

**ANALISA RESEPSI YOUTUBE CHANNEL
SO SO GOOD COFFEE COMPANY DALAM KONTEN
“MAGIC LATTE!! NIHH CARA BIKINNYA!”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono

230970002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2025**

**ANALYSIS OF THE RECEPTION OF
THE YOUTUBE CHANNEL
So So Good Coffee Company In The Content
“MAGIC LATTE!! NIHH CARA BIKINNYA!”**

AN UNDERGRADUATED THESIS

Submitted in one of fulfillment of the requirements for
the Degree of Communication Science



Compiled by:

Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono

230970002

**DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2025**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN / ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono

230970002

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono
NIM : 230970002
JUDUL : Analisa Resepsi Youtube Channel So So Good Coffee
Company Dalam Konten “MAGIC LATTE!! NIHH
CARA BIKINNYA!”
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 30 Januari 2025

Menyetujui,

Pembimbing II



(Fira Sarasati, S.I.Kom., M.Sc)

Pembimbing I



(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono
NIM : 230970002
JUDUL : Analisa Resepsi Youtube Channel *So So Good Coffee Company* dalam konten “*MAGIC LATTE!! NIHH CARA BIKINNYA!*”
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Jakarta, 25 Februari 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

Dr. Achmad Budiman Sudarsono S.Sos, M.IKom (.....)

Anggota Penguji I

Drs. Solten Rajagukguk, MM (.....)

Anggota Penguji II

Helen Olivia, M.IKom (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.IKom)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.d)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono
NIM : 230970002
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik
Jumlah Halaman : xi + 126 Halaman + 5 Lampiran
Bibliografi : 24 Buku; 5 Jurnal

ABSTRAK

Perkembangan media digital mengubah masyarakat mengakses informasi. *YouTube* sebagai platform video berperan membentuk tren serta edukasi di berbagai industri. Kanal *YouTube* yang aktif dalam edukasi kopi di Indonesia adalah *So So Good Coffee Company*, Kanal ini menyajikan konten edukatif mengenai kopi, termasuk video "Magic Latte!! Nihh Cara Bikinnya!" yang menjadi objek penelitian ini. Video tersebut menuai beragam respons dari audiens. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana audiens menafsirkan dan menerima konten yang disajikan melalui *YouTube*.

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi berdasarkan Stuart Hall, yang mengkategorikan pemaknaan audiens ke dalam *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position* dengan pendekatan kualitatif deskriptif

Data di kumpulkan dengan teknik *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam kepada audiens dengan latar belakang beragam, termasuk barista profesional, pengusaha, pekerja kantoran, komunitas kopi, serta generasi muda yang aktif di media sosial yang memiliki rentang usia 25-35 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens dari latar belakang kopi profesional cenderung berada dalam *Negotiated Position*. Audiens umum, terutama yang baru mengenal kopi, berada dalam *Dominant-Hegemonic Position*. Namun, terdapat juga audiens dalam *Oppositional Position* yang mengkritik tren *Magic Latte* sebagai sekadar rebranding dari metode pembuatan kopi yang sudah ada.

Penelitian ini menegaskan *YouTube* berperan sebagai media edukasi efektif dalam industri kopi, namun perbedaan latar belakang audiens mempengaruhi cara mereka memahami suatu konten. Oleh karena itu, pembuat konten di industri kopi disarankan menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih inklusif, menyajikan konten yang berbasis riset, serta berinteraksi dengan audiens untuk memperkaya pemahaman dan kredibilitas informasi.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, Media Baru, *YouTube*,
Pembimbing I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos, M.IKom
Pembimbing II : Fitri Sarasati, S.IKom.,M.

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

NAME : Laurentius Aditya Bhagas Wicaksono
STUDENT ID : 230970002
STUDY PROGRAM : Communication Studies
SPECIALIZATION : Journalism
NUMBER OF PAGE : xi + 126 Pages + 5 attachments
Bibliografi : 24 Books; 5 Journals

ABSTRACT

The evolution of digital media has transformed how society accesses information. As a video platform, YouTube plays a significant role in shaping trends and providing education across various industries. One YouTube channel actively engaged in coffee education in Indonesia is So So Good Coffee Company. This channel offers educational content about coffee, including the video "*Magic Latte!! Nihh Cara Bikinnya!*", which serves as the subject of this study. The video has garnered diverse responses from the audience. Therefore, this research aims to analyze how audiences interpret and engage with content presented on YouTube.

This study employs Stuart Hall's reception analysis method, which categorizes audience interpretation into three positions: Dominant-Hegemonic Position, Negotiated Position, and Oppositional Position, using a qualitative descriptive approach.

Data was collected through Focus Group Discussions (FGD) and in-depth interviews with a diverse audience, including professional baristas, entrepreneurs, office workers, coffee community members, and young individuals active on social media within the age range of 25–35 years old.

The findings indicate that audiences from professional coffee backgrounds tend to fall into the Negotiated Position. General audiences, particularly those new to coffee, are mostly in the Dominant-Hegemonic Position. However, some audiences take an Oppositional Position, criticizing the Magic Latte trend as merely a rebranding of existing coffee-making methods.

This study reinforces YouTube's role as an effective educational medium in the coffee industry. However, audience backgrounds significantly influence how they perceive content. Therefore, coffee industry content creators are encouraged to adopt a more inclusive communication approach, present research-based content, and actively engage with audiences to enhance understanding and credibility of information.

Keywords : Reception Analysis, New Media, YouTube
Advisor I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, S.Sos, M.IKom
Advisor II : Fitri Sarasati, S.IKom, M.S