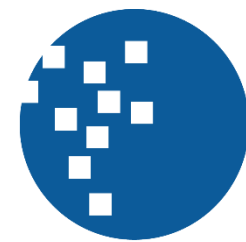


**RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN
SEPATU BRAND LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON
PRODUCT REVIEW DI CHANNEL YOUTUBE DR. TIRTA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Tadeus Yefta Onesiforus

00000029770

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN
SEPATU BRAND LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON
PRODUCT REVIEW DI CHANNEL YOUTUBE DR. TIRTA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tadeus Yefta Onesiforus
00000029770

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tadeus Yefta Onesiforus

Nomor Induk Mahasiswa : 00000029770

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN SEPATU *BRAND LOKAL* (STUDI PADA REMAJA PENONTON *PRODUCT REVIEW* DI *CHANNEL YOUTUBE DR. TIRTA*)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Mei 2025



(Tadeus Yefta Onesiforus)

HALAMAN PENGESAHAN

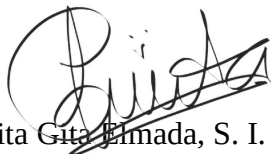
Skripsi dengan judul
RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN SEPATU
BRAND LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON *PRODUCT REVIEW*
DI *CHANNEL* YOUTUBE DR. TIRTA)

Oleh

Nama : Tadeus Yefta Onesiforus
NIM : 00000029770
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Strategic Communication

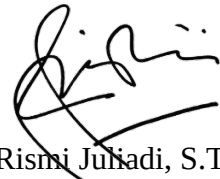
Telah diujikan pada hari, 3 Juni 2025
Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Maria Advenita Gita Elmada, S. I. Kom., M.Si.
NIDN: 0309129202

Penguji



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si
NIDN: 0320077401

Pembimbing



Dr. Arsa Widhiarsa Utoyo, S.T., M.Sn
NIDN: 0313068201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tadeus Yefta Onesiforus

NIM : 00000029770 Program Studi :

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN SEPATU *BRAND* LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON *PRODUCT REVIEW* DI *CHANNEL* YOUTUBE DR. TIRTA).

Oleh

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 21 Mei 2025



Tadeus Yefta Onesiforus

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGGUNAAN SEPATU *BRAND* LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON *PRODUCT REVIEW* DI *CHANNEL* YOUTUBE DR. TIRTA dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Andrey Andoko selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Arsa Widityarsa Utoyo, S.T., M.Sn sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 21 Mei 2025



Tadeus Yefta Onesiforus

RESEPSI NILAI-NILAI *LOCAL PRIDE* DALAM PENGUNAAN SEPATU *BRAND* LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON *PRODUCT REVIEW* DI CHANNEL YOUTUBE DR. TIRTA)

Tadeus Yefta Onesiforus

ABSTRAK

Perkembangan digital, khususnya media sosial dan YouTube, telah mendorong perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam mendukung produk-produk lokal. Salah satu platform yang aktif mengampanyekan nilai-nilai *local pride* adalah channel YouTube Dr. Tirta, melalui seri kontennya bertajuk #TirtaLokal. Ulasan produk yang disajikan tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga menyampaikan narasi kebanggaan terhadap produk lokal Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana remaja atau dewasa muda menafsirkan pesan-pesan nilai *local pride* yang disampaikan melalui konten *product review* sepatu lokal di channel YouTube Dr. Tirta. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemaknaan audiens terhadap *brand* sepatu lokal, serta melihat sejauh mana resepsi tersebut berdampak pada sikap dan keputusan pembelian produk lokal oleh audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *reception analysis* atau analisis resepsi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tiga partisipan usia 21–25 tahun yang aktif menonton dan berkomentar pada konten Dr. Tirta. Proses analisis menggunakan model *encoding/decoding* dari Stuart Hall, dengan tiga kategori posisi pemaknaan: *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Triangulasi sumber dan dokumen digunakan untuk menjaga validitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua partisipan berada pada posisi *hegemonic dominant*, yaitu sepenuhnya menerima pesan *local pride* yang disampaikan dalam konten. Satu partisipan berada dalam posisi *negotiated*, di mana ia setuju sebagian nilai yang disampaikan tetapi tetap selektif dalam memilih produk lokal. Faktor yang memengaruhi resepsi meliputi pengalaman pribadi, latar belakang sosial, dan keterlibatan dalam media digital. Konten YouTube Dr. Tirta berhasil membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran akan produk lokal, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Proses decoding yang dilakukan oleh partisipan juga memperlihatkan bahwa media digital mampu menjadi sarana efektif dalam membangun nasionalisme ekonomi melalui komunikasi yang relevan dan menarik bagi generasi muda.

Kata kunci: *Local pride*, resepsi audiens, YouTube, sepatu lokal, Stuart Hall.

RESEPSI NILAI-NILAI LOCAL PRIDE DALAM PENGUNAAN SEPATU BRAND LOKAL (STUDI PADA REMAJA PENONTON PRODUCT REVIEW DI CHANNEL YOUTUBE DR. TIRTA)

Tadeus Yefta Onesiforus

ABSTRACT

The rise of digital platforms, especially social media and YouTube, has significantly influenced consumer behavior, including support for local products. One prominent platform promoting local pride values is Dr. Tirta's YouTube channel through his #TirtaLokal series. These product review videos not only serve promotional purposes but also convey a narrative of national pride in Indonesian local brands. This study aims to understand how adolescents or young adults interpret messages of local pride conveyed through local shoe product review content on Dr. Tirta's YouTube channel. Additionally, the research seeks to identify the factors that influence the audience's interpretation of local shoe brands and to examine the extent to which this reception affects their attitudes and purchasing decisions toward local products. This research employs a qualitative approach using reception analysis. Data were collected through in-depth interviews with three participants aged 21–25 who actively watch and engage with Dr. Tirta's content. The data were analyzed using Stuart Hall's encoding/decoding model, which categorizes audience interpretation into three positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. Source and document triangulation were applied to ensure data validity. The findings indicate that two participants occupy the dominant-hegemonic position, fully accepting the local pride message presented in the content. One participant holds a negotiated position, partially accepting the message while remaining selective in choosing local products. Factors influencing reception include personal experience, social background, and digital media involvement. Dr. Tirta's YouTube content successfully shapes public opinion, increases awareness of local brands, and influences purchasing decisions. The audience decoding process shows that digital media can effectively foster economic nationalism through messages that are relevant and engaging to younger generations.

Keywords: Local pride, audience reception, YouTube, local sneakers, Stuart Hall.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Landasan Konsep	20
2.4 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	21
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Pemilihan Informan / Unit Analisis (Analisis Isi)*	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1. Data Primer	24
3.6 Keabsahan Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	27
4.1.1. Subjek Penelitian	27

4.1.2. Objek Penelitian	27
4.2 Hasil Penelitian.....	30
4.2.1. Sub Judul Hasil Penelitian	32
4.2.2. Sub Judul Hasil Penelitian	34
4.2.3. Sub Judul Hasil Penelitian	34
4.3 Pembahasan	41
4.3.1. Sub Judul Pembahasan	41
4.3.2. Sub Judul Pembahasan	43
4.3.3. Sub Judul Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	54
5.2.1 Saran Akademis	54
5.2.2 Saran Praktis.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	17
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 3.1 Tabel Artisan Penelitian Analisis Resepsi Resepsi Nilai-Nilai Local Pride Dalam Penggunaan Sepatu Brand Lokal (Studi Pada Remaja Penonton Product Review Di Channel Youtube Dr. Tirta).....	23



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten <i>Review Kanky Shoes</i> Oleh Dr.Tirta ...	3	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.2 Interview Dr.Tirta Dengan Media Hypebeast Tentang <i>#Localpride</i> ..	4	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1.3 Data Platform Media Sosial Untuk Riset Produk.....	5	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 Proses Encoding-Decoding Oleh Stuart Hall.....	14	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2 Alur Penelitian.....	20	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Konten Review Sepatu Kanky x Tirta Story Kaze.....	29	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Konten Rekomendasi Dari Dr.Tirta Untuk 10 Sepatu Lokal Terbaik.....	33	Error! Bookmark not defined.

