

**ANALISIS PENGEMASAN VIDEO IKLAN YOUTUBE BIBIT VERSI
“CARA MUDAH INVESTASI REKSA DANA DI BIBIT BARENG
DEDDY CORBUZIER” SEBAGAI BRAND RECOGNITION**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Eka Wahyuning Putri

17.96.0303

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

**ANALISIS PENGEMASAN VIDEO IKLAN YOUTUBE BIBIT VERSI
“CARA MUDAH INVESTASI REKSA DANA DI BIBIT BARENG DEDDY
CORBUZIER” SEBAGAI BRAND RECOGNITION**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Eka Wahyuning Putri

17.96.0303

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGEMASAN VIDEO IKLAN YOUTUBE BIBIT VERSI
“CARA MUDAH INVESTASI REKSA DANA DI BIBIT BARENG
DEDDY CORBUZIER” SEBAGAI BRAND RECOGNITION**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Wahyuning Putri

17.96.0303

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,



Kalis Purwanto, Dr, MM

NIK: 190302357

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**ANALISIS PENGEMASAN VIDEO IKLAN YOUTUBE BIBIT VERSI
"CARA MUDAH INVESTASI REKSA DANA DI BIBIT BARENG DEDDY
CORBUZIER" SEBAGAI BRAND RECOGNITION**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Wahyuning Putri

17.96.0303

telah di pertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 10 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dosen Kalis Purwanto, Dr, MM

NIK: 190302357

Kartikasari Yudaningar S.I.Kom., M.A.

NIK 190302444

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom

NIK 190302437

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 10 Agustus 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, ST, S.T, M.Kom

NIK 190302125



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan/ atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

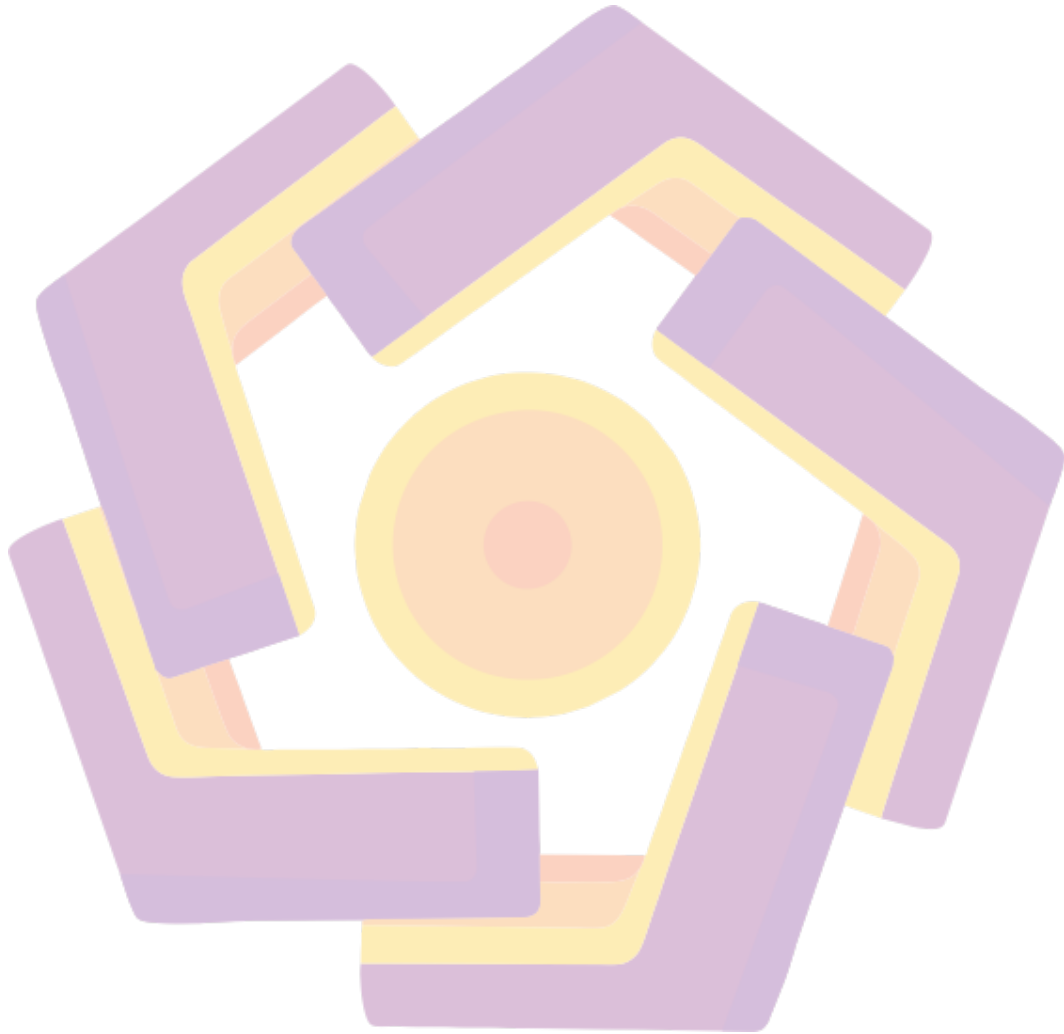


Eka Wahyuning Putri
NIM 17.96.0303

MOTTO

“Genggamlah dunia sebelum dunia menggenggamu.”

“When you die first, the movie you make will end up sad. So, stay alive and survive then success will follow.”



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini Untuk : Allah SWT. & Rasulullah SAW.
Untuk Engkau, Dzat yang selalu membimbing serta meneguhkan hati dan pikiran
untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan untukmu Rasulullah yang telah mengentaskan kami semua dari jaman kebatilan menuju jaman yang lebih baik.

Untuk kedua Orang Tua yang telah diciptakan oleh Sang Pencipta guna mendidik serta memberi kasih sayang dan perhatian kepada penulis yang notabene tidak akan pernah mampu membalas kebaikan Ayah dan Ibu tercinta.

Teman Dekatku Maisya dan Mba Uut

Kau adalah teman seperjuanganku yang selalu mendukungku yang tidak luput dari kesalahan.

Kekasih Hati Alfin Fauzian Rasyid

Untuk kekasih hatiku yang selalu memberi motivasi dan tidak pernah berhenti memberikan semangat

Adikku

Untuk adik tercinta, yang selalu menjadi motivasi penulis agar secepatnya menjadi orang yang berdikari

KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberika rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukamn sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
2. Kalis Purwanto, Dr, MM selaku Dose Pembimbing
3. Kartikasari Yudaningar S.I.Kom., MA selaku Dosen Penguji 1
4. Sheila Lestari Pudrianisa, M.I.Kom

Yogyakarta, 10 Agustus 2023

Penulis

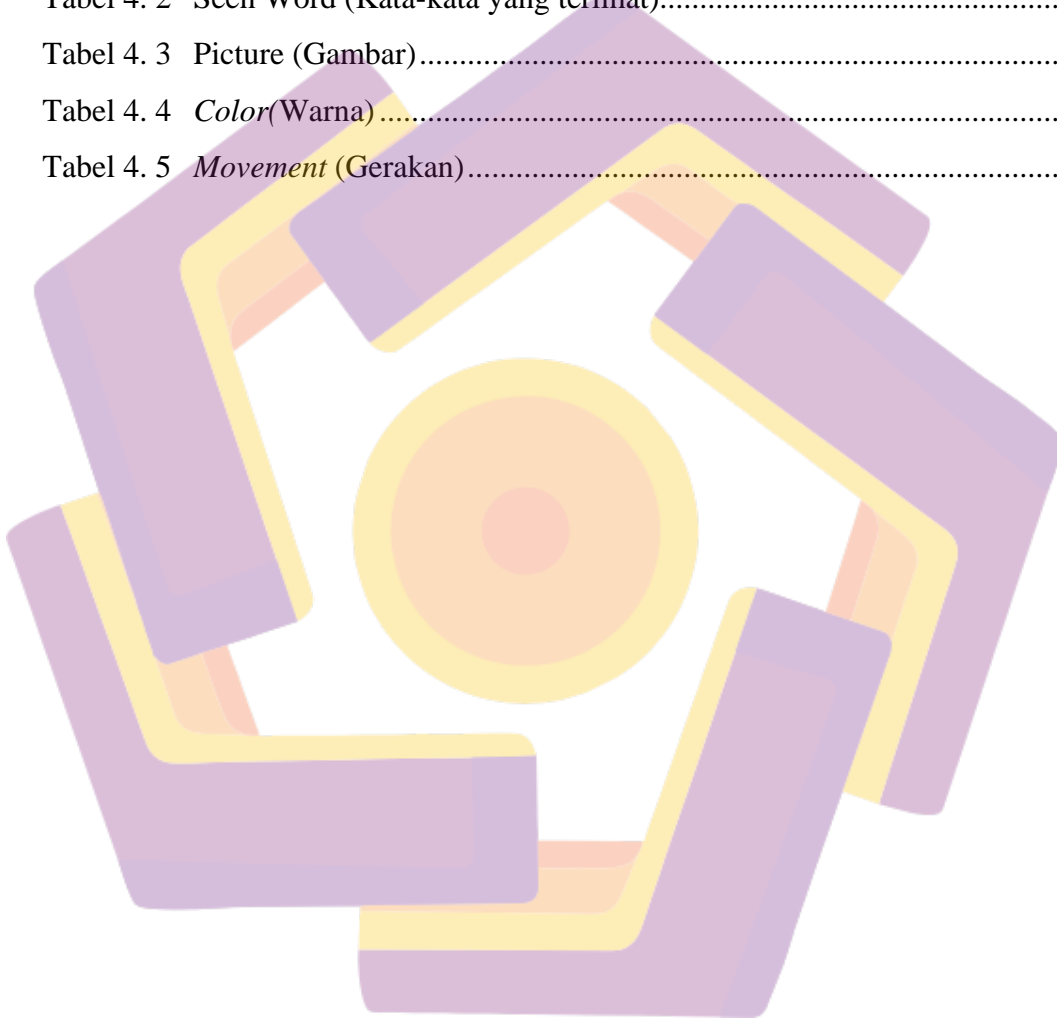
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Profil Aplikasi Bibit	8
2.2.2 YouTube.....	9
2.2.3 Pengemasan Iklan	10
2.2.4 <i>Brand Awareness</i>	12
2.2.5 Kerangka Berpikir.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Desain Penelitian	16
3.1.1 Jenis Penelitian.....	16
3.1.2 Metode Penelitian	16
3.1.3 Paradigma Penelitian.....	17

3.2	Objek Penelitian	18
3.3	Jenis dan Sumber Data	19
3.3.1	Data Primer	19
3.3.2	Data Sekunder	20
3.4	Teknik Pengumpulan Data	20
3.4.1	Dokumentasi	21
3.5	Teknik Analisis Data	21
3.5.1	Pengumpulan Data	22
3.5.2	Reduksi Data	22
3.5.3	Penyajian Data	22
3.5.4	Penarikan Kesimpulan	22
3.6	Trianggulasi / Validasi Data (waktu)	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Hasil	24
4.1.1	Video Iklan Bibit	24
4.1.2	6 Elemen Pengemasan Iklan	25
4.2	Pembahasan	32
BAB V PENUTUP		37
5.1	Kesimpulan	37
5.2	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4. 1 <i>Heard word and Sound Effect</i> (Kata-kata yang terdengar dan efek suara).....	25
Tabel 4. 2 <i>Seen Word</i> (Kata-kata yang terlihat).....	26
Tabel 4. 3 <i>Picture</i> (Gambar).....	28
Tabel 4. 4 <i>Color</i> (Warna).....	30
Tabel 4. 5 <i>Movement</i> (Gerakan).....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur & Gender	1
Gambar 1. 2	Persentase Akses Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun 2020.....	2
Gambar 1. 3	Starup Investasi Paling Dikenal Masyarakat Tahun 2022.....	3
Gambar 2. 1	Piramida Tingkatan Brand Awareness.....	13
Gambar 2. 2	Kerangka Pemikiran	15
Gambar 3. 1	Video Iklan Bibit.....	21



INTISARI

Pengemasan Iklan Youtube menjadi salah satu media yang digunakan Bibit untuk brand recognition. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana Pengemasan Iklan Youtube Bibit Versi “Cara Mudah Investasi Reksa Dana Di Bibit Bareng Deddy Corbuzier” sebagai *brand recognition*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan objek berupa video iklan Bibit dengan judul “Cara Mudah Investasi Reksa Dana di Bibit Bareng Deddy Corbuzier” yang terdapat di kanal YouTube miliknya. Video iklan tersebut berdurasi 56 detik, diunggah pada 2020 dan dapat diakses dengan bebas di kanal YouTube. Objek dapat diidentifikasi untuk menemukan elemen-elemen pengemasan iklan.

Hasil dari penelitian ini iklan Bibit versi “Cara Mudah Investasi Bareng Deddy Corbuzier” ditemukan bahwa pemasaran dalam rangka mengenalkan *brand* dan produk, Bibit tidak menggunakan keseluruhan elemen-elemen pengemasan iklan. Salah satu elemen yang tidak digunakan yaitu *music* (musik). Dalam video iklan tersebut *heard word*, *seen word*, dan *color* merupakan elemen yang ditonjolkan oleh Bibit. Sedangkan *picture* dan *movement* digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat *heard word* dan *seen word* agar lebih mudah tersampaikan kepada target audiens.

Kata Kunci: Iklan, YouTube, Bibit, Brand Awareness

ABSTRACT

Youtube Ad Packaging is one of the media used by Bibit for brand recognition. This study aims to analyze how the Bibit Youtube Ad Packaging Version "Easy Ways to Invest in Mutual Funds at Bibit with Deddy Corbuzier" as brand recognition.

This research uses qualitative descriptive method with content analysis approach. For data collection, researchers used an object in the form of a Bibit advertising video with the title "Easy Ways to Invest in Mutual Funds in Bibit with Deddy Corbuzier" on his YouTube channel. The ad video is 56 seconds long, uploaded in 2020 and freely accessible on the YouTube channel. Objects can be identified to find the packaging elements of advertising.

The results of this study of the Bibit's advertisement version of "Easy Ways to Invest with Deddy Corbuzier" found that marketing in order to introduce brands and products, Bibit does not use all elements of advertising packaging. One element that is not used is music. In the ad video, heard word, seen word, and color are elements highlighted by Bibit. While pictures and movements are used as support to strengthen heard words and seen words to make them easier to convey to the target audience.

Keywords: Ads, YouTube, Bibit, Brand Awareness