

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**NOMOR SKRIPSI
7818/KOM-D/SD-S1/2026**

**ANALISIS PERSEPSI AUDIENS TERHADAP VIDIO BOOTH
360 DERAJAT SAAT ACARA KONSER**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

YOGI HERLANGGA

NIM: 12140311820

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2026**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Penguji pada Ujian Tugas Akhir/ Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi menyatakan bahwa:

Nama : Yogi Herlangga
NIM : 12140311820
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Persepsi Audiens Terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara Konser

Telah melaksanakan Ujian Tugas Akhir/ Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 13 Februari 2026

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 April 2026
Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Firdaus El Hadi, S.Sos., M.Soc. Sc., Ph.D
NIP. 19761212 200312 1 004

Penguji III,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

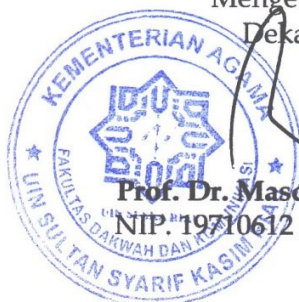
Sekretaris/ Penguji II,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji IV,

Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

Mengetahui
Dekan,



Prof. Dr. Masduki, M.Ag.
NIP. 19710612 199803 1 003



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Yogi Herlangga
 NIM : 12140311820
 Judul Skripsi : Analisis Persepsi Audiens Terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara Konser

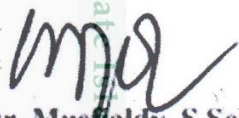
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

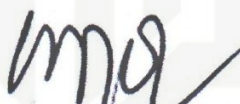
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Mustaldy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 00

Dosen Pembimbing,


Dr. Mustaldy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 00

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tulisan ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Universitas of Sultan Syarif Kasim Riau



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yogi Herlangga
 NIM : 12140311820
 Tempat/Tgl. Lahir : Bukittinggi, 29 Juni 2002
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

**Analisis Persepsi Audiens Terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara
 Konser**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 13 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Yogi Herlangga
 NIM. 12140311820

***pilih salah satu sesuai jenis karya tulis**

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Yogi Herlangga
NIM : 12140311820
Judul : Analisis Persepsi Audiens Terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara Konser

Telah Diseminarkan Pada:
Hari : Selasa
Tanggal : 6 Mei 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Mei 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Penguji II,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi audiens terhadap penggunaan Video Booth 360 derajat pada acara konser. Perkembangan teknologi dalam industri hiburan telah menghadirkan inovasi berupa Video Booth 360 derajat yang memberikan pengalaman visual interaktif bagi audiens. Namun, terdapat kemungkinan perbedaan antara ekspektasi audiens dengan pengalaman nyata yang dirasakan saat menggunakan fasilitas tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pihak internal Rewind Booth Pekanbaru serta pengguna layanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi audiens terhadap Video Booth 360 derajat dipengaruhi oleh beberapa aspek dalam teori User Experience menurut Don Norman, yaitu user centered design, affordance, signifiers, feedback, constraints, mapping, mental models, emotional design, serta usability dan accessibility. Audiens cenderung memiliki persepsi positif ketika desain booth mudah dipahami, interaktif, serta didukung oleh petunjuk yang jelas dan pengalaman emosional yang menyenangkan. Sebaliknya, kendala teknis, kurangnya informasi, serta antrian yang panjang dapat mempengaruhi persepsi negatif audiens.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa keberhasilan penggunaan Video Booth 360 derajat pada acara konser sangat bergantung pada bagaimana penyelenggara mampu memenuhi ekspektasi audiens melalui desain yang berpusat pada pengguna dan pengalaman yang menarik. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kualitas layanan, inovasi desain, serta pengelolaan operasional yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepuasan audiens.

Kata kunci: Persepsi Audiens, Video Booth 360 Derajat, Konser, User Experience

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

This study aims to analyze audience perceptions of the use of 360-degree Video Booths at concert events. The development of technology in the entertainment industry has introduced innovations such as 360-degree Video Booths that provide interactive visual experiences for audiences. However, there may be discrepancies between audience expectations and the actual experiences they encounter when using these facilities. This research employs a descriptive qualitative method, with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The informants consist of internal staff of Rewind Booth Pekanbaru and service users.

The results indicate that audience perceptions of the 360-degree Video Booth are influenced by several aspects of User Experience theory proposed by Don Norman, including user-centered design, affordance, signifiers, feedback, constraints, mapping, mental models, emotional design, as well as usability and accessibility. Audiences tend to have positive perceptions when the booth design is easy to understand, interactive, and supported by clear instructions and enjoyable emotional experiences. Conversely, technical issues, lack of information, and long queues may lead to negative perceptions.

In conclusion, the success of implementing 360-degree Video Booths at concerts largely depends on how well organizers meet audience expectations through user-centered design and engaging experiences. Therefore, improvements in service quality, design innovation, and operational management are necessary to enhance audience satisfaction.

Keywords: Audience Perception, 360-degree Video Booth, Concert, User Experience



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin. Segala puji dan syukur diucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas rahmat-Nya dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Persepsi Audiens Terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara Konser**” dengan baik dan tepat waktu. Shalawat dan salam juga selalu terucap kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wa Sallam yang senantiasa kita harapkan syafaatnya di Yaumul Hisab nanti.

Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., S.E, M.Si., AK, CK selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta jajaran dan seluruh civitas Akademik.
2. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, dan Ibu Rusyda Fauzana, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Assyari Abdullah, S.sos., M.I.Kom selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah membimbing penulis selama di perkuliahan.
5. Bapak Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk selalu membimbing, dan membantu penulis selama penulisan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan motivasi yang sangat berharga selama perkuliahan, serta seluruh Civitas Akademik yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
7. Ucapan terima kasih kepada kedua orang tua yang sangat penulis sayangi yakni bapak Jonni Anis dan Ibu Sri Wahyunita, yang selalu mendoakan, selalu mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, dan membimbing sepanjang hidup penulis..
8. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2021.
9. Terima kasih kepada seluruh sosok inspiratif yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis untuk selalu menjadi versi terbaik diri sendiri. Di tengah sunyi atau bisingnya kehidupan, karya dan semangat kalian selalu menjadi tempat bernaung yang paling menyenangkan dan menenangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis skripsi ini dapat bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan serta menjadi amal jariyah bagi penulis dan pembaca.

Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pekanbaru, 13 Februari 2026
Penulis

YOGI HERLANGGA
NIM. 12140311820

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Ruang Lingkup Kajian	3
1.4 Rumusan Masalah	3
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Kajian Konsep	10
2.3 Kerangka Fikir	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
3.3 Sumber Data Penelitian	22
3.4 Informan Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Validasi Data	25
3.7 Teknik Analisis Data	25
BAB IV GAMBARAN UMUM	27
4.1 Sejarah Umum Perusahaan	27
4.2 Visi-Misi Rewind Booth Pekanbaru	28
4.3 Logo Rewind Booth Pekanbaru	28
4.4 Informasi Media Online Rewind Booth Pekanbaru	30
4.5 Struktur Organisasi Rewind Booth Pekanbaru	31
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Hasil	33
5.2 Pembahasan	41
BAB VI PENUTUP	42
6.1 Kesimpulan	42
6.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Daftar Informan	23
-----------	-----------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Kerangka Pikir	20
Gambar 4.1	Logo Rewindbooth Pekanbaru	28
Gambar 4.2	Rewind Booth 360 Derajat di Acara Konser	28
Gambar 4.3	Contoh Venue Booth	29
Gambar 4.4	Hasil Booth 360 Derajat	29
Gambar 4.5	Rewind Booth di Acara Konser	30
Gambar 4.6	Struktur Rewind Booth Pekanbaru	31

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangannya teknologi menghadirkan berbagai jenis konten kreatif di dunia hiburan yang dipengaruhi oleh inovasi teknologi terbaru, termasuk dalam industri musik dan konser. Acara konser merupakan pertunjukan musik secara langsung yang dibuat dan dipersembahkan untuk penggemarnya melalui karya lagu penyanyi tersebut. Konser adalah pertunjukan musik di depan umum pertunjukan oleh sekelompok pemain musik yang terdiri dari beberapa komposisi perseorangan (KBBI). Konser dibuat untuk menghubungkan musisi dengan para penggemarnya melalui interaksi dalam konser tersebut. Menurut Morrow (1989), konser musik telah ada sejak abad ke-20, pada masa tersebut mulai munculnya pertunjukan musik klasik. Konser musik yang ada pada masa itu sangat berbeda dengan konser musik yang ada pada saat ini, karena konser musik pada abad ke-20 adalah konser musik yang cukup disegani karena konser tersebut hanya dapat dinikmati oleh kalangan atas (Hidayatullah, 2021). Konser merupakan bentuk pertunjukan musik yang diselenggarakan untuk menampilkan karya-karya musik kepada publik, baik dalam bentuk solo maupun ansambel, dengan tujuan hiburan atau edukasi (Sudarsono, 2003). Fenomena acara konser musik semakin lama semakin mengalami perubahan kearah lebih modren, karena saat ini konser tidak hanya di ibu kota saja, tetapi dapat dinikmati di beberapa kota di Indonesia.

Penggunaan bilik video 360 derajat untuk memberikan pengalaman visual interaktif kepada penonton merupakan salah satu teknik inovatif yang menjadi populer di acara konser dalam beberapa tahun terakhir. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan penonton sebagai orang yang menghadiri kuliah, tamu, dan sebagainya. Sekelompok orang yang terpapar media massa dan yang mungkin terpengaruh oleh kata-kata yang diungkapkannya dianggap sebagai penonton, menurut Joseph R. Dominick (Joseph R. Dominick, 2013). Menurut Denis McQuail, penonton adalah kumpulan orang yang merupakan penerima komunikasi dari media dan yang menunjukkan ciri dan perilaku tertentu ketika mereka menerima dan bereaksi terhadap pesan-pesan tersebut. (Denis McQuail, 2010).

Teknologi ini dapat menghasilkan pengalaman visual yang khas, memungkinkan penonton untuk berpartisipasi aktif dalam acara, dan merekam materi acara dari sudut pandang yang berbeda dari sudut pandang konvensional, teknologi ini semakin populer. Dengan kemampuan untuk berputar dan mengambil gambar atau film dari sudut yang lebih lebar, bilik video 360 derajat memberikan pengalaman menonton yang benar-benar baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Video Booth 360 derajat di konser meningkatkan partisipasi penonton sekaligus meningkatkan hiburan. Karena konser biasanya menarik banyak penonton, acara ini seringkali sangat dinantikan. Dengan menggunakan teknologi ini, penyelenggara konser berharap dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik dan partisipatif kepada para hadirin, yang tidak hanya memungkinkan mereka untuk mengapresiasi penampilan para artis, tetapi juga memungkinkan mereka untuk secara aktif terlibat dalam keseruan acara tersebut.

Namun, meskipun kedua inovasi ini menjanjikan pengalaman yang menyenangkan, seringkali terdapat ketidaksesuaian antara ekspektasi audiens yang dibentuk oleh promosi acara dan realita yang mereka alami saat menggunakan fasilitas tersebut di lokasi. Ekspektasi audiens biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti iklan, testimoni dari pengunjung sebelumnya, atau ekspektasi pribadi terkait kemudahan penggunaan teknologi dan kualitas hasil yang dihasilkan. Sebagai contoh, audiens mungkin berharap dapat menikmati foto-foto glamor dengan berbagai efek menarik di Glamboth, atau merekam video yang terlihat profesional di Video Booth, tetapi pada kenyataannya mereka mungkin menghadapi masalah teknis seperti kualitas gambar yang kurang memadai, kegagalan dalam sistem atau software, atau kurangnya interaksi dari pihak penyelenggara. Vidiobooth 360 Derajat memiliki instagram yang dinamai *rewindboothpekanbaru*.

Baik kebahagiaan penonton maupun reputasi acara dapat terganggu akibat ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan ini. Bahkan jika acara tersebut sebagian besar sukses, pengalaman yang mengecewakan dapat mengakibatkan kesan buruk terhadap penyelenggara acara. Oleh karena itu, penyelenggara konser harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana penonton memandang penggunaan teknologi ini, baik dari segi pengalaman aktual mereka di lapangan maupun ekspektasi yang telah mereka bayangkan sebelumnya.

Dalam konteks ini, peneliti tertarik untuk menyelidiki lebih lanjut dengan menggunakan teori *user experience* oleh Donal Norman sangat relevan dalam memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan teknologi dalam acara konser, seperti *Video Booth 360* derajat. Adapun aspek penting dalam teori Donal Norman yaitu *user centered design* (desain berpusat pada pengguna), *affordance* (kemungkinan tindakan), *signifiers* (penanda), *feedback* (umpan balik), *constraints* (pembatasan), *mapping* (pemetaan), *mental models* (model mental), dan *emotional design* (desain emosional), *usability and accessibility* (kegunaan dan aksesibilitas).

Maka dari itu, sejalan dengan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dengan “**Analisis Persepsi Audiens terhadap Vidio Booth 360 Derajat Saat Acara Konser**”.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk mempermudah serta menghindari kesalah pahaman dalam penafsiran serta pengertian terhadap istilah atau kata-kata yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan mengenai hal-hal yang nantinya akan menjadi pegangan dalam penelitian. Adapun penegasan dalam istilah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persepsi

Menurut Jalaludin Rackhmat persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Jalarudin Rackhmat, 2011: 50).

2. Audiens

Menurut Joseph R. Dominick menjelaskan bahwa audiens adalah sekelompok orang yang terpapar oleh media massa dan dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan melalui media tersebut (Joseph R. Dominick, 2013).

3. Vidiobooth 360 Derajat

Pengambilan gambar dari sudut pandang yang sepenuhnya berbeda, memungkinkan audiens untuk berputar dan mengambil foto atau video dengan sudut pandang yang lebih luas.

4. Konser

Konser merupakan bentuk pertunjukan musik yang diselenggarakan untuk menampilkan karya-karya musik kepada publik, baik dalam bentuk solo maupun ansambel, dengan tujuan hiburan atau edukasi (Sudarsono, 2003).

1.3 Ruang Lingkup Kajian

Ruang lingkup kajian ini masih didalam konteks ilmu komunikasi. Pada penelitian ini peneliti beratkan permasalahan yang akan dibahas, yaitu analisis persepsi audiens terhadap vidio booth 360 derajat saat acara konser.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah di uraikan sebelumnya, maka penelitia ini bermaksud meneliti bagaimana analisis persepsi audiens terhadap vidio booth 360 derajat saat acara konser ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana analisis persepsi audiens terhadap video booth 360 derajat saat acara konser.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai analisis persepsi audiens terhadap video booth 360 derajat saat acara konser.

b. Sebagai bahan rujukan tugas akhir untuk melihat bagaimana analisis persepsi audiens terhadap video booth 360 derajat saat acara konser pada rewindboothpekanbaru.

c. Kegunaan Pratis

- 1) Sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan program strata satu (SI) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi khalayak yang ingin mendalami bidang konsentrasi Broadcasting, khususnya yang berkaitan dengan persepsi audiens.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami dan menelusuri dari tulisan ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dalam beberapa bab dan sub-sub bab yang merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari : latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab kajian teori dan kerangka pikir, dalam bab ini berisikan: kajian konsep, kajian terdahulu serta kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan bab metode penelitian, dalam bab ini berisikan: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

data informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Merupakan bab gambaran umum, bab ini menjelaskan gambaran umum tempat penelitian seperti: sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur perusahaan, tugas struktur perusahaan, kegiatan perusahaan serta denah lokasi perusahaan. Perusahaan yang dimaksud adalah Rewindboothpekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini menyajikan hasil dari penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Merupakan bab penutup dari penelitian, dalam bab ini berisikan: kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

1. Seminar penelitian dengan judul “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap *Word Of Mouth* Produk Skincare Pada Youtube” yang ditulis oleh Abdul Wahhab mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bandung 2020. Hasil dari penelitian ini membahas tentang analisis penerimaann informasi konsumen terkait produk skincare dengan menggunakan model awal dari Erkan dan Evans. Penelitian ini melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan data kepada 273 responden yang menggunakan YouTube sebagai sumber informasi mereka sebelum membeli produk. Studi ini menunjukkan bahwa kualitas, kuantitas, kredibilitas dan kebutuhan akan informasi merupakan faktor penting dalam membangun informasi yang bermanfaat dan disukai audien. (Abdul Wahhab, 2020).
2. Jurnal dengan judul “Analisis Persepsi Program “*TONINGHT SHOW PREMIER*” Di Youtube” yang ditulis oleh Edi Wijaya Dosen Universitas Bina Sarana Informatika 2022. Hasil dari penelitian ini membahas masalah sebuah media baru (internet) sebagai pilihan media alternative di mana orang mencari hiburan khususnya pada program Tonight Show Premiere di Youtube. Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif dengan yang menggunakan pendekatan pendekatan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi massa. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam (*depth interview*), observasi dan dokumentasi. Sumber-sumber data penelitian ini berasal buku-buku teori milik pribadi, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Selanjutnya, teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang sudah peneliti siapkan untuk ditanyakan kepada audien yang dipilih kemudian data disiapkan untuk nantinya diolah. Adapun analisis data pada penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. (Edi Wijaya, 2022).
3. Jurnal dengan judul “Pesepsi Audiens Terhadap Logo “Pempek Nyonya Kamto” yang ditulis oleh Agustina Kusuma Dewi mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Teknologi Nasional Bandung 2024. Hasil dari penelitian ini membahas Logo yang digunakan oleh Pempek Nyonya Kamto memegang peran yang signifikan sebagai penanda identitas suatu entitas di mata masyarakat. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

audiens terhadap logo "Pempek Nyonya Kamto". Metode penelitian melibatkan instrumen kuesioner berbasis digital yang menggunakan *Google Form* dengan teknik sampling bertujuan dan observasi; serta triangulasi sumber data dengan merujuk pada literatur yang relevan. Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa logo dengan desain dan ikonografi khusus mampu mencerminkan identitas produk atau merek, memastikan pengenalan dan ingatan oleh publik. Lebih dari sekadar simbol visual, logo berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan informasi strategis kepada audiens. Kesederhanaan logo "Pempek Nyonya Kamto" menjadikan proses pengenalan dan pengingatan lebih mudah, terutama terkait dengan posisi produk sebagai produk kuliner. Pentingnya penggunaan logo yang konsisten dalam strategi merek menjadi kunci untuk membangun identitas yang kuat dan memengaruhi persepsi publik. (Agustina Kusuma Dewi, 2024)

4. Jurnal dengan judul "Persepsi Audiens (Warga Kelurahan Tanjung Ayun Sakti Kota Tanjungpinang) Terhadap Kredibilitas Penyiar Berita Di TV Tanjungpinang" yang ditulis oleh Ayu Lestari mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2022. Hasil dari penelitian ini membahas program penayangan salah satunya berita Detak Tanjungpinang yang masih aktif di tonton msyarakat kota tanjungpinang khususnya kelurahan tanjung ayun sakti, yang merupakan lokasi penelitian penulis. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi audiens (kelurahan tanjung ayun sakti kota tanjungpinang) terhadap kredibilitas penyiar berita di tv tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif persentase. Subjek dalam penelitian ini yaitu masyarakat kelurahan tanjung ayun sakti kota tanjungpinang. Sampel penelitian menggunakan sampel populasi yaitu keseluruhan masyarakat kelurahan tanjung ayun sakti kota tanjungpinang berjumlah 20 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil persentase dari penyebaran angket kepada responden masyarakat kelurahan tanjung ayun sakti kota tanjungpinang yaitu sebesar 91,3%. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi audiens (kelurahan tanjung ayun sakti kota tanjungpinang) dikategorikan baik. (Ayu Lestari, 2022)
5. Jurnal dengan judul "Strategi Rewind Booth Pekanbaru Dalam Mempermosikan Vidiobooth 360 Derajat Kepada Masyarakat" yang ditulis oleh Vera Chaerunnisa mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2023. Hasil dari penelitian ini membahas tentang strategi yang



dilakukan *Rewind Booth* Pekanbaru dalam mempromosikan videobooth 360 derajat kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang *Rewind Booth* Pekanbaru lakukan untuk mempromosikan videobooth 360 derajat kepada masyarakat melalui *Advertising* yang dilakukan di sosial media dan menggunakan jasa influencer, Personal selling yang dilakukan dengan tiga cara, yaitu *field selling*, *retail selling* dan *executive selling*. tak hanya itu, *Rewind Booth* Pekanbaru juga melakukan kegiatan *sales promotion* seperti mengadakan *give away*, dan memberikan *voucher gratis*. *Public Relations Rewind Booth* Pekanbaru juga sudah menjalankan fungsinya dengan baik, yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan para *stakeholder* dan bertanggung jawab membangun citra positif perusahaan. *Rewind Booth* Pekanbaru melakukan *direct marketing* dengan mendatangi beberapa penyelenggara acara dan menawarkan kerjasama. *Rewind Booth* Pekanbaru melakukan promosi dengan menggunakan kelima bauran promosi. (Vera Chaerunnisa, 2023).

6. Jurnal dengan judul “Analisi *User Experience* Aplikasi *Mobile Facebook* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya) yang ditulis oleh Rio Donaroe Munthe mahasiswa Jurusan Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer 2018. Hasil dari penelitian ini membahas fitur aplikasi penting untuk meningkatkan *value*. Dalam elemen *adoptability*, kemudian akses adalah yang terutama. Desain visual yang menarik adalah hal penting dalam elemen *desirabilitas* dan aplikasi yang mudah dipelajari adalah hal utama untuk *elemen usability*. (Rio Donaroe, 2018)
7. Jurnal dengan judul “Analisis *User Experience (UX)* Fitur *Marketplace Facebook*” yang ditulis oleh Dona Evi Fitriana mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Sawunggalih Aji 2020. Hasil dari penelitian ini Secara keseluruhan variabel *user experience* yang paling dominan mendapatkan respon positif dari responden adalah variabel *usability* dan *desirability*, hal ini dikarenakan semua pernyataan yang terdapat pada kedua variabel tersebut memperoleh skor nilai positif di atas 50% dengan rata-rata 60 responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju. Serta berdasarkan skor tertinggi dari respon positif responden dapat disimpulkan alasan utama bagi *user* untuk menggunakan *fitur marketplace facebook* adalah karena fungsi dari *fitur marketplace facebook* terintegrasi (terpadu) dengan baik serta desain, simbol, ikon dan label pada *marketplace facebook* Cukup Relevan. (Dona Evi Fitriana, 2020)
8. Jurnal Dengan Judul “Perancangan *Ui/Ux* Untuk Platform *E-Learning* Kelas Fotografi Dan Videografi Berbasis Web Menggunakan Figma” yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditulis oleh Muhammad Aliffigo mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Universitas Singaperbangsa Karawang 2024, Hasil dari penelitian ini di implementasikan ke dalam desain *prototype* menggunakan perangkat lunak desain Figma. Desain ini meliputi tata letak antarmuka pengguna dan fitur - fitur yang telah diidentifikasi sebelumnya sehingga desain web *platform e-learning* ini dapat membantu pengguna dalam mengakses berbagai fitur seperti pendaftaran tanpa antrean panjang, mengikuti program kelas secara online dan melihat jadwal program kelas yang akan diadakan. Dan hasil penelitian ini digunakan metode *Usability testing* untuk pengujian pengalaman pengguna menggunakan website dengan beberapa *Prototype test* dan *Opinion scale*. Pengujian *usability testing* menggunakan aplikasi Maze dan hasil dari pengujian ini mendapatkan *usability score* 89. Dengan demikian diharapkan desain ini dapat mengatasi masalah - masalah pada platform kelas offline dan meningkatkan pengalaman belajar pengguna. (Muhammad Aliffigo, 2024)

9. Jurnal Dengan Judul “Perancangan UI UX aplikasi Data Tamu Berbasis *Website* Di Dinas Inspektorat Daerah Provinsi” yang ditulis oleh Heri Suryono mahasiswa Universitas Bina Darma 2025. Hasil dari penelitian ini Perancangan UI UX Data Pengunjung berbasis *web* untuk Inspektorat Daerah Provinsi Sumatera Selatan, yang dikembangkan menggunakan Metode Pengembangan Sistem *Waterfall*. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pencatatan data tamu secara efisien dan akurat, sehingga mengeliminasi kebutuhan penggunaan catatan manual di buku. Penerapan Sistem Informasi Data Pengunjung berbasis *web* di Inspektorat Daerah Provinsi Sumatera Selatan telah terbukti mempermudah proses pengumpulan data tamu yang berkunjung. Sistem inovatif ini tidak hanya mengotomatisasi pencatatan data, tetapi juga secara signifikan meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam pengelolaan informasi pengunjung. Penerapan Sistem Informasi Data Pengunjung berbasis web di Inspektorat Daerah Provinsi Sumatera Selatan telah terbukti mempermudah proses pengumpulan data tamu yang berkunjung. Sistem inovatif ini tidak hanya mengotomatisasi pencatatan data, tetapi juga secara signifikan meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam pengelolaan informasi pengunjung. (Heri Suryono, 2025)
10. Jurnal dengan judul “Perancangan *User Interface* dan *User Experience* (UI/UX) pada Aplikasi “BCA Mobile” Menggunakan Metode *User Centered Design* (UCD)” yang ditulis oleh Dadio Satriotomo Mubiarto mahasiswa jurusan Teknik Komputer Fakultas Teknik Komputer Universitas Diponegoro 2023. Hasil dari penelitian ini rancangan *user interface* dan *user experience* (UI/UX) aplikasi *BCA Mobile* telah berhasil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dilakukan dengan menggunakan metode *user centered design* dimana perancangan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan. Hasil pengujian dilakukan menggunakan metode SUS menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan persentase yang didapatkan yakni 80%. (Dadio Satriotomo Mubiarto, 2023). Menurut Bimo Walgito persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat inderanya atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti sampai di situ saja, melainkan stimulus itu diteruskan dan selanjutnya merupakan proses persepsi (Bimo Walgito, 2004: 87).

2.2 Kajian Konsep

1. Persepsi

Setiap orang berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya sepanjang waktu. Setiap sinyal yang ditangkap oleh kelima indera dari lingkungan akan memicu reaksi dan evaluasi, yang kemudian dapat memengaruhi perilaku orang tersebut. Persepsi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala sesuatu yang diamati seseorang, termasuk kejadian atau hal-hal biasa di lingkungannya. Persepsi, yang dipelajari seseorang melalui kelima inderanya, dijelaskan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai respons langsung (penerimaan) terhadap segala sesuatu. Menurut etimologinya, kata bahasa Inggris *perception* berasal dari kata Latin *percipere*, yang berarti mengambil atau menerima. (Alex Sobur, 2003: 172).

Persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indera-indera yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungannya (Indra Tantra, 2015 :118). Menurut Slameto (2010: 102) pengertian persepsi adalah proses yang berkaitan dengan masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Istilah dari persepsi seringkali digunakan untuk mengungkapkan pengalaman terhadap suatu benda ataupun suatu kejadian-kejadian yang dialami. Telah dijelaskan dalam kamus bahwa persepsi dianggap sebagai sebuah pengaruh ataupun kesan oleh benda yang semata-mata menggunakan pengamatan penginderaan. Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penginderaan) yang kemudian dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyadari disekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri (Abdul Rahman Shaleh, 2021: 94).

Proses persepsi dimulai dengan penerimaan, pemilihan, pengorganisasian, dan pemberian makna terhadap rangsangan yang datang dari lingkungan. Berikut adalah beberapa definisi yang diberikan oleh para ahli:

- a. Menurut Brian Fellows, defisini tentang persepsi yaitu proses memungkinkan suatu organism menerima dan menganalisis informasi. (Deddy Mulyana, 2007: 180)
- b. Menurut Jalaludin Rackhmat persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. (Jalarudin Rackhmat, 2011: 50)
- c. Sedangkan menurut Bimo Walgito persepsi merupakan suatu proses yang didahului penginderaan yaitu proses stimulus oleh individu melalui proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan 17 stimulus tersebut diteruskan dan diproses selanjutnya merupakan proses persepsi. (Bumi Walgito, 2002: 72)

Menurut sudut pandang yang telah disebutkan di atas, persepsi berkembang setelah melihat berbagai tanda dari suatu stimulus. Mekanisme internal yang kita gunakan untuk memilih, menilai, dan membuat asumsi tentang masukan dari dunia luar dikenal sebagai persepsi. Persepsi adalah informasi dan interpretasi yang dihasilkan oleh interaksi atau situasi yang kita hadapi. Namun, seringkali persepsi kita keliru, salah, atau dipengaruhi oleh prasangka dan harapan kita. Kita seringkali mendasarkan cara kita melihat sesuatu atau seseorang pada prasangka kita. (Bumi Walgito, 2002: 72)

Menurut Jac C. Plano dan rekan-rekannya, persepsi terdiri dari dua proses kerja yang saling terkait. Pertama, memberikan kesan melalui penglihatan, sentuhan, dan indra lainnya. Dan kedua, menafsirkan dan menentukan makna atau kesan sensorik dengan struktur pemahaman individu (keyakinan relevan yang muncul dari pengalaman masa lalu) dengan struktur evaluatif (nilai-nilai yang dipegang oleh individu). Karena reaksi terhadap evaluasi berbagai masukan sensorik mungkin terjadi di bawah ambang kesadaran, persepsi bukanlah proses yang sepenuhnya eksplisit. (Wirawan Sarlito, 2002: 40)

Secara alami, setiap orang memandang topik yang sama dari sudut pandang yang berbeda atau dengan opini yang berbeda. Pada akhirnya, sudut pandang yang berbeda ini menghasilkan berbagai reaksi dan perilaku. Persepsi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan



sudut pandang ini. Persepsi seseorang memengaruhi pandangan dunianya. Persepsi kemudian, adalah proses di mana orang terpapar informasi, kemudian fokus pada dan memahami informasi tersebut. Persepsi yang dibahas dalam studi ini adalah penilaian indera terhadap kredibilitas penyiar, yang menarik perhatian yang kemudian diproses lebih lanjut dan diinterpretasikan menjadi makna. Akibatnya, informasi tersebut dilihat sebagai pesan. Ketika stimulus memasuki kelima indera, proses persepsi dimulai.

Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Mulyana proses persepsi terbagi menjadi dua tahap yaitu atensi dan tahap interpretasi, tahap atensi tahap dimana kita memperhatikan stimuli (tahap penyaringan perhatian) yang didahului oleh tereksposnya seseorang pada rangsangan tertentu. Oleh karena itu proses ini terjadi dalam alam sadar, maka sebelumnya ia harus menyadari adanya rangsangan itu melalui mekanisme panca indera. Di dalam pembelajaran persepsi kita perlu juga mengenal tentang kekonstanan persepsi (konsistensi), yaitu persepsi bersifat tetap yang dipengaruhi oleh pengalaman. Kekonstanan persepsi tersebut meliputi bentuk, ukuran, dan warna. Atensi atau perhatian sebelum manusia merespon atau menafsirkan objek atau kejadian tau rangsangan apapun. Manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan-rangsangan tersebut menjadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi termasuk orang lain atau diri sendiri. (Deddy Mulyadi, 2007: 181). Proses terjadinya persepsi diukur dari beberapa tahapan (Abdul Rahman Shaleh, 2021: 131) sebagai berikut:

- a. Tahap pertama adalah proses kealaman, atau proses fisik, yaitu suatu proses penangkapan pada stimulus oleh alat indera manusia
- b. Tahap kedua dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses stimulasi yang kemudian melanjutkan kerjanya pada otak syaraf sensorik ke otak melalui panca indera manusia.
- c. Tahap ketiga merupakan tahapan proses psikologi, yaitu proses dimana terjadi pada pusat kesadaran atau dalam otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, didengar, dan apa yang diraba.
- d. Tahapan keempat hasil yang diperoleh persepsi yaitu beberapa tanggapan atau perilaku. Suatu proses akhir dalam perspsi sehingga disebut dengan hasil persepsi. Respon sebagai akibat terjadinya persepsi yang diterima individu dari berbagai macam bentuk stimulus yang menghasilkan persepsi individu.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor situasional, yang sering dikenal sebagai penentu eksternal perhatian atau pemicu perhatian, termasuk di antara faktor-faktor yang memengaruhi perhatian. Persepsi dan sensasi sering digunakan secara bergantian. Sensasi hanyalah persepsi sesaat yang terjadi ketika otak menerima stimulus baru dan belum mengorganisirnya dengan stimulus dan ingatan lain yang terkait dengannya. Karena karakteristiknya yang mudah terlihat, stimulus diamati. Diantaranya yaitu:

- a. Gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
- b. Intensitas stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.
- c. Kebaruan (novelty), hal-hal yang baru, yang luar biasa yang berbeda, menarik perhatian.
- d. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, yang disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. (Rahmat Jalaluddin, 2007: 51)

Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang lain yang termasuk apa yang disebut faktor personal, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli tetapi karakteristik orang yang memberikan respons, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli tersebut. Faktor struktural yang menentukan persepsi. Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Interpretasi adalah tahap terpenting dari persepsi, yaitu menafsirkan atau memberi makna atau informasi yang sampai kepada kita melalui pancaindra. Menurut Rakhmat, persepsi ditentukan oleh beberapa faktor yang berasal dari stimulus, yaitu:

- a. Perhatian sangat erat hubungannya dengan kesadaran jiwa terhadap suatu objek yang direaksi pada suatu waktu. Mengenai perhatian, para ahli mendefinisikan menjadi dua macam, yaitu:
 - 1) Perhatian adalah pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa yang tertuju pada suatu proses.
 - 2) Perhatian adalah sedikit banyaknya kesadaran yang menyertai suatu aktivitas yang dilakukan.

Memperhatikan berarti memfokuskan perhatian, dan pemahaman juga dapat dicirikan sebagai persiapan sebelum pengamatan, di samping dua definisi yang diberikan di atas. Ketika rangsangan lain menjadi kurang kuat, proses mental dari suatu rangsangan atau rangkaian rangsangan menjadi pusat perhatian dalam kesadaran. Sementara itu, faktor-faktor ekstrinsik khususnya,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karakteristik objek yang dilihat, seperti gerakan, kontras, kebaruan, dan pengulangan memiliki dampak pada perhatian.

b. Penafsiran

Penafsiran merupakan proses dimana penerima member arti terhadap pesan-pesan yang diterimanya, mengorganisasikan stimuli dengan konteksnya, dan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimuli yang dipersepsikan.

c. Pengetahuan

Pengetahuan terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsikan khalayak. Kognitif terjadi pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Persepsi sosial atau persepsi orang terhadap orang lain adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang kita alami dalam lingkungan kita. Oleh karena itu manusia mempunyai aspek emosi, maka persepsi atau penilaian kita terhadap orang akan mengandung resiko. Persepsi saya terhadap anda merupakan persepsi anda terhadap saya, dan pada gilirannya persepsi anda terhadap saya juga mempengaruhi persepsi saya terhadap anda. (Rahmat Jalaluddin, 2007: 51)

Jenis-Jenis Persepsi

Berikut ini beberapa jenis-jenis persepsi yang ada, antara lain adalah:

a. Persepsi Visual

Persepsi visual berasal dari indera penglihatan (mata). Dapat dikatakan jika persepsi ini adalah persepsi yang paling awal terjadi dan berkembang pada balita serta mempengaruhinya dalam memahami dunia di sekitarnya. Persepsi visual ini merupakan hasil dari apa yang sudah dilihat oleh seseorang, baik sesaat sebelum individu tersebut melihat, masih hanya membayangkannya saja, ataupun sudah pada objek yang dituju.

b. Persepsi Pendengaran

Persepsi ini adalah persepsi yang berasal dari indera pendengaran (telinga). Individu dapat mempersepsikan sebuah hal dari sesuatu yang sudah didengarnya.

c. Persepsi Perabaan

Persepsi yang didapatkan seseorang melalui indera perabaan (kulit), seseorang dapat mempersiapkan sebuah hal dari apa yang sudah disentuhnya ataupun diakibatkan dari persentuhan sebuah objek dengan kulitnya secara tidak sengaja.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Persepsi Penciuman

Persepsi ini merupakan persepsi yang berasal dari indera penciuman (hidung). Seseorang dapat mempersepsikan sebuah hal dari sesuatu yang diciumnya.

e. Persepsi Pengecapan

Persepsi ini merupakan jenis persepsi yang berasal dari indera pengecapan (lidah). Seseorang dapat mempersepsikan sebuah hal dari sesuatu yang dirasakannya.

Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Seseorang

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja tentu adanya suatu faktor-faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor itulah yang menyebabkan mengapa dua orang yang melihat sesuatu mungkin memberi interpretasi yang berbeda tentang yang dilihatnya. Secara umum menurut Sondang (Sondang P Siagian. 2012: 215) bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

1) Faktor Eksternal

Sasaran persepsi dapat berupa faktor dari keluarga, sekolah masyarakat, informasi yang didapat dari berbagai media dan sifat-sifat sasaran tersebut berpengaruh terhadap persepsi orang yang melihatnya.

2) Faktor internal

Sasaran persepsi ini berasal dari dalam diri individu seperti motivasi belajar, fokus perhatian, proses menanggapi, kejiwaan, nilai dalam diri seseorang, minat, harapan, motivasi, cita-cita dan lain sebagainya.

Toha (2003, 154:10) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- 2) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.

Prasilika (2007: 14) menjelaskan faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang adalah:

- 1) Frame of reference, yaitu ke rangka pengetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi dari pendidikan, bacaan, penelitian, dan lain-lain.
- 2) Frame of experience, yaitu berdasarkan pengalaman yang telah dialaminya yang tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Sedangkan Iriani Indri Hapsari dkk (Iriani Indri Hapsari, 2014: 95), membagi beberapa faktor yang berperan dalam persepsi diantaranya:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Adanya objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan persepsi stimulus yang masuk melalui indera atau reseptor. Stimulus bisa berasal dari lingkungan maupun dari dalam diri manusia sendiri yang langsung mengenai syaraf penerimaan yang bekerja sebagai reseptor, tetapi sebagian besar stimulus berasal dari luar individu.

2) Adanya alat indera (sistem sensori) dan sistem saraf pusat.

Alat indera merupakan alat untuk menerima stimulus, oleh karena itu harus terdapat syaraf sensorik sebagai alat untuk meneruskan yang diterima dari alat indera ke pusat susunan syaraf yaitu otak sebagai pusat kesadaran, sehingga akan terbentuk persepsi.

3) Atensi (perhatian selektif)

Menciptakan sebuah persepsi dibutuhkan adanya sebuah perhatian dikarenakan perhatian merupakan sebuah langkah yang paling utama untuk menciptakan persepsi. Perhatian adalah pemusatan pada suatu konsentrasi dari seluruh aktivitas individu kepada suatu objek yang ada.

Seperti yang diungkap oleh Sugihartono dkk (Sugihartono, 2013: 79) mengenai perbedaan hasil pengamatan atau persepsi yang dipengaruhi oleh individu atau orang yang mengamati. Jika dilihat dari individu atau orang yang mengamati, adanya perbedaan hasil pengamatan yang mempengaruhi: 1) pengetahuan, pengalaman atau wawasan seseorang, 2) kebutuhan seseorang pada suatu hal, 3) kesenangan atau hobi seseorang, 4) kebiasaan atau pola hidup sehari-hari.

Faktor Eksternal Persepsi (Rahmat Dahlan, 2017:10)

- a) Intensitas. Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intens.
- b) Ukuran. Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian.
- c) Kontras. Secara umum hal-hal yang biasa dilihat akan cepat menarik perhatian.
- d) Gerakan. Benda yang bergerak lebih menarik perhatian dari hal yang diam.
- e) Ulangan. Biasanya hal yang terulang-ulang dapat menarik perhatian. Keakraban. Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Sesuatu yang baru. Faktor ini kedengerannya bertentangan dengan keakraban, namun unsur ini juga berpengaruh pada seseorang dalam menyeleksi informasi.

2. Audiens

Sekumpulan individu yang menonton atau mendengarkan pidato, siaran, acara, dan lain sebagainya disebut audiens (KBBI). Istilah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

"audiens" untuk televisi merujuk pada pendengar, dan audiens memiliki berbagai pengertian yang mudah dipahami terkait dengan asumsi pertama mengenai kualitasnya. Karakter audiens, di sisi lain, adalah yang membuat mereka unik; setiap audiens memiliki serangkaian karakteristik yang unik. Efektivitas komunikasi massa melalui media komunikasi siaran televisi dapat didefinisikan sebagai kemampuan penyiar untuk menarik pemirsa, mempertahankan minat mereka, memahami, menggerakkan, dan melakukan tindakan yang diinginkan pemirsa. (Endang, 1993: 86).

Audien merupakan salah satu elemen dalam komunikasi massa. Apa yang akan disukai audien? Bagaimana tanggapan audien? Dan lain sebagainya yang membuat audien sangat penting. Suatu program siaran juga membutuhkan audien. Morrisan mengatakan bahwa "Mengerti secara persis kebutuhan audien merupakan hal terpenting, tidak sekedar menghadirkan acara dengan materi atau kemasan baru tapi isinya tetap lama" (Morissan 2015: 172).

Audience merupakan konsumen aktif media. Ketika audiens menerima pesan baru yang diterima, maka akan terjadi proses negoisasi informasi yang baru diterima dengan nilai-nilai kepercayaan yang sudah dibangun sebelumnya (Wright, P. L, 1973: 53). Driss Oubaha menyimpulkan pendapat dari buku karya Neuman dan Cohen bahwa, Menurut literatur, pengalaman sehari-hari audiens berfungsi sebagai reservoir di mana pengetahuan dikumpulkan dan dibentuk menjadi latarbelakang, atau nilai-nilai kepercayaan yang dimiliki audiens (Dris Oubaha, 2007: 458). Pada tahun 2008 Richard Butsch mengemukakan hal lain mengenai audiens. Audiens adalah identitas yang dibawa oleh seseorang kedalam setiap situasi, dan interaksi yang menghasilkan representasi audiens. Menurut Butsch pengalaman yang dimiliki penonton merupakan susunan dari sejarah dan budaya tertentu, yang sudah dibangun dan dimiliki oleh sekumpulan masyarakat atau komunitas (John L Sullivan, 35).

Audiens yaitu penonton dan pendengar adalah faktor paling penting dan menentukan apakah stasiun penyiar pada saat melakukan perencanaan programnya perlu memutuskan apakah akan memproduksi atau tidak memproduksi suatu program. Tujuan audiens menonton tv atau mendengar radio adalah karena adanya program. Audiens juga menerima ekspos dari tayangan lain, seperti iklan promo program, pengumuman, informercial, dan bentuk-bentuk promosi lainnya namun tujuan utama mereka adalah untuk menyaksikan atau mendengarkan isi program yang dapat memuaskan mengemukakan mengenai hal ini; "*program that fail to attract listeners of viewer, of fail to satisfy their needs, are imperiled. So*



are the financial fortune of the station.”²¹ (Program yang gagal menarik pendengar atau permisa, atau gagal untuk memuaskan kebutuhan mereka, berada dalam posisi berbahaya. Begitu pula keungan stasiun bersangkutan. Jenis-Jenis Audience adalah tiga jenis khalayak atau audience tersebut adalah sebagai berikut (Ayu Lestari, 2022: 21-22):

a. Audience Awam

Yang pertama adalah audiens awam. Jenis ini adalah mereka akan terhubung dengan aspek minat manusia dari sebuah artikel. Biasanya, penonton awam ini adalah mereka yang tidak memiliki pengetahuan khusus. Mereka biasanya membutuhkan informasi latar belakang serta mengharapkan lebih banyak definisi dan deskripsi, juga mereka mungkin menginginkan grafik atau visual yang lebih menarik.

b. Audience Manajerial

Audience manajerial mungkin memiliki lebih banyak pengetahuan daripada audience awam tentang subjek. Tidak hanya itu, mereka juga membutuhkan pengetahuan sehingga mereka dapat membuat sebuah keputusan tentang masalah tersebut.

c. Audience Akademik

Pada audience akademik, dengan asumsi Anda sedang menulis makalah untuk kelas. Dalam jenis audiens akademik ini, pembaca yang paling penting mungkin adalah instruktur. Tanyakan pada diri Anda sendiri apa yang Anda ketahui tentang guru dan pendekatannya terhadap disiplin.

d. Audience Non-Akademik

Jenis audiens yang terakhir ini adalah biasanya penonton jenis ini ingin membaca tulisan Anda karena alasan selain untuk menilai Anda. Sebagai contohnya, misal ada beberapa guru yang menugaskan makalah yang secara khusus meminta siswa untuk menulis untuk audiens non-akademik. Maka, mereka akan mendapatkan informasi dari tulisan Anda tersebut.

3. **Vidio Booth 360 Derajat**

Videobooth 360 derajat merupakan alat yang digunakan untuk merekam sebuah objek yang dimana hasilnya dapat digunakan sebagai souvenir dalam sebuah event. *Videobooth* 360 Derajat didukung dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih. *Rewind Booth* Pekanbaru berdiri pada Februari tahun 2022. Awal mula berdirinya *Rewind Booth* Pekanbaru ini di dasari oleh rasa percaya diri pemilik yang sangat kuat (Angga, 2025).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Konser

Konser sebagai pengalaman estetik di mana audiens merasakan keterlibatan emosional dan intelektual melalui musik dan pertunjukan (Jhon Dewey, 2005). Konser bukan sekadar hiburan, tetapi pengalaman mendalam yang membentuk persepsi dan emosi audiens. Konser adalah bentuk ritual modern di mana orang berkumpul untuk merayakan nilai, identitas, dan budaya bersama melalui media music (James W. Carey: 2009). Konser sebagai representasi budaya populer yang mencerminkan dan membentuk makna dalam masyarakat (Stuart Hall, 2024). Konser sebagai “pertunjukan” sosial, di mana artis dan penonton memainkan peran dalam panggung social (Erving Goffman, 2022). Dalam era media konvergen, audiens tidak hanya pasif, tetapi aktif terlibat dalam menciptakan makna, berbagi pengalaman konser melalui media sosial, dan membentuk komunitas penggemar (Jenkins, 2018). Musik dalam konser mempengaruhi mood, emosi, dan bahkan hubungan sosial. Musik bisa memicu memori, kesenangan, dan kedekatan emosional antara performer dan audiens (Juslin, 2021).

2.3 Kerangka Fikir

Sesuai dengan masalah dalam penelitian ini, yang akan dicari adalah persepsi audiens terhadap analisis persepsi audiens terhadap video booth 360 derajat saat acara konser. Dengan kerangka teoritis di atas penulis melanjutkan ke konsep operasional. Dalam konsep operasional terdapat indikator-indikator sebagai tolak ukur dalam penelitian. Definisi operasional merupakan bagaian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara dapat dilihat dengan dimensi (indikator) dari suatu konsep variabel. Dimensi atau indikator dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat karakteristik. Definisi operasional bukanlah definisi teoritis, tetapi definisi yang berisikan ukuran dari suatu variabel. Untuk mengetahui operasional variabel dari persepsi audiens stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, diantaranya yaitu:

1. Gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
2. Intensitas stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.
3. Kebaruan (novelty), hal-hal yang baru, yang luar biasa yang berbeda, menarik perhatian.
4. Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, yang disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. (Rahmat Jalaluddin, 2007: 51)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Gambar Kerangka Pikir



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, aktivitas sosial, fungsionalisasi organisasi dan lain-lain. (Pupu Saeful Rahmat, 2009: 65). sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2011). Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan focus group discussion (FGD). Menurut Miles dan Haberman, adalah metode yang mengungkapkan sesuatu hal yang unik dalam suatu individu, masyarakat, kelompok atau organisasi dalam kehidupan mereka sehari-hari dapat dipertanggungjawabkan oleh peneliti secara ilmiah (Basrowi, 2008:22).

Perreault dan mecarthy (2006:176) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berusaha menggali informasi secara mendalam, serta terbuka. terhadap segala tanggapan dan bukan hanya jawaban ya atau tidak. Menurut Bog dan Taylor (1975) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Esensi utama dari penelitian kualitatif lebih menitikberatkan pada penelitian yang berkaitan dengan upaya-upaya menggali makna-makna terhadap suatu fenomena tertentu dalam kondisi dan latar yang alami. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada penemuan suatu konsep, pengetahuan dan bahkan mendapatkan suatu teori yang baru, dan bukan untuk melakukan pengujian terhadap teori yang sudah ada (Djamal). Beberapa definisi penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Nugrahani, 2008) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Kemudian Creswell dalam (Murdiyanto, 2020) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq & Choiri, 2019).

Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk kegiatan penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional suatu organisasi, aktivitas sosial dan ekonomi. (I Made Laut Mertha Jaya, 2020: 45). Penelitian Kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis yang mendeskripsikan suatu obyek, fenomena atau setting sosial yang dituangkan dalam tulisan berupa naratif. (Albi Anggito and Johan Setiawan, 2018: 43). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Wawancara adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang dilakukan secara verbal kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi atau penjelasan yang diperlukan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kediaman *Owner Rewind Booth* Pekanbaru, tepatnya di Jl. Kalianda Blok B-3, Harapan Raya, Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini dilaksanakan setelah seminar proposal.

3.3 Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan (Sugiyono, 2013). Dalam proses penelitiannya, sumber data primer/ sumber utama, informasi dihimpun dengan menggunakan catatan tertulis atau bisa juga dengan perekaman secara video/ audio, serta pengambilan foto atau pembuatan film (Ibrahim, 2015: 69). Data primer dapat berbentuk opini subyek secara individual atau kelompok, dan hasil dari observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Data primer merupakan sumber informasi yang mempunyai wewenang langsung dan bertanggungjawab terhadap pengumpulan atau pun penyimpanan data. Sumber semacam ini merupakan data tangan pertama yang diperoleh langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Mohammad, 1987: 42). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya melalui wawancara di *Rewind Booth* Pekanbaru.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang di peroleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi.



Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang digunakan oleh *Rewind Booth* Pekanbaru seperti catatan atau laporan data dokumentasi. Data sekunder hanya sebagai bahan pelengkap penelitian.

3.4 Informan Penelitian

1. Informan Kunci

Informan kunci merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan sebagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah, misalnya akademisi, budayawan, tokoh agama dan tokoh masyarakat.

Informan kunci merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai fokus utama dalam wawancara dan dapat memberikan informasi yang diperlukan tentang objek yang diteliti. Yang menjadi informan kunci dari peneliti ini adalah seluruh karyawan di *Rewind Booth* Pekanbaru.

2. Informan Pelengkap

Informan pelengkap yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti. Yang menjadi informan pelengkap dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1
Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1	Angga Permata Soni	<i>Owner</i>
2	Sari Yulianna	<i>Marketing</i>
3	Wahyu Sry Rezeki Islami	<i>Admin</i>
4	Wandrizaral	<i>Staff</i>
5	Nofadilla	<i>Staff</i>

Sumber : Wawancara dengan Angga Permata Soni 04 Maret 2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam metodologi penelitian kualitatif, ada berbagai metode pengumpulan data atau sumber yang biasa digunakan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari (Ardianto and Elvinaro, 2010: 78) :

1. Wawancara mendalam merupakan teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan akurat.
2. Observasi lapangan merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra mata serta dibantu panca indra lainnya.

3. Dokumen merupakan data penelitian naturalistik diperoleh dari sumber bukan manusia, diantaranya dokumen dan bahan statistik. Dokumen terdiri atas tulisan pribadi, seperti buku harian, surat-surat, dan dokumentasi resmi.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yang biasanya dilakukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode yang ada tergantung masalah yang dihadapi (Kriyantono, 2009 : 93). Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang bersifat sistematis dan standar guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data selalu memiliki hubungan yang erat dengan rumusan masalah penelitian yang hendak dipecahkan (Nazir, 2013: 174).

Berdasarkan manfaat empiris, metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknik analisis data adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dalam memperoleh hasil penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

1. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan bertahap dan mendalam langsung kepada seorang informan atau seseorang yang berwenang. Teknik wawancara suatu momentum dua orang atau lebih bertemu secara langsung dan bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi- informasi atau keterangan-keterangan yang diperlukan berkaitan dengan penelitiannya. Teknik wawancara merupakan teknik yang baik untuk menggali informasi yang dibutuhkan, selain itu juga sangat bermanfaat sebagai penerangan kepada masyarakat seperti halnya wawancara yang ada di televisi atau radio (Narbuko, 2007:83). Wawancara adalah percakapan antara dua orang secara lisan dengan tatap muka untuk mendapatkan sebuah informasi atau data. Wawancara dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan data tentang keyakinan dan opini (Fathor Rasyid, 2015: 156). Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai seluruh staff Rewind Booth Pekanbaru

2. Observasi

Observasi yang peneliti lakukan pada penelitian ini dengan menggunakan observasi langsung, dimana peneliti hanya mengamati perilaku. Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan (Djam'an, 2011:105).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah penulis mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menelusuri data Historis yang berbentuk surat, catatan, dan laporan ataupun dokumen foto, CD dan video/film, dokumentasi ini berupa data-data historis yang dimiliki oleh Rewind Booth Pekanbaru. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data (informasi) yang berwujud sumber data tertulis atau gambar. Sumber tertulis atau gambar tersebut dapat berbentuk dokumen resmi, buku, majalah, arsip, dokumen pribadi, dan foto-foto (Sudarto, 2002:71).

3.6 Validasi Data

Setelah melakukan penelitian, selanjutnya perlu dilakukan validasi data atau pengujian dan pemeriksaan dan keabsahan data. Untuk validasi data pada penelitian ini penulis menggunakan Triangulasi data. Triangulasi data merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap dua data itu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil data triangulasi data dengan narasumber, yaitu dengan membandingkan antara hasil wawancara dengan dokumen yang ada dan membandingkan antara dokumen yang ada dengan pengamatan yang telah dilakukan. Triangulasi adalah cara dalam mendapatkan data yang benar dengan cara menggunakan pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan data dari luar untuk keperluan pengecekan dan membandingkan data tersebut (Bachtar, 2010: 36).

3.7 Teknik Analisis Data

Menganalisis data pada penelitian ini penulis menggunakan metode Analisis Deskriptif Kualitatif dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan, data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videografi, dokumen pribadi, catatan, atau dokumen resmi lainnya. (J. Lexy Moelong, 2004: 45).

Dengan penjelasan di atas dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif yang mana menjelaskan dan juga menggambarkan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat yang diperoleh dari hasil

observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga akan ditemukannya pemahaman yang jelas mengenai analisis persepsi audiens terhadap video booth 360 derajat saat acara konser.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Umum Perusahaan

Rewind Booth Pekanbaru adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang dokumentasi, khususnya dalam layanan penyewaan *videobooth* 360 derajat. *Videobooth* 360 derajat sendiri merupakan perangkat yang berfungsi untuk merekam objek secara menyeluruh, dan hasil rekamannya dapat dijadikan sebagai kenang-kenangan dalam suatu acara. Keberadaan *videobooth* 360 derajat ini tak lepas dari kemajuan teknologi yang terus berkembang. Rewind Booth Pekanbaru resmi berdiri pada bulan Februari tahun 2022, yang awal pendiriannya dilatarbelakangi oleh keyakinan dan rasa percaya diri yang tinggi dari sang pemilik.

Angga Permata Soni adalah pemilik dari Rewind Booth Pekanbaru. Ia dikenal sebagai pecinta seni yang memiliki minat besar terhadap hal-hal baru. Tren *videobooth* 360 derajat pertama kali ia temukan di salah satu kanal YouTube, yang saat itu sedang populer di luar negeri. Rasa penasaran dan ketertarikan mendorong Angga untuk mempelajari lebih dalam mengenai cara kerja serta peralatan yang digunakan dalam *videobooth* 360 derajat. Ketertarikannya pun semakin kuat hingga akhirnya ia memutuskan untuk merintis usaha penyewaan jasa *videobooth* 360 derajat di Kota Pekanbaru. Keputusan ini juga didukung oleh pesatnya perkembangan industri pernikahan di Pekanbaru dan sekitarnya yang telah memasuki tahap modern dan cukup maju.

Rewind Booth Pekanbaru menggunakan peralatan kelas atas, termasuk impor langsung mesin dan peralatan dari luar negeri. Angga termotivasi untuk selalu berkembang dengan memperoleh peralatan terbaru dan memperbarui peralatan yang ada seiring meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa penyewaan *videobooth* 360 derajat. Hal ini dilakukan untuk menjaga Rewind Booth Pekanbaru tetap menjadi pilihan terbaik bagi konsumen dan untuk mempertahankan kualitas hasil dokumentasi.

Video Booth 360 derajat menjadi souvenir pernikahan yang sangat unik dan tak terlupakan, Rewind Booth Pekanbaru awalnya memfokuskan diri pada industri pernikahan sebagai pasar utamanya. Namun seiring waktu, layanan ini juga diterima dengan baik oleh sejumlah kelompok dan mulai banyak digunakan sebagai platform hiburan interaktif dan menarik di berbagai acara lainnya, termasuk pesta ulang tahun, perayaan kelulusan, konser musik, dan berbagai acara perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Visi-Misi Rewind Booth Pekanbaru

Visi

Menjadi satu-satunya penyewaan jasa videobooth 360 derajat yang memberikan kualitas Videobooth 360 derajat terbaik, unik, menghasilkan inovasi-inovasi baru dan mampu bersaing dengan kompetitor yang ada di Riau.

Misi

- 1) Selalu meningkatkan pelayanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen.
- 2) Selalu menjaga kepercayaan konsumen.
- 3) Memperluas jaringan agar menjadi partner utama di Riau dalam menggunakan Videobooth 360 derajat.
- 4) Menjaga hubungan baik dengan konsumen.
- 5) Selalu menjadi Videobooth 360 derajat terbaik di Riau.

4.3 Logo Rewind Booth Pekanbaru

Dalam sebuah perusahaan, logo sangat berperan penting sebagai bentuk identitas dari sebuah perusahaan. berikut adalah logo Rewind Booth Pekanbaru.

Gambar 4.1
Logo Rewindbooth Pekanbaru



rewindboothpekanbaru

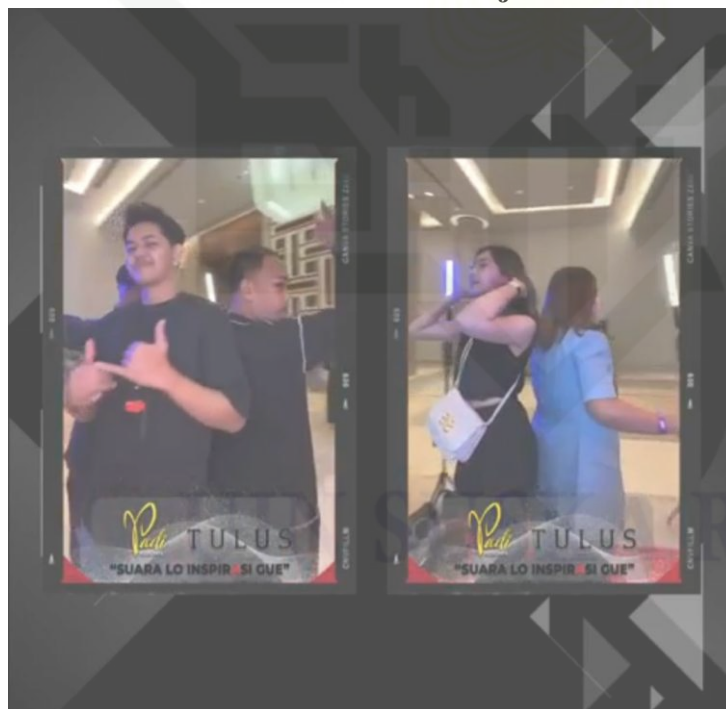
Gambar 4.2
Rewind Booth 360 Derajat di Acara Konser



Gambar 4.3
Contoh Venue Booth



Gambar 4.4
Hasil Booth 360 Derajat



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.5
Rewind Booth di Acara Konser



4.4 Informasi Media Online Rewind Booth Pekanbaru

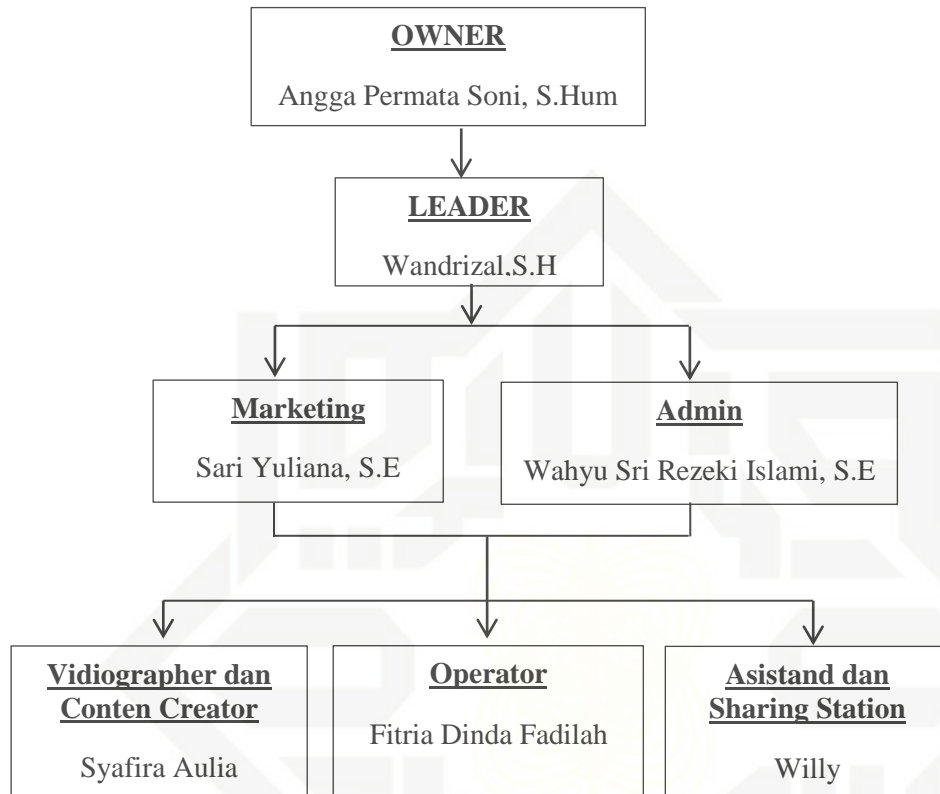
Rewind booth pekanbaru menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasi dan dapat digunakan untuk berinteraksi dengan admin dalam memesan jasa Rewind Booth Pekanbaru.

Media Sosial:

- 1) Instagram Rewind Booth Pekanbaru @rewindboothpekanbaru,
- 2) Tiktok @rewindboothpekanbaru,
- 3) Whatsapp : 0822-8110-9898.

4.5 Struktur Organisasi Rewind Booth Pekanbaru

Gambar 4.6
Struktur Rewind Booth Pekanbaru



Job Description

1. Owner

Tugas Pemilik Pekanbaru Rewind bertanggung jawab untuk mengawasi pekerjaan tim dan berkonsentrasi pada pengembangan bisnis, yang meliputi perluasan ruang pemasaran, munculnya ide-ide inovatif, dan memastikan operasi dakwah tim kreatif dilakukan sesuai dengan tujuan.

2. Leader

Tanggung jawab seorang pemimpin Stand Vidio Rewind Pekanbaru meliputi mengawasi acara, mengelola personel dan peralatan stan Pekanbaru rewind, mengelola semua yang terjadi di lokasi, serta memuat, mengatur, dan mengkonfigurasi aplikasi saat berada di lokasi.

3. Marketing

Tugas seorang marketing adalah mengembangkan strategi pemasaran dan promosi, melakukan pendekatan dan penawaran kepada konsumen, bertanggung jawab menjalin hubungan baik dengan para stakeholder, baik orang yang bekerja sama maupun seroang customer. bertanggung jawab menjaga image perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Admin

Tugas seorang admin adalah bertanggung jawab mengelola administrasi, mengelola akun sosial media dan bertanggung jawab melakukan interaksi secara langsung dengan calon customer.

5. Videographer dan Content Creator

Tugas videographer dan content creator rewind booth pekanbaru ini adalah bertanggung jawab dalam menentukan konsep video, mengambil video saat event berlangsung dan bertanggung jawab dalam mengedit video cinematic dan konten semenarik mungkin.

6. Operator

Tugas operator pada rewind booth pekanbaru adalah bertanggung jawab untuk memberikan aba-aba waktu untuk kapan mulai dan kapan berhenti kepada para pengguna rewind booth pekanbaru.

7. Asistand dan Sharing Station

Tugas seorang Asistand dan Sharing station dalam rewind booth pekanbaru ini adalah menjadi seseorang yang bertanggung jawab mengatur antrian dalam menggunakan rewind booth pekanbaru, bertanggung jawab memberikan properti kepada para pengguna rewind booth pekanbaru dan membantu menembakkan properti balon agar mempercantik hasil video.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Don Norman, seorang tokoh terkemuka dalam bidang desain dan pengalaman pengguna (user experience/UX), menekankan bahwa keberhasilan sebuah produk tidak hanya diukur dari seberapa baik fungsi produk tersebut berjalan. Lebih dari itu, sebuah produk yang dirancang dengan baik harus mempertimbangkan kemudahan penggunaan, kemudahan pemahaman, serta kemampuannya memberikan kepuasan emosional kepada pengguna. Dengan kata lain, UX yang baik adalah perpaduan harmonis antara fungsionalitas, estetika, dan psikologi pengguna. Hal ini menjadi sangat relevan dalam dunia hiburan modern, khususnya pada penerapan teknologi video booth 360 derajat di acara konser.

Pengunjung dapat berdiri di atas platform di dalam bilik video 360 derajat, di mana kamera yang berputar merekam mereka dari semua sisi untuk menciptakan video sudut pandang penuh yang unik. Di tengah keseruan konser, bilik ini berfungsi sebagai alat perekaman sekaligus elemen acara yang dapat meninggalkan kenangan abadi bagi penonton. Semua konsep UX Don Norman dapat digunakan secara bersamaan untuk menciptakan bilik yang menawarkan pengalaman yang benar-benar tak terlupakan.

1. Affordance: Mengundang Pengguna untuk Bertindak

Affordance adalah petunjuk alami yang membuat pengguna memahami cara menggunakan suatu objek atau sistem. Dalam konteks video booth 360 derajat, affordance dapat tercermin melalui desain platform yang jelas menunjukkan bahwa orang bisa berdiri di atasnya. Misalnya, bentuk lingkaran yang kokoh dan permukaan yang rata memberikan sinyal visual bahwa area tersebut aman untuk diinjak. Tanpa perlu membaca instruksi, pengunjung sudah dapat menebak fungsi platform ini. Dengan affordance yang tepat, audiens akan merasa lebih percaya diri untuk mencoba fasilitas tersebut tanpa ragu atau kebingungan.

2. Signifiers: Memberi Petunjuk yang Jelas

Meskipun affordance memberi sinyal alami, signifiers adalah penanda eksplisit yang membantu pengguna memahami tindakan yang tepat. Dalam video booth, signifiers bisa berupa jejak kaki yang dicetak di lantai platform sebagai panduan posisi berdiri, lampu indikator yang menyala ketika sesi dimulai, atau layar kecil yang menampilkan instruksi visual. Keberadaan signifiers memastikan bahwa bahkan pengguna yang baru pertama kali mencoba tetap dapat mengikuti alur penggunaan dengan

mudah. Tanpa signifiers, affordance saja terkadang tidak cukup untuk mencegah kebingungan.

3. Feedback: Kepastian dari Setiap Tindakan

Feedback adalah respon sistem yang memberi tahu pengguna apakah tindakan mereka berhasil atau tidak. Dalam video booth, feedback bisa berupa suara "beep" saat perekaman dimulai, efek cahaya yang berkedip, atau tampilan progres rekaman di layar. Setelah proses selesai, sistem dapat memberikan notifikasi bahwa video sudah siap diunduh, baik melalui kode QR, tautan di email, maupun aplikasi tertentu. Feedback ini sangat penting agar pengguna merasa dihargai dan yakin bahwa waktu mereka tidak terbuang sia-sia.

4. Constraints: Batasan demi Keamanan dan Efisiensi

Constraints berfungsi untuk membatasi tindakan pengguna demi menjaga keamanan, kenyamanan, dan kelancaran operasional. Dalam booth 360 derajat, contoh constraints adalah pembatasan jumlah orang yang boleh naik ke platform dalam satu sesi, atau pengaturan durasi perekaman agar semua pengunjung mendapat giliran. Constraints juga dapat berupa peringatan agar pengguna tidak melompat atau bergerak terlalu cepat, demi menghindari risiko jatuh atau kerusakan pada peralatan. Batasan ini justru membantu sistem bekerja lebih optimal.

5. Mapping: Hubungan Logis antara Tindakan dan Hasil

Mapping adalah bagaimana pengguna memahami hubungan antara tindakan mereka dan hasil yang terjadi. Dalam video booth, mapping dapat diwujudkan melalui hitungan mundur (countdown) sebelum kamera bergerak, sehingga pengguna dapat mempersiapkan pose terbaik. Contoh lainnya adalah tombol start yang langsung mengaktifkan kamera dan lampu sorot, sehingga pengguna tahu bahwa proses telah dimulai. Mapping yang jelas mengurangi potensi kesalahan dan meningkatkan kenyamanan pengguna.

6. Mental Models: Persepsi Awal yang Membentuk Ekspektasi

Setiap orang membawa mental models, yaitu gambaran atau ekspektasi awal tentang bagaimana sesuatu seharusnya bekerja, berdasarkan pengalaman sebelumnya. Dalam kasus video booth, banyak audiens yang sudah akrab dengan pembuatan video slow-motion atau efek putar dari media sosial seperti TikTok dan Instagram. Pemahaman ini membuat mereka lebih cepat mengerti cara memanfaatkan booth untuk menghasilkan konten yang menarik. Desainer dapat memanfaatkan mental models ini dengan menyesuaikan alur interaksi agar mirip dengan platform digital yang sudah familiar bagi pengguna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Emotional Design: Menciptakan Kesan yang Membekas
Emotional design menekankan bahwa desain tidak hanya soal fungsi, tetapi juga tentang perasaan yang ditimbulkan. Video booth 360 derajat dapat dirancang dengan latar belakang yang menarik, efek cahaya dramatis, musik latar yang energik, dan hasil video berkualitas tinggi. Semua ini membangkitkan rasa bangga dan bahagia pada pengguna, terutama ketika mereka membagikan hasilnya di media sosial. Pengalaman positif ini akan melekat di ingatan mereka, bahkan setelah acara selesai.
8. Usability dan Accessibility: Kenyamanan untuk Semua
Usability mengacu pada kemudahan penggunaan, sedangkan accessibility memastikan semua orang dapat mengakses dan memanfaatkan fasilitas, tanpa memandang usia atau kondisi fisik. Booth 360 derajat yang ramah pengguna sebaiknya memiliki akses ramp untuk pengguna kursi roda, tombol yang mudah dijangkau, serta petunjuk visual yang jelas. Dengan memperhatikan usability dan accessibility, desainer dapat memastikan bahwa fasilitas ini inklusif dan memberikan pengalaman setara bagi semua pengunjung.
9. Integrasi Prinsip-prinsip Don Norman untuk Pengalaman Menyeluruh
Ketika seluruh prinsip UX dari Don Norman diterapkan secara terpadu, video booth 360 derajat tidak lagi sekadar menjadi pelengkap acara konser. Booth ini berubah menjadi titik interaksi yang menyatukan fungsi, kemudahan, estetika, dan emosi. Affordance dan signifiers mengajak pengguna berpartisipasi, feedback dan constraints menjaga kelancaran proses, mapping dan mental models memudahkan adaptasi, sementara emotional design dan accessibility memastikan pengalaman yang menyenangkan bagi semua orang.

Kesuksesan penerapan ini akan terlihat dari antusiasme pengunjung yang ingin mencoba, kepuasan yang mereka rasakan, dan viralnya konten yang dihasilkan. Dengan demikian, booth ini bukan hanya mengabadikan momen, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara penyelenggara acara dan audiensnya.

6.2 Saran

Hendaknya Rewind Booth Pekanbaru meningkatkan lagi ide dan kreativitas penggunaan tema yang lebih up to date dan beragam agar para audiens dapat menyesuaikan gaya pada saat konser. dan kelengkapan alat penunjang seperti kamera, video booth dan lain-lain tetap dipertahankan dan semoga inovasi dan ide-idenya tidak pernah habis.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh, Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam, Kencana, Jakarta. 2021.
- Abdul Wahhab, "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Word Of Mouth Produk Skincare Pada Youtube", Seminar penelitian Prosiding The 11 Industrial Research Workshop And National Seminar (Bandung, Politeknik Negeri Bandung, 2020).
- Agustina Kusuma, "Persepsi Audiens Terhadap Logo "Pempek Nyonya Kamto", Jurnal CandraRupa Vol. 3 No. 1 (Bandung, Institut Teknologi Nasional Bandung, 2024).
- Albi Anggito and Johan Setiawan, "Metodologi Penelitian Kualitatif", ed. Ella Deffi Lestari, 1st ed. (Kab. Suka Bumi: CV. Jejak, 2018).
- Alex Sobur, Psikologi Umum, Pustaka Setia, Bandung. 2003.
- Ardianto and Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2010).
- Ayu Lestari, "Persepsi Audiens (Warga Kelurahan Tanjung Ayun Sakti Kota Tanjungpinang) Terhadap Kredibilitas Penyiar Berita Di TV Tanjungpinang" Jurnal Komunikasi (Pekanbaru Universitas Sultan Syarif Kasim Riau 2022).
- Bachtiar S Bahri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 10 No. 1, (April, 2010).
- Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).
- Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004).
- Bogdan, R., & Taylor, S. J. (1975). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Phenomenological Approach to the Social Sciences*. New York: Wiley-Interscience.
- Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007).
- Dewey, J. (2005). *Art as Experience*. New York: Minton, Balch & Company.
- Djam'an Satori, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung : Alfabeta, 2011).
- Djamal, M. Paradigma Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sunan Syarif Kasim Riau

- Dominick, J. R. (2013). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Dris Oubaha dan Oulaid Amzaourou, Audience Reception Analysis of Public Service Television News In Morcco, (International Journal of Advance Reserch (IJAR), ISSN: 2320-5407, 2007).
- Edi Wijaya, “Analisis Persepsi Program “TONINGHT SHOW PREMIER” Di Youtube”, Jurnal Akrab Juara Vol. 7 No. 3 (Bina Sarana Informatika, 2022).
- Endang, Audience Research, (Yogyakarta: PT. Andi Offset, 1993).
- Goffman, E. (2022). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Hall, S. (2024). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.
- Hidayatullah, R. (2021). *Komunikasi musikal dalam konser “Musik Untuk Republik”*. *Tonika: Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni*, 4(2), 145–160. <https://doi.org/10.37368/tonika.v4i2.254>
- I Made Laut Mertha Jaya, “Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata”, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020).
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Indra Tantra, “Persepsi Masyarakat Tentang Perempuan Bercadar”, *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*, Vol. III No. 1/Mei 2015
- Iriani Indri hapsari, *Psikologi Faal*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- J. Lexy Moelong, *Prosedur Penelitian* (Bandung: PT Rineka Cipta, 2004).
- Jalarudin Rackhmat, “*Persepsi Komunikasi*”, (Pustaka Utama, 2011).
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2018). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press.
- John L. Sullivan. *Media Audience as Effect, Users, Institutions and power*. (California: SAGE Publication Inc, 2013).
- Juslin, P. N., & Sloboda, J. A. (Eds.). (2021). *Handbook of Music and Emotion: Theory, Research, Applications*. Oxford: Oxford University Press.
- KBBI**
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktik Penelitian Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Mohammad Ali, Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi, (Bandung: Angkasa, 1987).
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. In Bandung: Rosda Karya.
- Nazir, Moh.2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nugrahani, F. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 1, Issue 1). <http://e-journal.usd.ac.id/index.php>
- Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2006). *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach* (15th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Prasilika, Tiara. 2007. *Studi Persepsi Resiko Keselamatan Berkendara serta Hubungan Dengan Locus of Control pada Mahasiswa FMK UI yang Mengendarai Motor*. Tidak Diterbitkan. Depok: Program Sarjana Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Pupu Saeful Rahmat, “*Penelitian Kualitatif*”, *Equilibrium* 5 (2009).
- Rahmat Dahlan, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang*”, *Jurnal Zakat dan Wakaf*, Vol.4 No. 1/Juni 2017.
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. In CV Nata Karya (Vol. 53, Issue 9). Nata Karya.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sondang P Siagian, *Teori Motivasi dan Aplikasinya*, Cet-3, Jakarta Rineka Cipta, 2012.
- Sudarsono. (2003). *Pengantar Apresiasi Musik*. Penerbit Kanisius.
- Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002).
- Sugihartono dkk, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Toha, Miftah. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Persada

Vera Chaerunnisa “*Strategi Rewind Booth Pekanbaru Dalam Mempromosikan Vidiobooth 360 Derajat Kepada Masyarakat*”, *Jurnal Komunikasi* (Pekanbaru Universitas Sultan Syarif Kasim Riau 2023).

Angga Permata Soni. 2025. Wawancara.

Wirawan Sarlito, “*Pengantar Psikologi Umum*”, (Jakarta: Bulan Bintang, 2002).

Wright, P. L. The Cognitive Processes Mediating acceptance of advertising. (*Journal Of Marketing Reserch*, 1973). 10





Saat loading berlangsung, ada animasi muter-muter = feedback bahwa sistem sedang memproses.

Penulis : Menurut anda apa tujuan diterapkan Constraints pada Video booth 360 derajat saat acara konser berlangsung ?

Informan : Penerapan constraints pada Video Booth 360 Derajat di Acara Konser memiliki tujuan, yaitu, membimbing pengguna agar tidak salah menggunakan alat, melindungi alat dan pengguna dari kerusakan atau kesalahan teknis, dan meningkatkan kelancaran alur penggunaan.

Penulis : Penerapan Constraints pada audience ?

Informan : Persepsi Audiens terhadap Constraints yaitu, jika constraints jelas dan intuitif, audiens akan merasa terbantu dan aman, jika terlalu membingungkan atau ketat, bisa membuat audiens merasa terbatas dan takut mencoba dan constraints harus halus tapi fungsional - mengatur tanpa membuat frustrasi.

Wawancara bersama Informan 2

Nama : Sari Yulianna

Pekerjaan : Marketing *Rewind Booth* Pekanbaru

Hasil wawancara tatap muka dengan informan yang bernama Sari Yulianna.

Penulis : Apa prinsip utama perihal *User Centered Design* (desain berpusat pada pengguna) dalam menjalankan *Rewind Booth* ?

Informan : Desain harus diuji berkali-kali oleh pengguna nyata dan diperbaiki berdasarkan hasil evaluasi tersebut. Pada saat acara konser uji jalur antrian, sistem tiket elektronik, atau aplikasi penunjang sebelum konser benar-benar berlangsung agar audiens tidak berdesakan ketika ingin mengantri Video Booth 360 Derajat.

Penulis : Bagaimana memperkuat Affordance (Kemungkinan Tindakan) ?

Informan : Desain visual menarik & intuitif, Misalnya: bentuk platform menyerupai panggung, lampu sorot menyorotnya.

Penulis : Penerapan Constraints pada audience ?

Informan : Dalam teori user experience Don Norman constraints adalah alat bantu agar pengguna menggunakan sistem dengan benar dan aman. Pada video

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

booth 360 Derajat di konser, pembatasan yang dirancang dengan baik untuk mencegah kesalahan teknis dan interaksi yang berbahaya, membimbing audiens agar mengikuti alur yang benar, dan meningkatkan efisiensi penggunaan dan kepuasan keseluruhan.

Wawancara bersama Informan 3

Nama : Wahyu Sry Rezeki Islami

Pekerjaan : Admin *Rewind Booth* Pekanbaru

Hasil wawancara tatap muka dengan informan yang bernama Wahyu Sry Rezeki Islami.

Penulis : Apa prinsip utama perihal *User Centered Design* (desain berpusat pada pengguna) dalam menjalankan *Rewind Booth* ?

Informan : Pada saat acara konser crew *Rewind Booth* Pekanbaru mengajak pengguna untuk memberikan masukan, bahkan sejak tahap awal, seperti survey penonton sebelum konser: artis mana yang diinginkan, pengalaman apa yang paling mereka harapkan, sehingga *Rewind Booth* Pekanbaru dapat menyesuaikan latar tema pada *Vidio Booth 360 Derajat*.

Penulis : Bagaimana memperkuat *Affordance*(Kemungkinan Tindakan) ?

Informan : Tanda-tanda instruksional, Seperti: "Naik ke sini, tunggu aba-aba, ayoo mana gaya nyaa!".

Wawancara bersama Informan 4

Nama : Wandrizal

Pekerjaan : Staff *Rewind Booth* Pekanbaru

Hasil wawancara tatap muka dengan informan yang bernama Wandrizal.

Penulis : Apa prinsip utama perihal *User Centered Design* (desain berpusat pada pengguna) dalam menjalankan *Rewind Booth* ?

Informan : Penanda lokasi *Vidio Booth 360 Derajat* harus jelas dan mudah dimengerti agar para audiens tidak kesulitan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
Sultan Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis : Bagaimana memperkuat Affordance(Kemungkinan Tindakan) ?

Informan : Demo nyata / crew yang aktif, dengan melihat orang lain berpose membuat affordance lebih “kelihatan”.

Wawancara bersama Informan 5

Nama : Nofadilla

Pekerjaan : Staff *Rewind Booth* Pekanbaru

Hasil wawancara tatap muka dengan informan yang bernama Nofadilla.

Penulis : Apa prinsip utama perihal *User Centered Design* (desain berpusat pada pengguna) dalam menjalankan *Rewind Booth* ?

Informan : Tidak hanya mendengar musik, tapi juga bagaimana pengguna merasa spesial dengan desain tema *Vidio Booth 360 Derajat*.

Penulis : Bagaimana memperkuat Affordance(Kemungkinan Tindakan) ?

Informan : Gunakan desain yang familiar, misalnya bentuk kamera yang besar atau memiliki ikon “rekam” agar langsung dikenali.

Penulis : Apakah *Feedback* penting dalam *Vidio booth 360* ?

Informan : “Dalam konteks video booth 360° di konser, feedback adalah penentu utama apakah pengguna merasa pengalaman itu menyenangkan atau membingungkan, profesional atau amatiran dan layak dibagikan atau diabaikan. Menurut Don Norman, feedback yang cepat, jelas, dan positif membuat pengguna merasa percaya diri, puas, dan ingin mengulangi pengalaman itu.”

Lampiran 2

Wawancara bersama Informan (Audience) 1

Nama : Cindy

Hasil wawancara tatap muka dengan informan (Audience) yang bernama Cindy.

Penulis : Menurut anda, apa tujuan dari penggunaan Vidio Booth 360 di acara ini ?

Informan : Tujuan dari Vidio Booth 360 Derajat yaitu menyediakan pengalaman interaktif di mana pengunjung bisa berdiri di tengah, lalu kamera berputar 360° untuk merekam momen bergaya sinematik.

Penulis : Sebagai Audience, apa ada petunjuk yang efektif dalam penggunaan Vidio Booth 360 yang membantu pengguna memahami fungsinya?

Informan : Kalau menurut saya, tanda-tandanya sudah cukup jelas sih. Misalnya ada tulisan ‘Start Here’ di lantai, jadi orang langsung tahu harus berdiri di mana. Terus ikon kamera besar itu bikin kita paham kalau alat itu buat rekam atau ambil video. Tulisan kayak ‘Ambil videomu di sini!’ atau ‘Coba 360 Derajat Video Gratis!’ juga kayak ngajak langsung buat nyobain. Ditambah lagi ada stiker jejak kaki di platform, jadi tanpa dijelasin pun orang sudah tahu posisinya di mana. Layar preview yang nampilin hasil video pengunjung sebelumnya juga bikin makin penasaran dan kebayang hasilnya bakal seperti apa. Terus ada staf pakai kaos ‘360 Video Crew – Tanya Kami!!’, jadi kalau bingung kita tahu harus tanya ke siapa. Jadi menurut saya, semuanya sudah membantu banget dan bikin orang nggak ragu buat coba.

Penulis : Persepsi audiens sangat dipengaruhi oleh *feedback visual, audio*, maupun fisik yang mereka alami saat menggunakan booth.

Informan : Menurut aku, pas ada suara ‘3...2...1...’ sebelum kamera muter itu ngebantu banget sih. Jadi aku bisa siap-siap dulu, atur pose, nggak tiba-tiba direkam. Rasanya juga jadi lebih profesional, nggak asal mulai aja. Terus waktu lampu LED-nya nyala pas rekaman dimulai, aku langsung yakin, ‘oh iya ini udah mulai.’ Jadi nggak bingung atau ragu lagi.

Di layarnya juga ada tulisan ‘Recording’ sama progress bar, itu bikin aku lebih tenang. Soalnya kelihatan jelas kalau videonya lagi direkam beneran. Yang paling aku suka, habis selesai rekaman hasilnya langsung keluar di layar. Rasanya puas bisa langsung lihat hasilnya, dan jujur aja jadi pengen langsung share ke sosial media.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pas ada notifikasi kalau videonya berhasil dikirim ke email atau QR code-nya sukses dipindai, aku juga lega. Jadi tahu hasilnya aman dan nggak bakal hilang. Ditambah lagi crew-nya ramah banget. Mereka kasih jempol dan bilang videonya keren, itu bikin aku makin pede dan ngerasa dihargai. Menurut aku sih, hal-hal kecil kayak gitu yang bikin pengalaman pakai booth 360 jadi lebih seru, meyakinkan, dan berkesan.”

Penulis : Penerapan Constraints pada audience ?

Informan : Batasan kayak platform yang cuma cukup buat 2–4 orang itu justru bagus sih. Jadi nggak terlalu penuh, orang-orang tetap fokus ke kamera, dan hasil videonya juga lebih maksimal. Terus waktu lihat ada tanda ‘Dilarang lompat/dorong lengan kamera’, aku langsung ngerti kalau kameranya sensitif. Jadi lebih hati-hati dan nggak sembarangan gerak.

Penulis : Apakah Mapping membantu pengunjung dalam memahami sistem kerja Vidio booth 360 derajat ?

Informan : Tata letaknya tuh udah jelas banget. Platform di tengah dan kamera muter ngelilingin, jadi aku langsung paham harus berdiri di mana dan kamera bakal gerak ke arah mana. Terus tombol ‘Mulai’-nya juga simpel. Begitu dipencet langsung ada countdown dan rekam, jadi aku nggak bingung harus ngapain lagi. Jejak kaki di lantai itu ngebantu banget sih. Aku jadi tahu posisi berdiri yang pas dan aman, nggak asal berdiri aja. Urutan prosesnya juga jelas, dari naik, rekam, lihat hasil, sampai scan QR. Jadi semuanya ngalir aja, nggak bikin pusing. Dan yang paling enak, habis rekam videonya langsung muncul di layar. Jadi aku langsung tahu hasilnya gimana dan bisa langsung kirim. Simpel dan nggak ribet.”

Penulis : Apakah fitur yang ada di Vidio booth 360 sudah sesuai dengan ekpetasi anda dan cara penggunanya ?

Informan : fitur-fitur di booth ini udah sesuai banget sama yang aku bayangin. Pas lihat kameranya muter 360 derajat, aku langsung ngerti, ‘oh iya ini konsep kamera 360’ kayak yang sering aku lihat. Terus ada countdown sebelum mulai rekam, itu bikin aku ngerasa kayak lagi bikin video di TikTok atau Instagram. Jadi lebih siap buat pose dan nggak kaget. Aku juga suka banget karena bisa langsung lihat hasil videonya setelah selesai. Rasanya puas aja gitu, nggak penasaran.

Penulis : Bagaimana kesan pertama anda saat melihat tampilan Vidio booth 360 derajat ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan : Level ini berhubungan dengan penampilan, warna, bentuk, dan efek visual yang memberi kesan spontan dan instingtif. Dalam video booth 360 Derajat memiliki desain booth yang estetik & Instagrammable, lampu LED warna-warni yang bergerak mengikuti music dan tampilan profesional seperti milik selebriti. Adapun persepsi audiens seperti “wow! Keren banget! Atau langsung tertarik mencoba.

Penulis : Sebagai pengguna, seberapa mudah dan nyaman penggunaan video booth 360 derajat ?

Informan : Booth ini gampang banget dipakai. Dari awal masuk aja udah ada jejak kaki di lantai, jadi aku langsung tahu harus berdiri di mana. Nggak bingung sama sekali. Lalu ada countdown sebelum mulai rekam, jadi aku nggak kaget dan bisa siap-siap pose dulu. Rasanya lebih enak karena tahu kapan kameranya mulai. Hasil videonya langsung muncul di layar. Aku jadi langsung lihat hasilnya dan ternyata keren juga, jadi puas banget.

Wawancara bersama Informan (Audience) 2

Nama : Septia Putri

Hasil wawancara tatap muka dengan informan (Audince) yang bernama Septia Putri.

Penulis : Bagaimana *affordance* bekerja untuk audiens?

Informan : Menurut saya, dari awal lihat Video Booth 360 itu sudah kelihatan banget cara pakainya. Platform bundarnya di tengah itu kayak ‘ngajak’ orang buat naik dan berdiri di situ, otomatis jadi pengen pose. Terus lengannya yang muter itu jelas banget kalau dia lagi ngerekam, jadi kita langsung paham harus bergaya. Lighting sama lampu LED-nya juga bikin terasa kayak ini spot yang spesial, bukan cuma tempat foto biasa. Ditambah lagi ada banner ‘Ayo Coba Video 360 Derajat kamu!!’ jadi makin yakin buat nyobain. Apalagi kalau lihat orang lain sudah coba duluan dan seru, jadi makin kepancing buat ikut. Jadi tanpa dijelaskan panjang lebar pun, kita sudah tahu harus ngapain.

Penulis : Sebagai Audience, apa ada petunjuk yang efektif dalam penggunaan Vidio Booth 360 yang membantu pengguna memahami fungsinya?

Informan : Dalam konteks video booth 360° di konser, signifiers sangat penting untuk menjelaskan apa itu booth tersebut, menunjukkan cara menggunakannya dan mendorong interaksi pengguna secara alami dan tanpa ragu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis : Persepsi audiens sangat dipengaruhi oleh *feedback visual, audio*, maupun fisik yang mereka alami saat menggunakan booth.

Informan : Tujuan feedback menurut Don Norman, memberikan kepastian dan kejelasan, membuat pengguna merasa dikontrol, bukan tersesat, memberi rasa puas dan percaya diri setelah berinteraksi, dan mendorong pengulangan dan rekomendasi (misalnya: "Ayo cobain juga, seru banget!").

Penulis : Penerapan Constraints pada audience ?

Informan : Kalau kamera dipasang di tiang otomatis dan nggak bisa digerakin manual, menurut aku itu penting banget. Jadi lebih aman dan nggak ada yang iseng pegang-pegang yang bisa bikin rusak. Ada tulisan 'Satu per satu, antri dulu ya', itu bikin orang sadar sih kalau harus tertib. Soalnya di konser kan biasanya rame banget, jadi penting banget buat jaga antrian."

Penulis : Apakah fitur yang ada di Vidio booth 360 sudah sesuai dengan ekpetasi anda dan cara penggunanya ?

Informan : Video booth 360 Derajat di konser, mental model audiens dipengaruhi oleh, pengalaman sebelumnya (di media sosial, event, dll), apa yang mereka lihat dari pengguna lain dan seberapa akrab mereka dengan teknologi interaktif.

Penulis : Bagaimana pengalaman anda menggunakan Vidio booth 360 derajat ?

Informan : Dalam video booth 360 Derajat proses rekaman mudah dan menyenangkan (cukup berdiri & bergaya), crew membantu dengan ramah, ada countdown + preview hasil video dan bisa langsung diunduh atau dibagikan ke media social. Dan adapun persepsi audiens seperti "Asik banget, mudah banget dipakai!" atau muncul rasa puas dan percaya diri.

Penulis : Apakah Vidio booth 360 sudah mudah diakses oleh semua kalangan ?

Informan : Booth nya tuh gampang banget diakses siapa aja. Platform-nya nggak tinggi, jadi semua orang bisa naik, bahkan yang pakai kursi roda juga masih oke. Crew nya juga sigap bantuin, jadi buat yang pertama kali coba atau orang tua dan anak-anak tetap merasa aman dan nggak bingung. Instruksinya jelas, ada visual sama penjelasan langsung, jadi mudah dipahami. Terus pencahayaannya juga cukup terang, jadi tempatnya nyaman dan enak dipakai.



Wawancara bersama Informan (Audience) 3

Nama : Raffi Hafiz

Hasil wawancara tatap muka dengan informan (Audince) yang bernama Raffi Hafiz.

Penulis : Sebagai Audience, apa ada petunjuk yang efektif dalam penggunaan Vidio Booth 360 yang membantu pengguna memahami fungsinya?

Informan : Tanpa signifier yang efektif, affordance-nya bisa jadi tidak terbaca oleh audiens. Jadi desain booth bukan hanya soal keren, tapi juga soal komunikasi non-verbal yang intuitif.

Penulis : Persepsi audiens sangat dipengaruhi oleh *feedback visual, audio*, maupun fisik yang mereka alami saat menggunakan booth.

Informan : Jika Tidak Ada Feedback pengguna video booth 360 Derajat akan kebingungan: “Sudah mulai belum sih?”, cemas: “Videonya jadi nggak ya?” / “Saya salah berdiri nggak?”, ragu untuk mencoba lagi: karena pengalaman sebelumnya terasa tidak jelas dan enggan merekomendasikan ke orang lain.

Penulis : Penerapan Constraints pada audience ?

Informan : Mungkin sistem yang cuma bisa dipakai kalau sesi sebelumnya selesai itu bikin alurnya rapi. Jadi nggak ada yang tiba-tiba nyelonong sebelum proses rekam dan preview beres. Constraints kayak gini tuh sebenarnya ngebantu banget. Jadi pengguna nggak salah pakai alat, lebih aman, dan semuanya tetap lancar meskipun situasinya lagi ramai.

Penulis : Apakah Mapping membantu pengunjung dalam memahami sistem kerja Vidio booth 360 derajat ?

Informan : Dalam video booth 360 Derajat di konser, mapping yang baik akan membantu pengguna berinteraksi tanpa ragu, membuat pengalaman lebih intuitif & menyenangkan, meningkatkan partisipasi dan keinginan mencoba ulang.

Penulis : Apakah fitur yang ada di Vidio booth 360 sudah sesuai dengan ekpetasi anda dan cara penggunanya ?

Informan : Jika booth dirancang selaras dengan mental model audiens, maka, mereka cepat mengerti fungsinya, percaya diri untuk mencoba dan merasa puas dan ingin merekomendasikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Ditugaskan oleh UIN Suska Riau

Syarat Isiniric Ungesitipon Suska Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis : Apakah ada makna atau kesan ketika menggunakan Vidio booth 360 derajat ?

Informan : Level ini terkait dengan nilai personal, kenangan, atau identitas diri yang dibangun dari pengalaman. Pada video booth 360 derajat para audiens membagikan video ke Instagram/TikTok → jadi bagian dari momen konser, merasa seperti "bintang" dalam momen pribadi, dan menjadikan video sebagai kenangan spesial bersama teman/pasangan. Adapun persepsi audiens seperti “Aku punya kenangan keren di konser ini.” ataupun terbentuknya keterikatan emosional dan nostalgia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

