



**STRATEGI KOMUNIKASI PT. SUMBER SEJAHTERA
AUDIOTAMA DALAM MENGHADAPI KOMENTAR
NEGATIF SAAT LIVE STREAMING TIKTOK VENOM
INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Robby Pandu Wijaya Diva 223516516198

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

2025



**PT. SUMBER SEJAHTERA AUDIOTAMA'S
COMMUNICATION STRATEGY IN RESPONDING TO
NEGATIVE COMMENTS DURING VENOM INDONESIA'S
TIKTOK LIVE STREAMS
UNDERGRADUATE THESIS**

**Submitted as a Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)**

Robby Pandu Wijaya Diva 223516516198

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Robby Pandu Wijaya Diva
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516198
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI VENOM INDONESIA
DALAM MENGHADAPI KOMENTAR NEGATIF
SAAT LIVE STREAMING TIKTOK
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dra. Masnah, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Robby Pando Wijaya Diva
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516198
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PT. SUMBER SEJAHTERA
AUDIOTAMA DALAM MENGHADAPI KOMENTAR
NEGATIF SAAT LIVE STREAMING TIKTOK VENOM
INDONESIA
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 10 Maret 2026

Dosen Pembimbing


Dra. Masnah M.Si.



Dosen Pembimbing

Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robby Pandu Wijaya Diva

NPM : 223516516198

Judul : Strategi Komunikasi Venom Indonesia dalam Menghadapi Komentar Negatif saat *Live Streaming* TikTok

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 10 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Robby Pandu Wijaya Diva

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Robby Pandu Wijaya Diva

NPM : 223516516198

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PT. SUMBER SEJAHTERA
AUDIOTAMA DALAM MENGHADAPI KOMENTAR NEGATIF SAAT LIVE
STREAMING TIKTOK VENOM INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Cyntia D. Anggraini, S.Ikom., M.Ikom. (.....)

Penguji 1 : Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos., M.Si. (.....)

Penguji 2/Pembimbing : Dra. Masnah, M.Si. (.....)

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 4 Maret 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan Venom Indonesia dalam menghadapi komentar negatif saat live streaming TikTok. Karakter komunikasi digital yang bersifat *real-time* dan terbuka menjadikan live streaming sebagai ruang interaksi yang memungkinkan munculnya komentar negatif secara spontan dan berpotensi memengaruhi citra merek. Penelitian ini menggunakan Teori Image Restoration, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas live streaming TikTok Venom Indonesia, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kerangka Image Restoration Theory, Venom Indonesia menerapkan tiga strategi utama dalam merespon komentar negatif, yaitu reducing offensiveness, corrective action, dan mortification. Strategi reducing offensiveness dilakukan melalui klarifikasi faktual dan penekanan pada keunggulan produk, corrective action diwujudkan melalui pemberian solusi konkret seperti klaim garansi dan penggantian produk, sedangkan mortification diterapkan melalui penyampaian permintaan maaf ketika kesalahan berasal dari pihak internal. Sementara itu, strategi denial dan evasion of responsibility tidak digunakan secara dominan karena dinilai berpotensi menimbulkan persepsi negatif di ruang publik digital. Strategi komunikasi yang adaptif tersebut berkontribusi dalam menjaga stabilitas citra merek Venom Indonesia di tengah dinamika komunikasi media sosial yang cepat dan terbuka.

Kata kunci: strategi komunikasi, komentar negatif, TikTok Live, Image Restoration Theory.

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication strategies used by Venom Indonesia in responding to negative comments during TikTok live streaming sessions. The real-time and open nature of digital communication makes live streaming an interactive space where spontaneous negative comments may arise and potentially affect brand image. This research applies Image Restoration Theory and employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observation of Venom Indonesia's TikTok live streaming activities, and documentation. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that within the framework of Image Restoration Theory, Venom Indonesia implements three main strategies in responding to negative comments: reducing offensiveness, corrective action, and mortification. The reducing offensiveness strategy is carried out through factual clarification and emphasizing product advantages; corrective action is implemented by providing concrete solutions such as warranty claims and product replacement; while mortification is expressed through apologies when the error originates from internal factors. Meanwhile, denial and evasion of responsibility are not dominantly applied, as they are considered to potentially create negative perceptions in the digital public sphere. These adaptive communication strategies contribute to maintaining the stability of Venom Indonesia's brand image amid the fast-paced and open dynamics of social media communication.

Keywords: *communication strategy, negative comments, TikTok Live, Image Restoration Theory*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademik	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	1
KAJIAN PUSTAKA	1
2.1 Pemetaan Riset Terdahulu	1
2.1.1 Gap Analisis	3
2.1.2 Kebaruan Penelitian	4
2.2 Image Restoration Theory	4
a. Denial	5
b. Evansion of responsibility	5
c. Reducing of offensiveness	6
d. Corrective Action	6
e. Mortification	7
2.3 Landasan Konsep	9
2.3.1 Strategi	9
2.3.2 Komunikasi	11
2.3.3 Strategi Komunikasi	13
2.3.4 Komentor Negatif	15

2.3.5 TikTok	16
2.3.5 Live Streaming	19
2.4 Kerangka Berpikir	21
BAB III.....	22
METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian.....	22
3.2 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Metode Penelitian.....	26
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4.1 Subjek Penelitian.....	30
3.4.2 Objek Penelitian	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Wawancara	32
3.5.2 Observasi.....	34
3.5.3 Dokumentasi	36
3.6 Jenis Data.....	37
a. Data Primer	37
b. Data Sekunder	38
3.7 Teknik Pemilihan Narasumber	38
3.7.1 Narasumber Utama (<i>Key Informan</i>)	39
3.7.2 Narasumber Pendukung	39
3.8 Jadwal dan Lokasi Penelitian	40
3.8.1 Lokasi Penelitian	40
3.8.2 Jadwal Penelitian	40
3.9 Uji Keabsahan Data	41
3.10 Teknik Analisis Data	42
a. Reduksi Data/ <i>Data Reduction</i>	42
b. Penyajian Data/ <i>Data Display</i>	43
c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	44
BAB IV	46

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Venom Indonesia	46
4.1.1 Produk Venom Indonesia	47
4.1.2 Visi	52
4.1.3 Misi	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Analisis Unsur Komunikasi PT. Sumber Audiotama Sejahtera dalam <i>Live Streaming</i> TikTok Venom Indonesia	53
4.2.2 Analisis Strategi Komunikasi PT. Sumber Sejahtera Audiotama dalam <i>Live Streaming</i> Venom Indonesia	59
4.2.3 Jenis dan Bentuk Komentar Negatif saat <i>Live Streaming</i> TikTok Venom Indonesia	67
4.2.4 Tahapan Venom Indonesia dalam Menghadapi Komentar Negatif	77
4.2.5 Peran Host Live dalam Menghadapi Komentar Negatif	79
4.2.6 Peran Viewers dalam Merespon Komentar Negatif	82
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Analisis Image Restoration Theory dalam Strategi Komunikasi Venom Indonesia menanggapi Komentar Negatif	83
BAB V	106
KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
a. Saran Praktis	107
b. Saran Teoritis	107
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Pemetaan Riset Terdahulu	1
Tabel 3.8.2 Jadwal Penelitian.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piala Prestasi PT. Sumber Sejahtera Audiotama yang menaungi Venom Indonesia	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 1.2 Akun TikTok @venomindonesia	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4. 1 Logo Venom Indonesia	46
Gambar 4. 2 Produk Speaker Venom.....	47
Gambar 4. 3 Produk Subwoofer Venom	48
Gambar 4. 4 Produk Amplifiers Venom.....	49
Gambar 4. 5 Produk Processors Venom.....	50
Gambar 4. 6 Produk Accessories Venom	51
Gambar 4. 7 Produk Speaker Bluetooth Venom	51
Gambar 4. 8 Contoh Komentar Negatif Produk 1	69
Gambar 4. 9 Contoh Komentar Negatif Produk 2	69
Gambar 4. 10 Contoh Komentar Negatif Produk 3.....	70
Gambar 4. 11 Contoh Komentar Negatif Pelayanan 1	71
Gambar 4. 12 Contoh Komentar Negatif Pelayanan 2	72
Gambar 4. 13 Contoh Komentar Negatif Pelayanan 3.....	72
Gambar 4. 14 Contoh Komentar Negatif Pelayanan 4	73
Gambar 4. 15 Contoh Komentar Negatif Bersifat Personal 1	74
Gambar 4. 16 Contoh Komentar Negatif Bersifat Personal 2	75
Gambar 4. 17 Contoh Komentar Negatif Bersifat Personal 3	75
Gambar 4. 18 Contoh Komentar Negatif Bersifat Personal 4	76