informan Reza, informan Yudhi menjadikan Channel YouTube GadgetIn sumber referensi ketika membutuhkan informasi seputar gadget dan informasi yang diberikan sangat berguna. Menurut informan Alfin konten review gadget nomor 1 di Indonesia karena memberikan konten yang edukatif dan informatif untuk penonton.

Interpretasi Informan Mengenai Daya Tarik Channel YouTube GadgetIn. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa dari ke 7 memiliki pemaknaan dominan, terhadap review daya tarik pada channel YouTube GadgetIn.

Bagus menyatakan bahwa salah satu faktor daya tarik utama dari akun YouTube GadgetIn adalah kualitas visual yang disajikan dalam videonya. Visual tersebut sangat menarik dan menarik perhatian penonton. Daya tarik dari channel YouTube GadgetIn menurut Amadeo terletak pada penyajian review yang baik serta objektif. Reza menyatakan bahwa daya Tarik YouTube fokus kontennya mengenai ulasan tentang gadget dan gaya komunikasi David selaku content creator GadgetIn, memudahkan penonton memahami informasi yang disampaikan dalam ulasan tersebut. Dewi memiliki pendapat yang serupa dengan Reza, Dewi menganggap daya tarik utama dari channel YouTube GadgetIn adalah gaya komunikasi David sebagai content creator. Dia juga menyoroti visual yang disajikan dalam konten, serta konsep studio yang dianggap universal dan menarik untuk semua jenis kelamin. Khoirul merasa GadgetIn menarik karena kontennya relevan dan mudah dimengerti oleh anak muda, dengan sapaan "halo guys, David disini" yang personal. Tampilan visualnya mengikuti tren, memberikan kesan kekinian dan menarik bagi penonton. Yudhi merasa GadgetIn menarik karena penjelasan dari David dan kualitas videografinya. Alfin menyatakan daya tarik channel YouTube GadgetIn terletak pada penyajian ulasan objektif dan informatif mengenai gadget serta barang elektronik, dengan fokus pada analisis mendalam dan penilaian berdasarkan data untuk memberikan nilai tambah kepada penonton.

Interpretasi Informan Mengenai Spesifikasi Konten Review Apple iPhone Pada Channel YouTube GadgetIn. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa dari ke 7 informan 5 diantaranya memiliki pemaknaan dominan, 1 Informan memiliki pemaknaan negosiasi, dan 1 informan memiliki pemaknaan oposisi terhadap review spesifikasi pada channel YouTube GadgetIn.

Bagus yang menyatakan bahwa penjelasan spesifikasi dalam konten tersebut menurutnya sangat akurat. menurut Amadeo kurang memuaskan konten perbandingan kamera iPhone tersebut. Karena menurutnya jika dijelaskan terfokus pada setiap fitur akan lebih baik. Dalam hal ini menurut peneliti pernyataan Amadeo tersebut masuk ke dalam oppositional position. menurut Reza informasi tentang spesifikasi dari konten tersebut sudah cukup jelas. Namun, kebutuhan spesifiknya kembali lagi ke preferensi masing-masing individu. Dalam hal ini menurut peneliti pernyataan Reza tersebut masuk ke dalam negotiation position. Menurut Dewi informasi tentang spesifikasi sangat membantu untuk individu yang ingin membeli produk dan sesuai dengan pengalamannya yang juga menggunakan iPhone 11 Pro.

Khoirul Fiqri memiliki pendapat yang hampir serupa dengan Dewi, bahwa konten tersebut sangat membantu bagi individu yang ingin membeli produk, contohnya membantu dirinya sendiri. Yudhi setuju dengan informasi spesifikasi yang diberikan, karena melihat dari hasil foto yang diberikan oleh GadgetIn.

Alfin memiliki pandangan lain namun ia tetap setuju dan merasa senang dengan kontennya karena memberikan informasi yang mendalam.

Interpretasi Informan Mengenai Keunggulan Dan Kekurangan Konten Review Apple iPhone Pada Channel YouTube GadgetIn. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa dari ke 7 informan 5 diantaranya memiliki pemaknaan dominan, 2 Informan memiliki pemaknaan negosiasi terhadap review keunggulan dan kekurangan pada channel YouTube GadgetIn.

Bagus merasa review konten tersebut memberikan pemahaman yang jujur mengenai kelebihan dan kekurangan dari perbandingan keempat kamera seri iPhone tersebut. Amadeo merasa review konten tersebut memunculkan sisi keunggulan dan kekurangannya. Reza tidak sepenuhnya setuju dengan konten review GadgetIn. Reza merasa bahwa penjelasan belum begitu spesifik karena GadgetIn hanya fokus pada fitur-fitur yang umumnya dicari oleh masyarakat, seperti keunggulan kamera. Reza merasa bahwa aspek-aspek lain, seperti kekurangan spesifikasi prosesor dan detail lainnya, belum dijelaskan secara mendalam oleh GadgetIn. Dalam hal ini menurut peneliti pernyataan Reza tersebut masuk ke dalam negotiation position. Dewi tidak sepenuhnya setuju dengan konten review GadgetIn. Keunggulan dan kekurangan suatu produk bergantung pada apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan yang dimilikinya atau tidak. Dalam hal ini menurut peneliti pernyataan Reza tersebut masuk ke dalam negotiation position. Khoirul merasa keunggulan dan kekurangan yang ada pada review konten tersebut memberikan sesuai dengan pengalamannya. Yudhi merasa keunggulan dan kekurangan yang ada pada review konten tersebut memberikan informasi sangat detail. Alfin tidak sepenuhnya menerima penjelasan yang disampaikan. Memang benar adanya keunggulan dan kekurangan yang ada pada review konten tersebut cukup adil dan dapat diterima di Masyarakat. Namun preferensi keunggulan atau kekurangan disesuaikan oleh penonton sendiri. Dalam hal ini menurut peneliti pernyataan Alfin tersebut masuk ke dalam negotiation position.

Interpretasi Informan Mengenai Testimoni Konten Review Apple iPhone Pada Channel YouTube GadgetIn. Berdasarkan hasil wawancara, dapat dikatakan bahwa dari ke 7 informan memiliki pemaknaan dominan, terhadap review testimoni pada channel YouTube GadgetIn.

Bagus sangat menyukai konten review perbandingan kamera iPhone tersebut karena memberikan testimoni hasil foto dari keempat kamera iPhone tersebut. Amadeo menyatakan bahwa testimonya sudah sangat baik dan sudah menjelaskan secara detail. Reza merasa konten review GadgetIn sangat baik karena memberikan hasil testimoni secara langsung dan sesuai kebutuhan. Dewi sangat menyukai konten review GadgetIn dan asli sesuai dengan pengalamannya menggunakan kamera iPhone 11 Pro dan 14 Pro untuk kebutuhan membuat konten pekerjaan. Khoirul merasa testimoni tersebut sangat baik karena relevan dengan pengalamannya yang sebenarnya. Yudhi merasa testimoni tersebut sangat detail karena penonton bisa mendapatkan informasi dari kamera masing-masing. Alfin menyatakan bahwa konten tersebut dianggap bagus karena sesuai dengan praktik yang dilakukan di lapangan, di mana GadgetIn menguji iPhone secara langsung, termasuk setiap kamera, dan menjelaskan perbedaannya dengan jelas.

Pembahasan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas terhadap satu konten yang diteliti dengan tiga kategori, yaitu spesifikasi, keunggulan dan kekurangan, dan testimoni, dapat disimpulkan bahwa konten review GadgetIn yang berjudul “Maaf Apple, saya nggak suka kamera iPhone baru. Bagus iPhone lama” diunggah dalam channel Youtube GadgetIn telah menciptakan pemaknaan yang berbeda. Hal ini terlihat dari jawaban yang disampaikan oleh para informan yang berada dalam kategori Dominant-hegemonic position, Negotiated position, dan Oppositional position. Jika dianalisis secara mendalam, perbedaan dalam interpretasi yang diberikan oleh para informan terhadap konten tentu dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan minat individual terhadap GadgetIn.

Pada interpretasi mengenai channel YouTube GadgetIn mendapatkan hasil keseluruhan tujuh informan berada dalam kategori dominant-hegemonic position, dalam posisi ini menyatakan bahwa

konten channel YouTube GadgetIn sangat informatif dalam mengulas suatu produk, sehingga informan menjadikan GadgetIn sebagai referensi sumber utama untuk mengetahui review mengenai gadget atau elektronik dibandingkan channel YouTube review lainnya. Hal tersebut karena pesan yang disampaikan GadgetIn dapat dipercaya, dan mudah dipahami bagi para audiens.

Faktor lain yang membuat channel YouTube GadgetIn menjadi referensi utama dalam mereview gadget adalah daya tarik David sebagai content creator. David memudahkan penonton untuk memahami informasi yang disampaikan dalam ulasannya melalui penyajian review yang baik dan objektif. Dengan sapaan "halo guys, David disini," ia menciptakan suasana personal, fokus pada analisis mendalam, dan memberikan penilaian berdasarkan data, yang semuanya memberikan nilai tambah kepada penonton. Selain itu, kualitas visual yang disajikan dalam videonya sangat menarik dan universal. Tampilan visualnya yang mengikuti tren juga memberikan kesan kekinian.

Hasil pernyataan informan mengenai channel YouTube GadgetIn sesuai dengan definisi konten review, berdasarkan jurnal (Rahman, 2021) Konten Review merupakan sebuah penilaian terhadap suatu produk yang didasari oleh pengalaman pengguna dalam format video. Adapun video ulasan ini terdiri dari beberapa unsur didalamnya, diantaranya pesan, daya tarik pesan, serta visualisasi atau pengambilan gambar yang terdapat dalam video tersebut. Secara daya tarik GadgetIn memberikan sesuatu yang unik dalam sebuah video ulasan dapat dijadikan sebagai daya tarik pesan dalam sebuah video ulasan, karena dengan hal itu seorang content creator dapat menarik perhatian penonton dengan gambar, narasi, atau teks yang membuat penonton menyaksikan video ulasan tersebut dari awal sampai akhir (Rahman, 2021). Secara visual aspek visual iklan yaitu mempertahankan makna naratifnya, sebagai bagian dalam adegan yang direpresentasikan sebagai apa yang mereka lakukan (Susanto, 2019)

Pada konten review GadgetIn yang berjudul "Maaf Apple, saya nggak suka kamera iPhone baru. Bagusan iPhone lama" fokus pada menjelaskan spesifikasi produk, menganalisis kelebihan dan kekurangan, serta memberikan testimoni tentang performa keempat kamera pada iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro.

Dalam interpretasi mengenai spesifikasi ulasan Apple iPhone di channel YouTube GadgetIn, terdapat variasi dalam makna yang diberikan oleh para informan, yang dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan minat individual terhadap GadgetIn. Terdapat lima informan berada dalam kategori dominant-hegemonic position, keseluruhan informan dalam posisi ini menyatakan bahwa ulasan mengenai spesifikasi yang disajikan sangat bermanfaat dan dianggap sangat akurat oleh informan, seperti informan Bagus yang menggunakan iPhone 11 Pro, dan informan Dewi yang juga memiliki pengalaman serupa. Selain itu, informasi tentang spesifikasi tersebut sangat membantu bagi individu yang ingin membeli produk, seperti yang dirasakan oleh informan Khoirul yang pada saat itu menonton konten review perbandingan iPhone 11 Pro hingga 14 Pro saat ia ingin membeli iPhone 14 untuk kebutuhan konten pekerjaannya. Para informan mereka merasa senang dengan konten tersebut karena memberikan informasi yang mendalam. Namun terdapat informan berada dalam kategori oppositional position, yang tidak menyukai spesifikasi yang disediakan karena menurut informan Amadeo, penjelasan spesifikasi kamera tidak cukup rinci dan tidak individual untuk setiap kamera iPhone. Informan Amadeo merasa bahwa informasi yang diberikan tentang detail kamera kurang memuaskan. Interpretasi oppositional position yang diciptakan oleh informan Amadeo berdasarkan latar belakangnya yang menonton konten review perbandingan kamera iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro untuk membeli salah satu iPhone tersebut. Sehingga menurut informan Amadeo, spesifikasi perlu lebih detail. Di antara opini yang cenderung memihak, terdapat informan Reza berada dalam kategori negotiated position karena benar adanya informasi mengenai spesifikasi dari konten tersebut sudah cukup jelas. Namun, kebutuhan spesifikasinya kembali lagi ke preferensi masing-masing individu.

Dalam interpretasi mengenai keunggulan dan kekurangan ulasan Apple iPhone di channel YouTube GadgetIn, terdapat variasi dalam makna yang diberikan oleh para informan, yang dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan minat individual terhadap GadgetIn. Terdapat empat informan

berada dalam kategori dominant-hegemonic position, keseluruhan informan dalam posisi ini menyatakan bahwa konten review tersebut tidak hanya menyajikan informasi yang komprehensif mengenai keunggulan dan kekurangan dari setiap kamera seri iPhone, tetapi juga memberikan pemahaman yang jujur dan detail. Mereka mengakui bahwa ulasan tersebut sangat membantu dalam membentuk perspektif yang lebih mendalam terkait dengan pilihan kamera yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing, dan memberikan wawasan yang cermat terhadap fitur-fitur khusus yang mungkin tidak diketahui sebelumnya. Namun terdapat informan berada dalam kategori negotiation position, yang tidak sepenuhnya menerima ulasan keunggulan dan kekurangan konten review tersebut. Terdapat tiga informan menyatakan bahwa GadgetIn dianggap cukup jelas, adil, dan diterima di masyarakat dalam menjelaskan kelebihan dan kekurangannya. Namun, informan Reza merasa kurangnya penjelasan karena hanya berfokus pada fitur-fitur umum, sementara aspek lain seperti kekurangan prosesor tidak dibahas secara mendalam. Hal tersebut karena latar belakang informan yang membutuhkan informasi mengenai keunggulan dan kekurangan kamera iPhone untuk menciptakan konten berupa video dan foto sebagai bagian dari strategi promosi bisnisnya. Selain itu, menurut Dewi ditekankan bahwa pandangan mengenai keunggulan dan kekurangan suatu produk sangat tergantung pada kebutuhan individu. Hal tersebut karena pengalaman Dewi menggunakan kamera iPhone 11 Pro dan kamera iPhone 14 Pro untuk pekerjaannya.

Dalam interpretasi mengenai testimoni konten review Apple iPhone pada channel YouTube GadgetIn, berdasarkan hasil penelitian terjadi persamaan makna yang disampaikan para informan. Terdapat tujuh informan berada dalam kategori dominant-hegemonic position, keseluruhan informan dalam posisi ini menyatakan bahwa konten tersebut dianggap berkualitas karena memberikan testimonial yang sesuai dengan pengalaman praktis di lapangan, di mana GadgetIn mengujicoba iPhone secara langsung, termasuk setiap kameranya, dan menjelaskan perbedaannya secara terperinci. Testimonial tersebut dianggap sangat informatif karena penonton dapat memperoleh informasi langsung dari setiap kamera yang diujikan.

GadgetIn melalui konten yang ia unggah di channel YouTube telah menerapkan proses penyampaian pesan yang sesuai dengan teori Encoding dan Decoding dari Stuart Hall. Dalam teori ini, GadgetIn sebagai Encoder mengirimkan pesan yang kemudian diterima oleh Decoder, yaitu para subscribersnya di YouTube, yang akan menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan pengalaman dan pemahaman mereka sendiri.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh melalui in-depth interview terhadap penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Penonton Pada Konten Review Apple iPhone pada Channel Youtube “GadgetIn”. Bahwa hasil penelitian ini mendapatkan tiga kategori posisi milik Stuart Hall yang dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan minat individual terhadap GadgetIn:

Dominant Hegemonic Position. Channel YouTube GadgetIn sangat informatif dalam mengulas suatu produk. Hal tersebut karena David memudahkan penonton untuk memahami informasi yang disampaikan dalam ulasannya melalui penyajian review yang baik dan objektif. GadgetIn memberikan ulasan spesifikasi yang sangat bermanfaat dan dianggap sangat akurat oleh informan. Serta memberikan keunggulan dan kekurangan yang membantu dalam membentuk perspektif lebih mendalam terkait dengan pilihan kamera yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Selain itu memberikan testimonial yang sangat informatif karena penonton dapat melihat langsung ujicoba kamera yang diberikan GadgetIn.

Negotiation Position. Channel YouTube GadgetIn sudah cukup jelas menjelaskan spesifikasi dari konten tersebut. Namun, kebutuhan spesifikasinya kembali lagi ke preferensi masing-masing individu. Selain itu, ulasan mengenai keunggulan dan kekurangan konten review tersebut. dianggap cukup jelas, adil, dan

diterima di masyarakat dalam menjelaskan kelebihan dan kekurangannya. Namun, informan Reza merasa kurangnya penjelasan karena hanya berfokus pada fitur-fitur umum, sementara aspek lain seperti kekurangan prosesor tidak dibahas secara mendalam dan menurut perlunya ditekankan bahwa pandangan mengenai keunggulan dan kekurangan suatu produk sangat tergantung pada kebutuhan individu.

Oppositional Position. Informan berada dalam kategori oppositional position, yang tidak menyukai spesifikasi yang disediakan karena menurut informan Amadeo, penjelasan spesifikasi kamera tidak cukup rinci dan tidak individual untuk setiap kamera iPhone. Informan Amadeo merasa bahwa informasi yang diberikan tentang detail kamera kurang memuaskan. Interpretasi oppositional position yang diciptakan oleh informan Amadeo berdasarkan latar belakangnya yang menonton konten review perbandingan kamera iPhone 11 Pro, 12 Pro, 13 Pro, dan 14 Pro untuk membeli salah satu iPhone tersebut. Sehingga menurut informan Amadeo, spesifikasi perlu lebih detail.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka peneliti dapat memberikan saran diantaranya:

1. Saran Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi tentang penelitian khususnya mengenai kajian analisis resepsi yang membahas tentang media sosial, dan content creator dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda agar dapat memperdalam yang berkaitan dengan tema yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Saran Praktis: Spesifikasi Produk: Spesifikasi kamera yang lebih terperinci dan individual untuk setiap kamera iPhone. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan informan yang menginginkan informasi yang lebih mendalam mengenai detail kamera, Keunggulan dan Kekurangan: Keunggulan dan kekurangan konten review dapat diperluas dengan lebih mendalam, khususnya dalam aspek-aspek yang dianggap kurang tercakup, seperti fitur prosesor.

DAFTAR RUJUKAN

- Annur, C. M. (2024, January 17). Volume Pengiriman Smartphone Global Berdasarkan Produsen (Kuartal Iv-2023), Juta Unit. Databoks.Com.
- Atmojo, W. T., & Nugroho, C. (2021). Pembacaan Audiens Tentang Informasi Kota Solo (Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @Agendasolo) Audience Read About Solo City Information (Reception Analysis Of @Agendasolo Instagram Account's Followers).
- Briandana, R., Fasta, F., Mihardja, E. J., & Qasem, A. (2021). Exploring Self Identity: An Analysis Of Audience Reception Of Vlogs. *Jurnal Aspikom*, 6(2), 303. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.921>
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). 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.*
- Fakhrudin, M. H., & Dr. Nofha Rina, M. (2023). Pengaruh Konten Channel Youtube Gadgetin Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Gadget (Survei Pada Generasi Z Subscribers Channel Youtube Gadgetin). <https://laakfkb.telkomuniversity.ac.id/>.
- Farah Malikka, A. &. (2022). Keilmuan Dan Keislaman Analisis Resepsi Terhadap Romantisme Pada Vlog Youtube (Studi Analisis Resepsi Vlog Youtube "Isti Ve Musab" Pada Penonton Perempuan). *Jurnal Keilmuan Dan Keislaman*.
- Hadi, I. P. (2021). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. 5.
- Hidayah, A. N., & Widodo, A. (2022). Resespsi Audiens Dada Personal randing Habib Husein Jafar Di Youtube Channel "Jeda Nulis". *Kalijaga Journal Of Communication*, Vol. 3, No. 2, 2021: 153-16.

- Hudson, S, H. L. (2015). The Influence Of Social Media Interactions On Consumer–Brand Relationships: A Three-Country Study Of Brand Perceptions And Marketing Behaviors. *International Journal Of Research In Marketing*.
- Iqbal, M. (2022, July 29). Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, Dan Etika Membuat Konten (2022).
- Kasih, J. (2018, Desember 06). Gamedia Blog. From Www.Gamedia.Com: <https://Www.Gamedia.Com/Blo g/Jenis-Konten-Video-Paling- Populer-Di-Youtube/>
- Lestari, E. V. (2023, Januari 5). Konten Youtube Paling Hits Incaran Influencer Demi Dapat Like Dan Uang. From <https://Www.Cekaja.Com/>: <https://Www.Cekaja.Com/Info/K onten-Youtube-Paling-Hits>
- Mc Quail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa Mc Quail Edisi 6 Buku 1. In Teori Komunikasi Massa Mc Quail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Selemba Humanika.
- Mcquail, D. (1997). *Audience Analysis*. London. Sage Publications, Inc, 5.
- Millah, S. (2022, June 03). Ternyata, Ini Kategori Konten Youtube Yang Paling Populer . From <https://Hypeabis.Id/>: <https://Hypeabis.Id/Read/13578/Ternya ta-Ini-Kategori-Konten-Youtube-Yang- Paling-Populer>
- Mspoweruser. (2024, January 2). 60 Statistik Iphone Untuk 2024: Penggunaan, Penjualan & Pangsa Pasar. Mspoweruser.Com.
- Muhamad, N. (2024, February 13). 10 Tipe Smartphone Terlaris Di Dunia 2023, Iphone Juaranya. Databoks.Com.
- Pramesthi, J. A. (2021). Analisis Resepsi Terhadap Pernikahan Multikultural. *Jurnal Komunikasi & Bahasa*.
- Pramesthi, J. A. (2021). Analisis Resepsi Terhadap Pernikahan Multikultural. *Nivedana : Jurnal Komunikasi & Bahasa Volume 2, Nomor 1, Juli 2021*.
- Pratiwi, N., & Delliana, S. (2022). Pengaruh Konten Food Vlog Di Akun Youtube Ria Sw Terhadap Perilaku Konsumtif Subscriber. *Jurnal Komunikatio*, 44.
- Rahim, K. H. (2017). Penggunaan Media Sosial Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial Oleh Pemimpin Pelajar Universiti Di Bandar Pekan Baru, Riau, Indonesia. *Journal Of Social Sciences And Humanities*, 88-89.
- Rahman, A. (2021). Pengaruh Konten Review Smartphone Samsung Galaxy A72 Di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat(Survey Pada Penonton Channel Youtube Gadgetin). *Journals Upi Vol. Xxvi No.2*, 85.
- Susanto, P. C. (2019). Curiosity As An Effective In-Stream Advertising Appeal: Visual And Textual Study Of Levi's Circles Ad. *International Seminar On Language, Education, And Culture, Kne Social Sciences*, 427.
- Setyawan, S., & Putra, R. A. (2022). Motivasi Subscriber Dalam Menonton Channel Youtube Gadgetin. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 6(1), 123. <https://Doi.Org/10.24853/Pk.6.1.1 23-128>
- Trianto, R. A., Mansur, S., & Asse, R. A. (2022). Resepsi Khalayak Pada Personal Branding Ganjar Ranowo Di Youtube Ganjar Pranowo. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume 21, No.01*, 113.
- Wahyuni, D., Yanto, & Narti, S. (2020). Analisis Resepsi Penonton Terhadap Pesan Video “Saya Mualaf Bila” Di Akun Channel Youtube Deddy Corbuzier. *Sengkunijournal –Social Sciences And Humanities*, 18.