

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, berkembang pula media yang ada di dunia. Jaman dahulu masyarakat menggunakan radio dan majalah maupun koran untuk melihat apa yang sedang terjadi di dunia. Masyarakat hanya mengandalkan panca indera pendengaran dan penglihatan untuk mengetahui informasi yang ingin ia tahu. Dan jangka informasi yang akan didapatkan masyarakat pun tertentu dalam satu periode. Namun inovasi pun semakin berkembang seiring dengan adanya manusia-manusia ahli lahir di dunia, sehingga munculnya televisi ditengah-tengah masyarakat. Yang menggunakan panca indera tiga-tiganya sekaligus, yaitu melihat, mendengar dan membaca informasi tersebut. Hal itu dikenal sebagai media massa.

Dan jika dulu masih menggunakan koran, majalah, radio dan televisi untuk mendapatkan informasi yang hanya didapatkan untuk periode tertentu saja. Di era ini (era digital) muncul internet, internet termasuk new media. Dengan adanya internet, semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi. Pun tidak terbatas waktu dan ruang, semua orang bisa mengakses berita atau informasi yang ada di dunia.

New Media (internet) yang telah hadir ini membuat masyarakat tidak membutuhkan waktu yang lama untuk bisa beradaptasi dengan media baru tersebut. Karena adanya kegunaan dan fungsi yang sangat mempermudah

masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Internet telah mudah masuk dan banyak memberikan pengaruh baik positif maupun negative bagi masyarakat yang menggunakannya.

Dengan adanya internet ditengah-tengah masyarakat, hadir seperti sosial media yang menghubungkan kita dengan orang yang jaraknya sangat jauh. Yang mana sosial media tersebut memiliki masing-masing kegunaan tersendiri. Adapun contoh sosial media tersebut antara lain, instagram, facebook, twitter, whatsapp, line, BBM, youtube dan sebagainya.

Selain sosial media, adapun media yang menyajikan seseorang bebas untuk meng-*upload* video-video yang ia buat ataupun yang ia suka. Yaitu Youtube. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, dan berbagi video klip melalui www.Youtube.com. Orang dapat melihat semua kejadian dan hal-hal yang menarik serta hobi dengan cepat. Yang menarik, Youtube dapat membantu untuk menjadi seorang broadcaster masa mendatang karena melalui Youtube ini kita dapat mendokumentasikan segala kejadian yang ada, dan ini merupakan suatu latihan.

Youtube diperkenalkan pada bulan Desember 2005. Setahun kemudian, Youtube dibeli Google yang bekerja sama dengan CBS, BBC, Universal Music Group, Sony Music Group, Warner Music Group, NBA, The Sundance Channel, dan lainnya (<http://www.Youtube.com/t/about>). Gambaran sekilas mengenai

Youtube ini membuat kita tidak heran mengapa remaja senang sekali membuka situs ini. Hal itu karena banyak hal yang bisa mereka peroleh dari situs ini, terutama sebagai sarana hiburan, khususnya untuk melihat atau “men-download” music, lagu, ataupun film terbaru.

Menurut data statistik dari Youtube tahun 2012, video-video yang ada dilayanan tersebut sudah ditonton lebih dari 4 milyar jam setiap bulannya. Sebanyak 72 jam video diunggah ke youtube setiap menitnya. Sekitar 70% lalu lintas data youtube berasal dari luar AS (Kompas.com, 2013) <http://tekno.kompas.com/read/2013/03/21/10151294/youtube/capai/1/miliar.pengguna> (Diakses pada tanggal 28 Maret 2018)

Google Indonesia mengumumkan bahwa pengguna aktif Youtube di Indonesia telah mencapai 50 Juta pengguna di seluruh Indonesia. Hal ini juga telah menginspirasi untuk meluncurkan produk terbarunya Youtube Go. (<http://industri.bisnis.com/read/20170824/105/683937/pengguna-youtube-di-indonesia-tembus-50-juta->) (Diakses pada tanggal 21 Desember 2017)

Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna yang terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

Pengguna tak terdaftar disebut *subscriber*, sedangkan pengguna terdaftar adalah *youtuber (creator)*. Subscriber adalah orang yang men-*subscribe* atau berlangganan di channel *creator (youtuber)*. Sedangkan *youtuber* adalah si

pembuat konten dalam video tersebut. Youtube telah banyak dikenal sebagian besar masyarakat di dunia, terbukti ada banyak sekali channel youtube yang tersedia di Youtube dan konten dari video tersebut. Banyak konten video youtube yang sedang digandrungi oleh para *youtuber* dan yang sedang trend saat ini adalah V-log (Video Blog), *Paranormal Experience*, *Social Experiment*, *Squishy Challenge*, dan sebagainya. Salah dua konten video yang akan penulis bahas adalah V-log (Video Blog) dan *Social Experiment*.

V-log (Video Blog) adalah Video-Blogging, atau bisa disingkat "vlog" atau vlogging atau vidblogging, merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas video blogging.

Video blogging masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. Video blogging biasanya ada juga yang dilengkapi dengan keterangan teks atau gambar foto, serta untuk beberapa video blogging, menyantumkan metadata lainnya.

Video blogging sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar, sehingga menjadi suatu rekaman video blogging yang padu. Vlog

tersebut sebagian besar bersisi aktivitas yang dilakukan *youtuber* dalam satu waktu dan dibagikan agar dapat dilihat oleh banyak orang. Isi dari V-log tersebut bermacam-macam, sesuai dengan keinginan para *youtuber* tersebut. Seperti yang sudah dibahas diatas, banyak macam-macam isi konten dari isi Vlog, salah satunya adalah *Social Experiment*. Konten tersebut sedang *trend* didunia Youtube.

Dalam Bahasa populer, mengimplementasikan sebuah program secara eksperimental biasanya berarti “mencoba” program baru dalam skala kecil untuk melihat apakah program itu “berfungsi”. Jika program itu benar-benar baru kemudian hanya dengan menyiapkan uji coba, kita dapat memperoleh bukti empiris dari pengaruhnya.

Jadi satu alasan untuk Eksperimen Sosial adalah menciptakan model kerja dari program tersebut sehingga kita dapat mengevaluasi/menilainya. Menentukan program itu bekerja, namun membutuhkan lebih dari sekedar mengamati dalam aksi. Untuk memahami mengapa, kita harus mempertimbangkan apa yang dimaksud ketika program dikatakan bekerja atau tidak berfungsi dan cara alternatif untuk membuat keputusan ini. Seperti yang akan ditunjukkan, evaluasi/penilaian dari berjalannya program yang sedang berlangsung, menimbulkan banyak masalah yang sama dengan pengujian program baru.

Banyak *youtuber-youtuber* yang terkenal dan telah menjadi inspirasi bagi para pemula *youtuber* untuk memulai membuat konten-konten divideonya, antara lain Raditya Dika, Arief Muhammad, SkinnyIndonesian24 (Andovi daLopez dan Jovial da Lopez), Chandra Liow, Agung Hapsah, Gita Savitri dan lain-lain.

Eksperimen sosial sering dilakukan oleh *youtuber* untuk mengetahui dampak dari permasalahan yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Salah satu *youtuber* yang telah melakukan atau membuat Eksperimen Sosial adalah Gita Savitri.

Nama Gita Savitri Devi sedang banyak diperbincangkan di dunia maya akhir-akhir ini sejak kepulangannya ke Indonesia. Hijabers cantik yang dikenal lewat YouTube itu semakin populer karena sering membuat konten video tentang opininya selama hidup di Jerman.
<https://wolipop.detik.com/read/2017/08/09/181609/3593003/1634/mengenal-gita-savitri-youtuber-inspiratif-yang-cantik-mirip-aktris-korea>

Gita Savitri Devi adalah seorang mahasiswa yang telah menyelesaikan kuliahnya di jurusan Kimia Murni di Freie Universität Berlin. Perempuan kelahiran 1992 ini awalnya meng-upload kegiatan sehari-harinya selama kuliah di Jerman, lalu waktu demi waktu banyak orang yang melihat video Gita dan tertarik, sehingga Gita memiliki 329.881 subscribers. yang mana ia telah mendapatkan Silver Button dari Google karena berhasil mencapai lebih dari 100.000 subscriber.

Karena berkat pencapaian subscribarnya tersebut, dan isi V-lognya yang membuat banyak warganet khususnya *subscriber* Gita Savitri tertarik akan opini Gita Savitri terhadap masalah sosial yang sedang terjadi. Youtube sendiri membuat program untuk para Youtuber. Youtube mengajak *Influencer* untuk berpartisipasi dalam sebuah gerakan pembuatan konten positif untuk warga dunia.

Program tersebut adalah “Creators For Change”. Creators for Change YouTube adalah program global yang mendukung pembuat konten seperti youtuber, untuk membahas masalah sosial dan mengupayakan kesadaran, toleransi, dan empati yang kemudian diupload di channel YouTube-nya masing-masing. Karena apa pun jenis video yang dibuat oleh mereka (youtuber), memiliki kekuatan untuk membantu menciptakan dunia yang diimpikan, sekaligus mampu memerangi konten-konten negatif dan menanggapi masalah sosial yang sedang terjadi. Gita Savitri adalah satu-satunya youtuber perempuan di Indonesia yang terpilih untuk program Youtube Creators For Change. Dengan program tersebut, Gita membuat 2 video yang mana dua video tersebut saling berkaitan. Video pertama berjudul “Berdampingan” dan video yang kedua berjudul “The Hate You Give”. Dari dua video tersebut, yang akan dibahas peneliti kali ini adalah video Gita yang kedua, “The Hate You Give”.

Dengan judulnya “The Hate You Give”, menunjukkan Gita mempunyai misi untuk memberantas ujaran kebencian diinternet khususnya di media sosial. Gita membuat banyak cara agar bisa menyadarkan warganet untuk tidak mudah menebar kebencian melalui sosial media yang bertamengkan *freedom of speech*. Dan salah satunya adalah melalui video tersebut. Karena video Gita berhasil mempersuasif dan mengajak warganet untuk tidak mudah menebar kebencian di media sosial, Gita masuk dalam portal berita online Koran.tempo dengan judul berita “Gita Savitri Devi: Melawan Kebencian”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana fenomena *Hate Speech* ditampilkan dalam V-log (Video Blog) Youtube Gita Savitri Devi yang berjudul “The Hate You Give”?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Bagaimana fenomena *Hate Speech* ditampilkan dalam V-log (Video Blog) Youtube Gita Savitri Devi yang berjudul “The Hate You Give”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penelitian studi kasus tentang fenomena sosial yang ada dimasyarakat, khususnya *Hate Speech* yang terjadi di media sosial. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan pemikiran untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan bagi pengguna sosial media untuk tidak mudah menebar kebencian terhadap apa saja yang menurutnya tidak sesuai dengan mereka lalu dengan mudah memberikan *Hate Speech* di media sosial.