

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan sebuah sarana oleh manusia untuk menyampaikan ide, pendapat, pandangan, atau gagasan kepada sesamanya dengan tujuan terjadinya kesepahaman kedua pihak mengenai pesan yang disampaikan (Puspita, 2015:203-212). Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa menyampaikan pesan ke penerima pesan tanpa berkomunikasi. Ada dua cara dalam melakukan interaksi yaitu secara langsung dan dengan cara tidak langsung, seperti menggunakan media. Pada saat ini, media komunikasi menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan. Hal ini dapat diketahui melalui bagaimana masyarakat berkomunikasi secara langsung namun secara fisik mereka tidak bertemu.

Munculnya *new media* sesungguhnya bukan merupakan fenomena mutakhir, namun penggunaannya di Indonesia baru terasa pada digital saat ini. Pada awal kemunculannya, ada pandangan yang mengatakan bahwa yang tercakup dalam media baru hanya media interaktif saja. Namun dua ahli komunikasi (Ronald E Rice dan Frederick Williams) menyatakan bahwa mereka menganggap media adalah media massa seperti surat kabar, radio, televisi, dan film.

Dalam buku komunikasi, (Little John, 2012:410) menyatakan bahwa kekuatan media dalam dan dari media itu sendiri kembali menjadi fokus, termasuk sebuah minat baru dalam karakteristik penyebaran dan penyiaran media. Adapun pengertian lainnya *new media* adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan

konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terstruktur dan terhubung dalam jaringan. Jadi secara umum, *New Media* itu dapat disimpulkan sebagai istilah yang menggambarkan tentang suatu bentuk teknologi yang berbentuk digital dan internet, dengan konsep meninggalkan teknologi kuno yang masih bersifat analog, mekanik, boros energy dan tidak ramah lingkungan.

New Media didominasi oleh produk berteknologi digital yang seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi dan bersifat jaringan. Seperti internet, kita bisa mendapatkan banyak manfaat, yang dimaksud dari jejaring sosial, semacam media sosial.

Dapat disimpulkan setiap orang yang memiliki telepon pintar, juga mempunyai akun media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* dan sebagainya. Kondisi ini seperti sebuah kelaziman yang mengubah bagaimana cara berkomunikasi pada era serba digital seperti sekarang. Jika dahulu, perkenalan dilakukan dengan cara konvensional, yakni (biasanya) diiringi dengan saling tukar kartu nama, sekarang setiap kita bertemu orang baru cenderung untuk bertukar alamat akun atau membuat pertemanan di media sosial. Evolusi yang terjadi di bidang teknologi maupun inovasi internet menyebabkan tidak hanya memunculkan media baru saja. Berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi maupun interaksi juga mengalami perubahan yang sebelumnya tidak pernah terduga. Dunia seolah-olah tidak memiliki batasan (*borderless*) – tidak ada kerahasiaan yang bisa ditutupi. Kita bisa mengetahui aktivitas orang lain melalui media sosial, sementara kita tidak kenal dan tidak pernah bertemu tatap muka atau berada di luar jaringan (*luring*) dengan orang tersebut. Media sosial bahkan menjadi

“senjata baru” bagi banyak bidang. Kampanye politik pada Pemilu 2014 lalu banyak melibatkan peran media sosial. Perusahaan-perusahaan saat ini memberikan perhatian khusus untuk mengelola media sosial dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan mereka secara daring (dalam jaringan). Iklan menjadi berubah dari cara tradisional yang diproduksi oleh perusahaan dan tentu dengan biaya yang tidak sedikit. Hal tersebut merupakan sebuah tantangan sekaligus kenyataan yang tidak bisa dipungkiri. Kehadiran media sosial dan semakin berkembangnya jumlah pengguna dari hari ke hari memberikan fakta menarik betapa kekuatan internet bagi kehidupan (Nasrullah, 2015).

Di era digital saat ini semua inovasi baru mengharuskan adanya peninjauan atau pandangan baru terhadap konsep-konsep komunikasi massa yang telah ada sampai saat ini. (severin, 2008:83) menyatakan, Internet telah berkembang sangat pesat jika dibandingkan dengan media massa sebelumnya. Inovasi-inovasi interaktif atau inovasi yang menawarkan komunikasi dua arah dapat memiliki proses penerimaan yang dipercepat karena mereka menjangkau masa pengguna yang kritis secara lebih cepat. Dalam hal ini tidak dipungkiri dalam semua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa bias mengakses internet dengan cepat.

Data pengguna internet setiap tahunnya meningkat. Pada 2017 eMarketer memperkirakan *netter* Indonesia akan mencapai 112 juta orang. Dengan jaringan internet kita bias mengakses media online dapat mengubah dan membentuk gaya hidup seseorang. Berbagai macam media dan juga sarana komunikasi dalam media online. Seperti email, website, blog, media sosial, dan jejaring sosial. Salah satu

media yang menarik dan juga mempengaruhi dampak dari media online adalah youtube (eMarketer, nov 2014).

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

Tabel 1.1 *Top 25 Countries Ranked by Internet Users, 2013-2018*
(www.eMarketer.com)

Youtube adalah situs web yang diperuntukkan untuk pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. *Youtube* memakai teknologi *adobe flash* video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten videobuatan pengguna termasuk klip film, klip TV, video music, selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video original pendek, dan video pendidikan. Pada era modern seperti ini, *youtube* sudah menjadi konsumsi publik yang sangat disukai dan mudah untuk diakses selain menonton TV. Semua informasi dapat kita peroleh dengan mudah, bisa dikatakan *youtube* adalah basis data video yang populer di dunia internet atau bisa dikatakan basis data yang lengkap dan variatif. Saat ini *youtube* dapat dikatakan telah mengalahkan penonton televisi. *Youtube* kini sangat membantu dari segala aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh penggunanya dengan berbagai kualitas yang ditawarkan.

Setiap orang dapat dengan mudah membuat dan mendesain channel youtubanya sendiri sesuai keinginannya. Jika kita bandingkan dengan media massa seperti radio dan televisi, kita diharuskan untuk memiliki modal yang sangat banyak dan tinggi untuk dapat memiliki channel sendiri, berbeda dengan *youtube* hanya dengan mendaftarkan *e-mail*, kita sudah bisa memiliki *channel youtube* sendiri dan dengan leluasa kita bisa menggunakannya. Dan jika kita sudah memiliki *channel* sendiri yang di dalamnya memiliki beberapa video yang telah kita upload, bisa di katakan kita adalah *youtuber*.

Dalam hal ini *youtuber* tidak hanya sekedar memberikan suguhan video yang terlihat biasa saja, namun mereka sangatlah memperhatikan konsep dan memiliki ciri khas masing-masing dalam setiap *channel* seorang *youtuber*. Kini perkembangan para pembuat *channel youtube* semakin menjamur, bahkan di berbagai kota-kota besar seperti Malang, Jakarta, Surabaya, Bandung, dan masih banyak kota lain yang telah di tinggali oleh pembuat *channel youtube*. Video dari *channel youtuber* bukan hanya dapat bermanfaat bagi masyarakat banyak, namun *youtuber* bahkan bisa mendapatkan nilai *value* dari subscribe atau pengikut *channel youtubanya*. Semakin banyak konten unik dan menarik yang diunggah oleh pemilik *channel*, maka subscribe yang diperoleh akan semakin banyak dalam *channel youtubanya*.

Di Indonesia terdapat lebih dari 100 *youtubers* dengan memiliki ciri khas tersendiri dan mengekspresikan kemampuan mereka di dalam *channel youtubanya*. Para *youtubers* selalu bersaing untuk menampilkan audio dan visual yang sangat

menarik di setiap channel youtube mereka untuk menarik para penonton agar subscribers youtube mereka semakin meningkat (<https://socialblade.com>).

Indonesia memiliki banyak youtubers yang sangat terkenal dan memiliki banyak subscriber, diantaranya Dunia Manji, Atta Halilintar, Ria Ricis, Deddy Corbuzier dan Bayu Skak.. Channel youtube yang menarik dan unik dapat ditemui pada channel *youtube* milik Bayu Eko Moektito atau yang lebih dikenal dengan Bayu Skak. Pemuda yang berasal dari kota Malang ini telah menjadi pengguna setia *new media youtube* sejak tahun 2009 hingga saat ini, Channel Bayu Skak selalu konsisten dengan ciri khas menggunakan bahasa daerah (jawa) di setiap videonya, dapat dikatakan bahwa channel ini memiliki identitas yang sangat kuat sehingga penonton youtube sangat tertarik untuk melihat setiap video di dalam channel youtube Bayu Skak ini, sehingga sampai saat ini sudah memiliki subscribers hingga 2,71 juta orang. Bayu merupakan *youtuber* pertama dari luar Jakarta yang berhasil menyabet *golden button*, menurut dia prestasi ini adalah buah konsistensinya selama lebih kurang tujuh tahun berkecimpung di kancah youtube Tanah Air.

“Aku selalu yakin dengan konten youtube-ku yang berbahasa jawa. Aku percaya ciri khas itu punya pasarnya sendiri,” kata Bayu Skak usai pembukaan youtube Pop-Up Space Jakarta di Art 1 New Museum, Gunung Sahari. Hingga sampai saat ini pun rata-rata pendapatan dari *AdSense* channel *youtube* miliknya tersebut adalah 30-45 juta perbulan. Tidak hanya berehenti dsitu saja pencapaian yang telah didapatkan oleh Bayu. Selain sukses di channel youtube miliknya, bayu mulai merambah kedunia perfilman. Dia memulai dengan memproduksi film yang berjudul “Yowis Ben”. Dan tidak tanggung-tanggung Bayu skak menjadi produser

film tersebut. Film ini mendapatkan tanggapan positif dari Menteri Pendidikan dan Budaya. Muhadjir Effendy menyatakan, “Hal itu merupakan sesuatu yang menarik mengingat Indonesia kaya dengan Budaya dan Suku Bangsa”.

Dalam salah satu video di channel youtubanya yang berjudul “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” telah mendapatkan banyak perhatian dari penonton youtube sehingga membuat video tersebut menjadi nomer empat trending topik di youtube , hal itu ditunjukkan dengan viewers yang mencapai hampir 1 juta viewers. Ini menjadi bukti bahwa video ini telah mendapatkan perhatian khusus dari *netizen*.



Gambar 1.1 *Screenshot* Video Youtube Bayu Skak “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” (www.youtube.com)

Dalam video “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” ini memberikan suguhan yang sangat menarik dimana Bayu Skak menjelaskan perbedaaan antara kuliah

yang di tentukan oleh pilihan orang tua atau kuliah yang ditentukan oleh pilihan kita sendiri, kemudian Bayu Skak juga menjelaskan bahwa mahasiswa jangan hanya fokus dengan apa yang dilakukan didalam kampus namun harus memiliki opsi-opsi yang harus disiapkan dari luar kampus, contohnya seperti memiliki pekerjaan yang di lakukan di luar kampus, memiliki *passion* yang terus dikembangkan, dan tetap konsisten dengan apa yang telah diputuskan sebagai pilihannya. Ending dari video ini menunjukkan bahwa *passion* apapun yang terus dilakukan dengan bekerja keras dan konsisten akan mendapatkan hasil yang sangat diharapkan dan Bayu pun diluluskan walaupun sudah cuti kuliah selama 3 tahun, dikarenakan telah memberi suatu hasil yang positif terhadap pihak kampusnya.

Dalam hal ini pengalaman Bayu skak merupakan hal baru yang terjadi dalam dunia perkuliahan di Indonesia, pengalamannya Bayu dinyatakan lulus dengan karya yang telah diciptakan. Dalam kenyataannya bayu skak lebih memilih untuk cuti kuliah dan fokus menciptakan karyanya. Padahal idealnya kuliah bergelar S1 di tempuh dengan waktu 3,5 sampai 4 tahun tapi yang di alami bayu skak berbeda dengan waktu yang ideal dalam mendapatkan gelar S1. Kemudian gelar S1 yang telah di dapatkan oleh Bayu skak bukan dari tugas akhir secara tertulis tetapi dia mendapatkan gelarnya dikarenakan oleh proses dan menghasilkan karya. Dan di Indonesia sampai saat ini syarat untuk mendapatkan gelar sarjana harus menempuh ujian lisan dan mengerjakan skripsi namun Bayu skak tidak melalui itu bisa mendapatkan gelar sarjananya. Hal ini merupakan pengalaman baru yang telah terjadi di dunia pendidikan di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis resepsi mahasiswa Malang terhadap video youtube Bayu Skak “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” yang diunggah oleh channel youtube Bayu Skak pada tanggal 10 Agustus 2019. Dan video tersebut sempat menjadi trending topik nomer empat di youtube Indonesia.

Studi yang penulis gunakan yaitu analisis resepsi. (Moleong, 2009:3) menyatakan, Konsep teoritik terpenting dari analisis resepsi adalah bahwa teks media penonton/pembaca bukanlah makna yang melekat pada teks media tersebut melainkan makna yang di ciptakan dalam interaksinya antara khalayak (penonton) dan teks. Dengan kata lain makna yang diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif, yakni peneliti yang memberikan gambaran atas uraian suatu keadaan sejernih mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kountur, 2003:53). Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purpose sampling*, yaitu cara penentuan informan yang ditentukan secara sengaja atas dasar kriteria dan pertimbangan tertentu. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di kota Malang yang memiliki 3 macam tingkatan, yaitu mahasiswa tingkat awal (semester 1-3), mahasiswa tingkat tengah (semester 4-6) dan mahasiswa tingkat akhir (semester 7-9) yang mengetahui dan telah melihat video “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” dalam channel youtube Bayu Skak.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana resepsi analisis mahasiswa kota malang terhadap video “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” yang di unggah oleh channel youtube Bayu Skak pada tanggal 10 Agustus 2019. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif dan sedang melakukan studi pendidikan di kampus-kampus Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana resepsi mahasiswa kota malang terhadap pendidikan dalam video “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” dalam channel youtube Bayu Skak yang diunggah pada tanggal 10 Agustus 2019 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi mahasiswa terhadap pendidikan dalam video youtube Bayu Skak “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” yang diunggah pada tanggal 10 Agustus 2019.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan atau wawasan serta bahan referensi pada jenis penelitian analisis resepsi mahasiswa dan studi kualitatif, sehingga dapat di aplikasikan kepada mahasiswa untuk selalalu membangun perkembangan studi ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui: Bagaimana resepsi mahasiswa terhadap pendidikan dalam video youtube Bayu Skak “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” yang diunggah pada tanggal 10 Agustus 2019?

1.4.3 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian Ilmu Komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori-teori komunikasi mengenai penerimaan khalayak atau *audience* mahasiswa yang sesuai dengan kriteria terhadap video “Gak Kuliah 3 Tahun Aku Wisuda” pada tanggal 10 Agustus 2019 dengan latar belakang pemilik channel youtube Bayu Skak yang cuti kuliah 3 tahun tapi wisuda. Selain itu penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.