RESPON VIEWERS TERHADAP PROMOSI PRODUK PARFUM PADA *LIVE STREAMING YOUTUBER* GIM ADE SETIAWAN

SKRIPSI

Oleh:

Bagus Al Rasyid

202110415060

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

RESPON VIEWERS TERHADAP PROMOSI PRODUK PARFUM PADA *LIVE STREAMING YOUTUBER* GIM ADE SETIAWAN

SKRIPSI

Oleh:

Bagus Al Rasyid

202110415060

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	RESPON VIEWERS TERHADAP PROMOSI PRODUK PARFUM PADA LIVE STREAMING YOUTUBER GIM ADE SETIAWAN
Nama Mahasiswa	:	Bagus Al Rasyid
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415060
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi		23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0319059501

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	RESPON VIEWERS TERHADAP PROMOSI PRODUK PARFUM PADA LIVE STREAMING YOUTUBER GIM ADE SETIAWAN
Nama Mahasiswa	:	Bagus Al Rasyid
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415060
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dwinarko, M.M., M.H. .....
NIDN. 0312026604

Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si .....
NIDN. 0319059501

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik. S.I.Kom., M.I.Kom .....
NIDN. 0327119701

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D.
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul RESPON VIEWERS TERHADAP PROMOSI PRODUK PARFUM PADA LIVE STREAMING YOUTUBER GIM ADE SETIAWAN ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Bagus Al Rasyid

202110415060

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Bagus Al Rasyid. 202110415060. Respon audiens terhadap promosi produk parfum yang dilakukan oleh kreator konten gim, Ade Setiawan, melalui platform live streaming YouTube. Promosi disisipkan secara spontan dalam konten permainan yang tidak berkaitan langsung dengan produk, namun tetap menarik perhatian penonton. Fenomena ini mencerminkan pergeseran strategi promosi digital dari pendekatan formal menjadi lebih personal dan kontekstual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk respon audiens dari segi kognitif, afektif, dan konatif terhadap promosi yang disampaikan secara tidak langsung dan dengan gaya komunikasi yang santai. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada empat informan yang merupakan penonton aktif kanal Ade Setiawan, serta observasi terhadap konten live streaming yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens mampu menangkap pesan promosi dengan baik (respon kognitif), merasa terhibur dan terhubung secara emosional (respon afektif), serta memiliki dorongan untuk mencari informasi atau membeli produk (respon konatif). Keberhasilan promosi tidak hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, tetapi terutama pada kredibilitas kreator dan kedekatan komunikasi yang dibangun secara natural dengan audiens. Penelitian ini berkontribusipada respon viewers, khususnya dalam konteks live streaming sebagai media promosi yang efektif di kalangan audiens muda dan pengguna media sosial.

Kata Kunci: respon audiens, live streaming, komunikasi viewers, YouTuber gim

ABSTRAK

Bagus Al Rasyid. 202110415060. *Audience responses to perfume product promotions conducted by gaming content creator Ade Setiawan on YouTube live-streaming. The promotional messages are inserted spontaneously within gameplay segments content that is not directly related to the product yet still succeed in capturing viewers' attention. This phenomenon signals a shift in digital promotion strategies from formal, product-centered approaches to more personal and contextual communication styles. The primary objective of the research is to identify and analyze audience responses across cognitive, affective, and conative dimensions to promotions delivered indirectly and in a relaxed conversational manner. A second objective is to determine the extent to which the creator's credibility and personal communication style influence audience trust and their subsequent decision-making regarding the promoted product. A qualitative approach was employed, using in-depth interviews with four active viewers of Ade Setiawan's channel and observations of relevant live-stream sessions. Findings reveal that viewers comprehend the promotional messages effectively (cognitive response), feel entertained and emotionally engaged (affective response), and exhibit a motivation to seek further information or purchase the product (conative response). The success of the promotion is determined not merely by the product itself but more importantly by the creator's perceived credibility and the natural, personable rapport established with the audience. This research contributes to the development of digital communication strategies, particularly highlighting live streaming as an effective promotional medium among young audiences and social-media users.*

Keywords:

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang Maha Esa atas limpahan rahmat, berkah, dan karunia-Nya, disini penulis ingin mengucapakan terima kasi kepada orang tua tercinta karena berkat doa dan dukungan mereka penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Sehingga skripsi yang berjudul "Respon Viewers Terhadap Promosi Produk Parfum Pada Live Streaming Youtuber Gim Ade Setiawan" dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC)., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan pada semester genap.
4. Bapak Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi.

Dipindai dengan CamScanner

5. Seluruh jajaran Bapak/Ibu Dosen, dan para staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bersifat akademik hingga non akademik dari mulai awal semester hingga sekarang.
6. Kepada kedua orang tua tercinta, saudara, serta keluarga yang dengan penuh kasih telah memberikan motivasi, nasihat, dan doa tulus selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Kannia Rinjani Putri Zahra, Projen Pamili, Kelvin Stepanus Tarigan, Naufal Al-bari, sahabat yang selalu setia memberikan semangat, doa, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kehadiran dan kebersamaan yang berarti.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dan terdapat berbagai kekurangan dalam penulisannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta saran yang konstruktif agar penelitian ini dapat berkembang menjadi lebih baik di masa mendatang. Demikian, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis,



Bagus Al Rasyid

202110415060

Dipindai dengan CamScanner

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang **1**
1.2 Fokus Penelitian **6**
1.3 Pertanyaan Penelitian **6**
1.4 Tujuan Penelitian **7**
1.5 Manfaat Penelitian **7**
1.5.1 Manfaat Teoretis 7
1.5.2 Manfaat Praktis 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Tinjauan Konseptual 16
2.2.1 Respon Audiens 16
2.2.2 Konten Promosi 17
2.2.3 YouTube 17
2.2.4 *Live Streaming YouTuber* Gim 18

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Berpikir 19
BAB III METODE PENELITIAN 21
3.1 Pendekatan Penelitian 21
3.2 Desain Penelitian 21
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 21
3.4 Teknik Pengumpulan Data 22
3.4.1 Wawancara 22
3.4.2 Observasi 22
3.4.3 Dokumentasi 23
3.5 Teknik Analisis Data 23
3.5.1 Reduksi Data 23
3.5.2 Penyajian Data 24
3.5.3 Penarikan Kesimpulan 24
3.6 Keabsahan Data 25
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian 25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 21
4.1 Hasil Penelitian 27
4.1.1 Gambaran Umum Akun YouTube Ade Setiawan 27
4.1.2 Profil Informan 30
4.1.3 Respon Kognitif Pengalaman Audiens Menonton Live Streaming 33
4.1.4 Respon Afektif Perasaan Terhadap Promosi Parfum 35
4.1.5 Respon Konatif Dorongan Bertindah Setelah Melihat Promosi 36
4.2 Pembahasan 38
4.2.1 Respon Audiens terhadap Promosi dalam Live Streaming 38
4.2.2 Kesadaran Informan terhadap Promosi Parfum 41
4.2.3 Pengolahan Informasi ole Informan terhadap Promosi Parfum 43
4.2.4 Daya Ingat Informan terhadap Informasi produk 46

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 48

5.1 Kesimpulan 48

5.2 Saran 49

3.5.2 Saran Akademis 49

3.5.2 Saran Peneliti 50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 26
Tabel 4.1 Profil Informan 30

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Youtuber Gim Ade Setiawan 4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 19
Gambar 4.1 Tampilan Akun YouTube Ade Setiawan (se1awanade) 29
Gambar 4.2 Tampilan Akun Instagram Ade Setiawan (se1awanade) 29

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Mahasiswa

Lampiran II : Pedoman Wawancara

Lampiran III : Form Transkip Wawancara

Lampiran IV : Reduksi Wawancara

Lampiran V : Kartu Bimbingan

Lampiran VI : Form Perbaikan

Respon Viewers.., Bagus Al Rasyid, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025