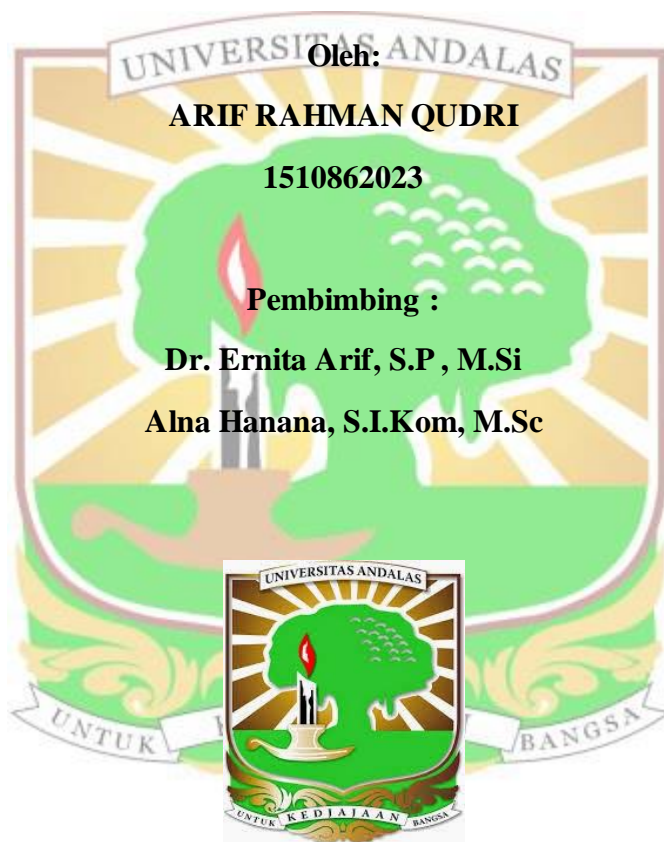


**ANALISIS RESEPSI GENERASI Z TERHADAP IKLAN *POP-UP*  
*GENSHIN IMPACT* DI CHANNEL YOUTUBE *MIAWAUG***

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**PADANG**  
**2022**

## ABSTRAK

### ANALISIS RESEPSI GENERASI Z TERHADAP IKLAN *POP-UP* *GENSHIN IMPACT* DI CHANNEL YOUTUBE *MIAWAUG*

Oleh:

**ARIF RAHMAN QUDRI**

**151862023**

Pembimbing:

**Dr. Ernita Arif, S.P , M.Si**

**Alna Hanana, S.I.Kom, M.Sc**

Di Indonesia, bermain *game* merupakan kegiatan yang sering dilakukan setiap hari. Berdasarkan survei, jumlah *gamer* Indonesia termasuk tinggi. Maka dari itu Indonesia merupakan tempat yang sangat cocok untuk memasarkan *game* yaitu melalui iklan *game*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi Generasi Z terhadap iklan *pop-up Genshin Impact* di channel YouTube *Miawaug*. Metode pada penelitian ini adalah kualitatif, menggunakan paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, teknik wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori *Reception Analysis* untuk melihat bagaimana resepsi Generasi Z terhadap iklan *pop-up Genshin Impact* di channel YouTube *Miawaug*. Hasil penelitian menunjukkan resepsi Generasi Z terhadap iklan *pop-up Genshin Impact* di channel YouTube *Miawaug* terbagi menjadi tiga posisi yaitu *accepting*, bahwa informan menerima media yang dikonsumsi. Posisi kedua yaitu *negotiated*, bahwa informan menerima maupun menolak namun dengan adanya alasan tertentu, namun mereka akan melakukan beberapa pengecualian. Posisi ketiga yaitu *oppositional*, bahwa informan menolak dengan konten media yang diterimanya.

**Kata Kunci** : Iklan, Khalayak, Resepsi, YouTube.

## **ABSTRACT**

### **GENERATION Z RECEPTION ANALYSIS OF GENSHIN IMPACT POP-UP ADVERTISING ON MIAWAUG YOUTUBE CHANNEL**

**By:**

**ARIF RAHMAN QUDRI**

**151862023**

**Thesis Guide:**

**Dr. Ernita Arif, S.P , M.Si**

**Alna Hanana, S.I.Kom, M.Sc**

*In Indonesia, playing games is an activity that is often done every day. Based on the survey, the number of Indonesian gamers is high. Therefore, Indonesia is a very suitable place to market games, namely through game advertising. This study aims to determine Generation Z's reception of the Genshin Impact pop-up advertisement on the Miawaug YouTube channel. The method in this research is qualitative, using constructivism paradigm. Data was collected using observation, interview techniques, and documentation. This study uses Reception Analysis Theory to see how Generation Z's reception of the Genshin Impact pop-up advertisement on the Miawaug YouTube channel is. The results showed that Generation Z's reception of the Genshin Impact pop-up ad on the Miawaug YouTube channel was divided into three positions, namely accepting, that the informant accepted the media consumed. The second position is negotiated, that informants accept or reject but with certain reasons, but they will make some exceptions. The third position is oppositional, where the informant rejects the media content he receives.*

**Keywords:** Advertising, Audience, Reception, YouTube.

