

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Channel YouTube GadgetIn merupakan *channel YouTube* yang fokus pada ulasan, *review*, dan penjelasan terkait dengan teknologi dan *gadget*. Di *channel* ini, penonton dapat menemukan video-video yang membahas berbagai jenis *gadget* seperti *smartphone*, laptop, aksesoris teknologi, dan perangkat elektronik lainnya. *GadgetIn* dikenal karena menyajikan konten yang informatif dan menyeluruh, termasuk pengujian performa, desain, fitur, perbandingan produk, dan harga pembelian (Suryadi, 2020). Selain itu, *channel* ini juga memberikan tips dan trik seputar penggunaan *gadget* serta berita terbaru dari dunia teknologi. *Channel YouTube GadgetIn*, dengan format *review* yang dikenal informatif dan terpercaya, telah menjadi sumber informasi utama bagi banyak pengguna *gadget* di Indonesia. Dengan jangkauan yang luas, konten-konten yang diunggah oleh *GadgetIn* memiliki tujuan untuk mempermudah kebutuhan masyarakat untuk memperoleh informasi terkait *gadget* yang mereka cari (Zahra, 2023).

Konten *review gadget* dari *GadgetIn* edisi "Rekomendasi HP TERBAIK buat akhir 2023/awal 2024!", menyajikan berbagai produk *gadget* dari beragam merek dalam satu tayangan, memberikan rekomendasi *smartphone* terbaik untuk periode akhir 2023 dan awal 2024. *GadgetIn* juga memberikan opsi sesuai dengan berbagai rentang harga, membuat konten ini representatif untuk berbagai segmen pasar. Video ini dapat memberikan gambaran komprehensif dan objektif mengenai ulasan *gadget* dari perspektif *GadgetIn*. Pada tanggal 14 Desember 2023, *GadgetIn* mengunggah video tersebut, yang dirilis menjelang akhir tahun, waktu strategis ketika banyak orang mencari rekomendasi produk untuk dibeli menjelang liburan Natal dan

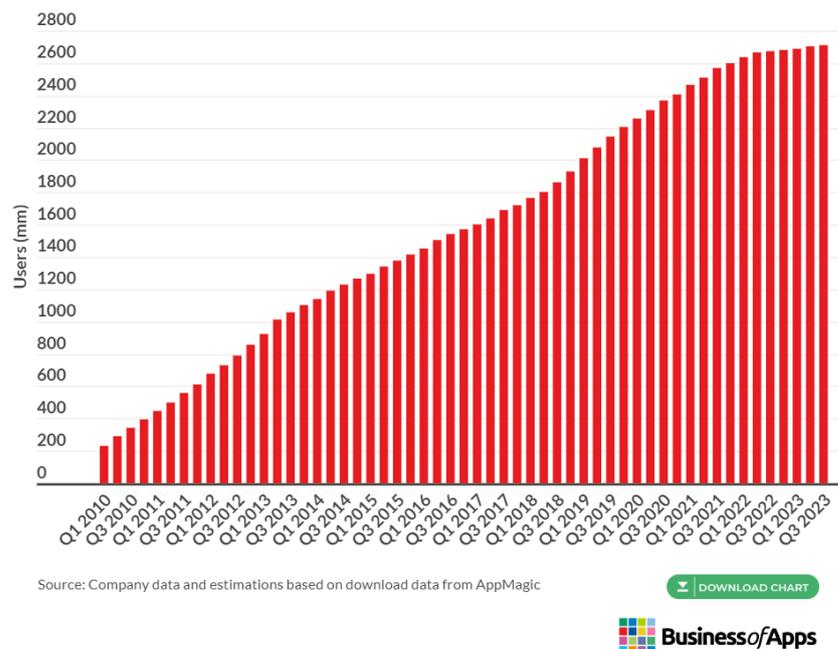
Tahun Baru. Konten mencakup isi berupa rekomendasi yang dapat membantu penonton memperoleh informasi seputar rekomendasi *gadget* selama periode akhir tahun 2023 hingga awal 2024.

Respon komentar penonton terhadap konten tersebut menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Dalam kolom komentar, penonton memberikan berbagai tanggapan yang mencerminkan persepsi, pengalaman, dan harapan mereka terhadap rekomendasi yang diberikan oleh GadgetIn. Respon-respon ini penting untuk dipahami karena mereka memberikan wawasan tentang bagaimana audiens menafsirkan konten yang disajikan (Reza, 2023). Kolom komentar menjadi sarana penting bagi penonton untuk berbagi pendapat, bertanya, atau sekadar menyampaikan apresiasi terhadap konten yang disajikan. Melalui kolom komentar yang tersedia, penonton dapat memberikan respons berupa tanggapan, pertanyaan atau kritik terhadap konten yang disajikan oleh *Channel YouTube GadgetIn*. Dalam konteks ini, respons penonton dalam kolom komentar menjadi sangat penting untuk dipahami (Azhari & Apriadi, 2020). Melalui komentar-komentar tersebut, kita dapat melihat bagaimana penonton merespons konten *review gadget* yang disajikan oleh *Channel YouTube GadgetIn*, termasuk resepsi, kebutuhan dan harapan mereka terhadap konten tersebut.

Konten *review gadget*, menjadi salah satu konten yang diminati di *YouTube*, karena membantu penonton memperoleh informasi yang mereka perlukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu produk sebelum membelinya (Tjakradinata & Ardianti, 2024). Terdapat *channel-channel* yang dibuat khusus untuk membahas *review gadget* yang sedang tren di perkembangan teknologi ini, seperti GadgetIn, Dhiarcom, Sobat Hape, Jagat *Review*, dan sebagainya. Dari semua *channel YouTube* yang bertema teknologi dan *review gadget* tersebut, *Channel YouTube GadgetIn* yang terbesar, dengan subscribers yang mencapai 10,8 juta dengan jumlah video yang diupload 1,3 ribu video dan telah ditonton sebanyak 2.458.772.304x ditonton. Daripada *channel* bertema *gadget* yang lain seperti *Channel Dhiarcom* dengan 2,26 juta

subscribers, 1,3 ribu video, 310.485.207x ditonton; *Channel Jagat Review* dengan 1,61 juta subscribers, 3 ribu video, 373.140.601x ditonton; kemudian *Channel Sobat Hape* 1,06 juta subscribers, 1,5 ribu video, 258.373.849 x ditonton. Data tersebut diambil melalui statistik yang diakses langsung melalui aplikasi *YouTube* pada 20 Desember 2023.

Dalam dunia penggunaan *gadget*, tidak bisa dipungkiri sangat erat sekali hubungannya dengan dunia online, yang besar kemungkinan apapun bisa dilakukan dengan cara online melalui *gadget* yang kita miliki. Seperti perkembangan aplikasi sosial media yang telah menjadi faktor penting dalam penyebaran informasi, termasuk informasi tentang teknologi dan *gadget* (Cholik, 2021). Salah satu sosial media yang sangat populer di era digital adalah *YouTube*. *YouTube* sendiri merupakan platform online atau aplikasi yang memfasilitasi pengguna untuk menonton, mengunggah, dan berbagi dalam bentuk video secara global. Eksistensi aplikasi ini terbilang terus mengalami peningkatan. Dengan statistik yang mengesankan, yaitu jumlah pengguna yang terus mengalami perkembangan setiap tahunnya.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna *YouTube*

Menurut data dari perusahaan riset aplikasi Business of Apps, 5 tahun belakangan ini mulai tahun 2018 pengguna *YouTube* di dunia mencapai 1,864 miliar, tahun 2019 mencapai 2,147 miliar pengguna, tahun 2020 mencapai 2,365 miliar pengguna, tahun 2021 mencapai 2,567 miliar pengguna, tahun 2022 mencapai 2,671 miliar pengguna, tahun 2023 kuartal 3 meningkat mencapai 2,714 miliar pengguna. *YouTube* menjadi salah satu platform utama yang dipilih oleh pengguna untuk mencari informasi, termasuk informasi mengenai *gadget* (Iqbal, 2024).

YouTube menyediakan beragam konten video yang mencakup berbagai kategori seperti musik, hiburan, edukasi, gaming, fashion, kuliner, travel, teknologi, berita, kesehatan, seni, anak-anak, unboxing, dan masih banyak lagi. *YouTube* memberikan platform luas bagi pembuat konten dari seluruh dunia untuk berbagi pengetahuan, hiburan, dan pengalaman dengan jutaan pengguna yang memiliki minat dan kebutuhan yang beragam (Priatna, 2023). Dengan fitur pencarian dan rekomendasi yang canggih, pengguna dapat menemukan konten yang sesuai dengan minat pribadi mereka, menjadikan *YouTube* sebagai sumber hiburan semata ataupun menjadikannya sebagai sumber informasi yang berharga dalam kehidupan.

Perkembangan teknologi masa kini telah mengubah cara kita menjalani kehidupan sehari-hari. Salah satu tren utamanya adalah Internet of Things (IoT), di mana semakin banyak perangkat yang terkoneksi ke internet dan saling berkomunikasi untuk memudahkan kegiatan sehari-hari. Penggunaan *gadget* juga mengalami peningkatan yang signifikan, di mana *smartphone* dan tablet menjadi pusat kehidupan digital kita, memberikan akses cepat ke informasi, komunikasi, hiburan, dan layanan online (Saputra et al., 2023). Meskipun perkembangan *gadget* bervariasi di antara negara dan kelompok masyarakat, namun trennya menunjukkan bahwa penggunaan *gadget* terus berkembang dan menjadi semakin umum di kalangan masyarakat modern (Danuri, 2019).

Penggunaan *gadget* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di banyak negara di seluruh dunia termasuk Indonesia (Arifin, 2015). Data dan survei menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat, terutama di negara maju dan berkembang memiliki setidaknya satu jenis *gadget*, seperti *smartphone* atau tablet. Di Indonesia sendiri, survei Think Tech pada tahun 2023 menyatakan bahwa negara ini menempati peringkat keempat sebagai pasar ponsel terbesar di dunia, setelah China, India, dan Amerika Serikat. Dengan lebih dari 354 juta perangkat aktif di Indonesia, jumlah ini bahkan melampaui total penduduk yang hanya sekitar 278,69 juta jiwa pada pertengahan tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan besar setiap individu menggunakan lebih dari satu ponsel dalam kehidupan sehari-harinya (Saskia & Pertiwi, 2023).

Gap riset yang teridentifikasi adalah kurangnya penelitian yang mendalam mengenai bagaimana penonton merespons konten *review gadget* di GadgetIn melalui komentar yang mereka berikan. Penelitian sebelumnya lebih terfokus pada analisis konten secara keseluruhan atau melalui survei, sementara resepsi dan respon individual penonton melalui interaksi langsung dari kolom komentar masih terbatas atau bahkan belum diselidiki secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi yang memungkinkan untuk pemahaman yang lebih dalam terhadap resepsi penonton terhadap konten *review gadget* di *channel YouTube* GadgetIn melalui analisis komentar mereka pada kolom komentar konten tersebut. Dengan teori resepsi dari Stuart Hall yang memberikan landasan yang kuat untuk memahami bagaimana penonton merespons konten *review gadget* di *channel YouTube* GadgetIn dimana pesan media "encoded" oleh produsen (dalam hal ini adalah konten *review gadget* di GadgetIn), tetapi juga bagaimana pesan tersebut "decoded" oleh penonton sesuai dengan konteks, pengetahuan, atau pengalaman mereka sendiri yang tertuang dalam kolom komentar (Meilasari & Wahid, 2020).

Dengan pertumbuhan pesat industri teknologi dan penggunaan sosial media sebagai sumber informasi utama, serta popularitas *Channel YouTube GadgetIn* sebagai sumber utama *review gadget* yang telah dijabarkan diatas, penelitian tentang respon penonton terhadap konten *review gadget* di *channel* tersebut menjadi sangat relevan dan bermanfaat. Dengan pemahaman yang mendalam tentang respons penonton, kita dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang preferensi dan kebutuhan konsumen dalam industri teknologi yang terus berkembang pesat. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Studi Audiens Penonton *Channel YouTube GadgetIn* Edisi Rekomendasi HP Terbaik Buat Akhir 2023/Awal 2024!”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi penonton *channel YouTube GadgetIn* edisi rekomendasi HP terbaik buat akhir 2023/awal 2024!?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui resepsi penonton *channel YouTube GadgetIn* edisi rekomendasi HP terbaik buat akhir 2023/awal 2024!.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai literasi dan dasar pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan mampu memberikan wawasan khususnya di bidang komunikasi. Menjadi kontribusi terhadap

pemahaman tentang konten *review gadget* di platform digital khususnya *YouTube* dan resepsi penonton sehingga dapat digunakan untuk pihak-pihak yang membutuhkan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana untuk menambah wawasan dan pemahaman lebih lanjut mengenai resepsi penonton terhadap konten *review gadget* di *channel YouTube GadgetIn* dengan menggunakan analisis resepsi.

b. Bagi Konten Kreator

Penelitian ini dapat digunakan oleh konten kreator untuk menghasilkan konten yang lebih informatif, akurat, dan berkualitas. Selain itu, juga dapat memahami audiens lebih baik, mengikuti tren terkini dan membangun kemampuan dalam bidangnya dan bisa menjadi sumber inspirasi untuk ide-ide kreatif yang unik dan relevan.

c. Bagi Penonton

Penelitian ini dapat memastikan konten *review GadgetIn* memberikan informasi yang akurat dan objektif tentang produk atau layanan tertentu. Penelitian yang mendalam juga memungkinkan konten *review* untuk menyajikan analisis yang komprehensif, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang kelebihan dan kekurangan suatu produk, serta membandingkannya dengan produk sejenis lainnya di pasaran. Akhirnya, dapat memberikan kepercayaan tambahan kepada penonton terhadap konten *review* tersebut, karena ulasan yang didukung oleh fakta dan data yang kuat cenderung lebih dipercayai, memberikan nilai tambah kepada pengalaman menonton dan membantu penonton memperoleh informasi yang lebih baik.

d. Bagi Akademik

Penelitian ini bisa menjadi acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengambil informasi mengenai resepsi

penonton dan konten *review gadget*. Dapat juga memberikan informasi pemberdayaan perpustakaan yang bermanfaat bagi Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

e. Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengambil konsep penelitian. Memberikan gambaran tentang bagaimana informasi sebenarnya yang terjadi di lapangan. Sehingga kajian ilmiah ini bisa diuji lebih mendalam.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yang fokus pada deskripsi kejadian yang dialami, dirasakan, dan diungkapkan dalam bentuk pernyataan penjelasan. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara apa adanya dan menekankan pada kualitas informasi yang diperoleh (Subagiyo, 2017). Dalam hal ini, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang resepsi penonton terhadap konten *review gadget* di *channel YouTube GadgetIn* edisi “Studi Audiens Penonton *Channel YouTube GadgetIn* Edisi Rekomendasi HP Terbaik Buat Akhir 2023/Awal 2024!” melalui analisis komentar-komentar yang ditinggalkan oleh penonton pada kolom komentar. Dengan mengumpulkan data secara langsung dari sumber asli, yaitu komentar-komentar penonton, penelitian ini dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari resepsi penonton terhadap konten tersebut. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna-makna yang tersembunyi dan kompleks dari interaksi antara pembuat konten dan penonton, serta memberikan pemahaman yang mendalam

tentang dinamika yang terjadi dalam resepsi penonton terhadap konten *review gadget*.

Menggunakan metode penelitian netnografi, sebuah metode penelitian yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki dan menganalisis dinamika yang terjadi di dunia digital (Karolina & Zarkasi, 2023). Dalam konteks ini, netnografi menjadi alat penting untuk memahami pola interaksi, perilaku, dan preferensi yang muncul dalam komunitas online, khususnya dalam hal interaksi penonton dengan konten *review gadget* di *Channel YouTube GadgetIn*. Netnografi, pada dasarnya, menghadirkan para peneliti ke dalam dunia digital, memungkinkan mereka untuk menjadi pengamat langsung atas kegiatan dan interaksi yang terjadi di dalamnya. Dengan meneliti komentar, tanggapan, dan interaksi antara penonton dalam lingkungan digital ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana konten *review gadget* dipahami, dinikmati dan direspons oleh audiens.

1.5.2 Prosedur Penelitian

Penelitian tentang resepsi penonton terhadap konten *review gadget* di *Channel YouTube GadgetIn* memerlukan persiapan yang matang sebelum pelaksanaan penelitian. Penelitian ini dilakukan secara daring (online) dengan pengumpulan data dilakukan melalui internet yaitu melalui platform *YouTube*. Meskipun demikian, lokasi fisik penelitian tidak terbatas artinya bisa dimana saja, karena akses ke platform online terutama *YouTube* tersebut tidak terbatas oleh batas geografis.

Peneliti memulai tahap persiapan pada tanggal 20 Desember 2023 dengan penetapan tema penelitian, tujuan penelitian, pemilihan metode penelitian dan pemilihan konten *review gadget* yang sesuai, yaitu konten *review gadget* dari *channel YouTube GadgetIn* dengan judul “Rekomendasi HP TERBAIK buat akhir 2023/ awal 2024!”

Setelah persiapan, pada tanggal 15 Januari 2024, peneliti mengumpulkan komentar-komentar dari kolom komentar video yang dipilih tersebut dengan cara diimport menggunakan aplikasi analisis data yaitu MAXQDA, yang peneliti install melalui laptop. Caranya yaitu dengan menyalin link video yang telah dipilih sebelumnya, kemudian membuka aplikasi MAXQDA dan diaplikasi tersebut di menu import *YouTube* data tersedia kolom untuk memasukkan tautan video yang akan dianalisis. Setelah dimasukkan tautannya aplikasi MAXQDA akan otomatis menampilkan semua komentar dalam konten tersebut.

Selanjutnya, tahap analisis data dilakukan dengan melakukan klasifikasi, koding dan analisis data terhadap komentar-komentar penonton. Tahap ini peneliti lakukan pada tanggal 15 Januari 2024 hingga kurang lebih tiga bulan hingga tanggal 20 April 2024. Dalam proses analisis ini, konsep analisis resepsi *encoding – decoding* Stuart Hall menjadi pedoman untuk memahami pola-pola, tema-tema dan resepsi yang muncul dari komentar-komentar tersebut. Yaitu dengan menambahkan kode dan subkode resepsi penonton posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi. Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian pada Bab IV yang disusun dengan konteks penelitian dan kajian teoritis yang telah disiapkan di Bab I dan Bab II.

Setelah proses analisis selesai, laporan penelitian disusun yang mencakup semua tahap penelitian, hasil temuan, kesimpulan dan saran yang disesuaikan dengan pedoman penulisan yang telah tersedia. Tahap ini peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2024. Dengan demikian, prosedur penelitian ini dirancang untuk memastikan keberhasilan dan keakuratan penelitian serta hasil yang bermanfaat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1.5.3 Partisipan Penelitian

1.5.3.1 Kriteria Subjek/Partisipan Penelitian

Peneliti memfokuskan subjek penelitian pada penonton atau individu *YouTube* yang secara langsung memberikan komentar di kolom komentar video *review gadget* di *channel YouTube GadgetIn*, terutama pada video yang menjadi fokus pada penelitian ini, yaitu konten dengan judul “Rekomendasi HP TERBAIK buat akhir 2023/awal 2024!”. Dengan kata lain, subjek penelitian ini sudah pasti telah menonton konten tersebut dan meninggalkan jejak komentar sebagai respons mereka.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian bisa berbagai latar belakang, usia, jenis kelamin, serta memiliki tingkat pengalaman yang berbeda terkait penggunaan *gadget*. Pendekatan ini memberikan kesempatan untuk memahami berbagai perspektif dan pemahaman dari berbagai segmen penonton, baik dari mereka yang memiliki pengetahuan mendalam tentang *gadget* maupun yang hanya memiliki pemahaman terbatas.

1.5.3.2 Teknik Pemilihan Partisipan

Teknik pemilihan partisipan pada penelitian ini dilakukan dengan cara mencari kata yang paling banyak digunakan pada kolom komentar. Dalam satu konten *YouTube* pasti memiliki banyak komentar dengan berbagai pembahasan. Pada edisi konten yang menjadi penelitian ini terdapat komentar sebanyak 7.242 komentar, namun peneliti hanya memilih komentar yang mengandung kata “beli” sejumlah 100 komentar yang peneliti ambil dari komentar teratas. Peneliti memperoleh kata “beli” sebagai kata yang paling sering dibahas adalah menggunakan bantuan aplikasi MAXQDA dengan menggunakan fitur Word Frequencies. Dengan memakai kata yang sering dibahas oleh penonton, maka dapat memberikan

pengetahuan tentang bagaimana kata beli tersebut menjadi populer dan paling banyak dibahas oleh penonton di kolom komentar.

1.5.4 Teknik dan Instrument Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data:

Peneliti akan mengumpulkan komentar-komentar dari kolom komentar video yang dipilih tersebut dengan cara diimport menggunakan aplikasi analisis data yaitu MAXQDA, yaitu dengan menyalin link video yang telah dipilih sebelumnya, kemudian membuka aplikasi MAXQDA dan diaplikasi tersebut di menu import *YouTube* data tersedia kolom untuk memasukkan tautan video yang akan dianalisis. Setelah dimasukkan tautannya aplikasi MAXQDA akan otomatis menampilkan semua komentar dalam konten tersebut. Kemudian peneliti akan menyortir komentar yang menggunakan kata “beli” yaitu komentar yang sesuai kriteria penelitian menggunakan fitur pencarian yang ada dalam aplikasi MAXQDA.

2. Instrumen Pengumpulan Data:

Dalam konteks penelitian ini, kode dan subkode yang dibuat dalam MAXQDA mencerminkan instrumen analisis yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami respons penonton terhadap konten *review gadget* di *Channel YouTube GadgetIn*. Setiap kode dan subkode mengidentifikasi aspek-aspek tertentu dari resepsi penonton yang sesuai dengan indikator-indikator teori resepsi Stuart Hall.

Dengan menggunakan kode dan subkode ini, peneliti dapat melakukan analisis data yang mendalam dan menyeluruh tanpa perlu melakukan wawancara langsung dengan responden. Data yang dikumpulkan dari komentar-komentar di *YouTube* dapat disusun dan dianalisis menggunakan klasifikasi kode yang telah dibuat, sehingga memungkinkan peneliti untuk menemukan resepsi penonton yang relevan dan sesuai dengan penelitian.

Berikut adalah tabel klasifikasi kode dan subkode dalam penelitian mengenai respons penonton terhadap konten *review gadget* di *Channel YouTube GadgetIn*:

Indikator	Kode Utama	Subkode	Lexical Code
Analisis	Resepsi	<i>Dominant</i>	Setuju, Yakin,
Resepsi	Penonton	<i>Reading</i>	Percaya, Jujur,
Stuart Hall		<i>Audience</i>	Sesuai, Bagus, Senang
		<i>Negotiated</i>	Kurang Setuju,
		<i>Reading</i>	Saran,
		<i>Audience</i>	Sebaiknya, Negosiasi, Diskusi
		<i>Oppositional</i>	Menolak, Tidak
		<i>Reading</i>	Setuju, Tidak
		<i>Audience</i>	Yakin, Tidak Percaya, Tidak Jujur, Tidak Sesuai, Jelek, Sedih

Table 2. 1 Klasifikasi Kode Penelitian (MAXQDA)

1.5.5 Teknik Analisis Data

1.5.5.1 Uji kredibilitas data

Dalam penelitian ini, untuk meningkatkan kredibilitas data, peneliti menerapkan teknik meningkatkan ketekunan. Ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan yang lebih cermat dan berkesinambungan terhadap komentar-komentar di kolom komentar video *review gadget* di *channel YouTube GadgetIn* yang sesuai

kriteria yang ditentukan secara menyeluruh satu per satu. Selain itu, peneliti juga membaca referensi buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian terkait untuk mendukung temuan data. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan dianalisis memiliki kredibilitas yang tinggi (Subagiyo, 2017).

1.5.5.2 Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis resepsi sebagai kerangka kerja untuk memahami komentar penonton terhadap konten *review gadget channel YouTube GadgetIn*. Peneliti memilih analisis resepsi ini terinspirasi oleh teori *Encoding - Decoding* Stuart Hall yang menjelaskan bahwa posisi audiens terbagi menjadi 3 macam, yaitu posisi *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional* (Claretta et al., 2022). Metode analisis resepsi ini akan digunakan untuk mengurai dan menganalisis komentar-komentar yang ditinggalkan oleh penonton. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pesan konten yang disampaikan GadgetIn tersebut diterima, dipahami dan diinterpretasikan oleh penonton.

Dalam proses analisis data ini, peneliti dibantu dengan aplikasi MAXQDA dengan menggunakan fitur *Smart Coding Tool* yang memungkinkan peneliti dengan mudah mengklasifikasikan tiap komentar yang sudah dikumpulkan sebelumnya satu persatu sesuai dengan kode dan subkode yang telah dibuat dalam instrument penelitian. Ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai pola, tema dan tren yang muncul dalam respons penonton terhadap konten *review gadget* di *Channel YouTube GadgetIn* dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana penonton merespons konten *review gadget* di *channel YouTube GadgetIn*.