

**ANALISIS ISI DAN RESPON AUDIENS TERHADAP KONTEN
KERAWANAN PANGAN PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

SKRIPSI

Oleh

**RAHMA DINI SYAFITRI
NIM 2110271012**

**Pembimbing I : Dr.Ir., Hery Bachrizal Tanjung, M.Si.
Pembimbing II : Dr. Sri Wahyuni, S.Pt., M.Si**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS ISI DAN RESPON AUDIENS TERHADAP KONTEN KERAWANAN PANGAN PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya YouTube, sebagai sarana komunikasi pembangunan dan penyebaran informasi isu publik, termasuk kerawanan pangan. Permasalahan penelitian adalah bagaimana pesan mengenai kerawanan pangan dikemas dalam konten YouTube serta bagaimana respon audiens terhadapnya. Tujuan penelitian adalah menganalisis isi kerawanan pangan dalam konten YouTube dan mengidentifikasi respon audiens terhadap empat video bertema kerawanan pangan yang diunggah oleh saluran milik pemerintah dan non pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis isi (*content analysis*) terhadap isi video dan komentar audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya penyampaian pesan sesuai dengan kepemilikan saluran. Video milik pemerintah cenderung bersifat edukatif dan persuasif, sedangkan video non pemerintah lebih bersifat informatif, formal, dan menyajikan analisis kritis berbasis data. Respon audiens juga bervariasi, video pemerintah memperoleh 100% respon positif, sedangkan video non pemerintah pada kanal CNBC mendapat respon positif sebanyak 60% dan respon negatif sebanyak 40% pada kanal Awalil Rizky memperoleh 68,2% respon negatif dan 32,8% respon positif. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya penyajian dan kedalaman isi pesan berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap isu kerawanan pangan.

Kata kunci: YouTube, kerawanan pangan, media sosial, analisis isi, respon audiens.

Content Analysis and Audience Response to Food Insecurity Content on YouTube Social Media

Abstract

This research is driven by the increasing use of social media, especially YouTube, as a platform for development communication and the dissemination of public issues such as food insecurity. The research problem focuses on how messages about food insecurity are framed in YouTube content and how audiences respond to such messages. The objective of this study is to analyze food insecurity content in YouTube videos and examine audience responses to four selected videos uploaded by both government and non-government channels. This study uses a descriptive qualitative approach, applying content analysis techniques to both video material and audience comments. The findings reveal that message delivery styles vary according to channel ownership. Government-owned videos tend to be educational and persuasive, while non-government videos are more informative, formal, and present critical, data-based analysis. Audience responses also vary: government videos garnered entirely positive responses, while non-government videos on the CNBC channel received 60% positive and 40% negative responses, and those on the Awalil Rizky channel attracted 68.2% negative and 32.8% positive responses. These results indicate that both presentation style and message depth play crucial roles in shaping public perceptions of food insecurity issues.

Keywords: YouTube, food insecurity, social media, content analysis, audience response.