

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat dilihat dari jumlah pengguna internet di seluruh dunia. Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) 2016 mensurvei 132,7 juta orang Indonesia yang terhubung ke internet. (Widiartanto, 2016)

Generasi muda sekarang adalah rentang usia penggunaan internet dan penentu penetrasi internet. Karena arus informasi digital yang cepat. Selain itu, literasi digital dan literasi media pada usia muda jauh lebih mudah diakses daripada usia lainnya. (Sugiharto, 2016)

Jadi posisi media lama dalam penyampaian informasi saat ini tergeser oleh media baru dalam bentuk internet dan media sosial. Media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana saja, selain memiliki sumber daya tak terbatas yang menjadikannya posisi yang lebih baik. Misalnya, media televisi yang mengirimkan informasi audio-visual sekarang dipindahkan dan mulai bersaing dengan YouTube.

Youtube adalah bentuk media sosial yang terdiri dari audio-visual yang mulai meningkat sejak 5 tahun yang lalu. Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), dalam statistik situs Youtube ia memiliki lebih dari satu miliar pengguna yang dapat ditafsirkan oleh lebih dari sepertiga pengguna internet. Banyak pembuat konten di YouTube

mengunggah 10.000 video, karena dengan membuat akun atau saluran di Youtube, mereka dapat memperoleh pelanggan atau tampilan, sehingga mereka dapat menghasilkan uang. Ini membuat banyak orang membuat akun YouTube sebagai pekerjaan lapangan. Pengguna Youtube dapat mengakses setiap hari dan dapat menonton jam video dan menghasilkan waktu siaran dalam tampilan. Berbagai konten video Youtube dapat mendukung pengguna yang telah menerima rata-rata 18 hingga 34 tahun. Mulai dari musik, film, berita dan informasi, olahraga, gaya hidup, game, dan vlog.

Vlog atau Video Blog adalah blog yang membentuk video. Dapat diartikan sebagai video yang berisi opini, cerita, atau kegiatan sehari-hari yang biasanya dalam bentuk tertulis di blog menjadi audio-visual. Pembuatan Vlog telah menjadi daun sejak munculnya Youtube pada tahun 2015. *Vlogging* adalah salah satu bentuk konten yang dominan ada di *Youtube*. Video yang dikategorikan sebagai *vlog* biasanya berbentuk monolog yang direkam menggunakan *webcam* dan teknik penyuntingan yang relatif sederhana. (Burgess & Green, 2009b, h. 94)

Menurut pengguna ponsel pintar Indonesia, 97,4% pengguna internet di Indonesia lebih cenderung mengakses media sosial menggunakan platform Youtube daripada platform media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter (aplikasi Youtube paling populer untuk pengguna ponsel cerdas Indonesia, 2016).

Youtube menjadi bagian dari budaya internet, itu bisa dilihat dari jumlah yang ditonton oleh pengguna Youtube. Informasi tentang sudut pandang lebih interaktif, membuat banyak pengguna Youtube memiliki kebebasan dalam menikmati hiburan. Dengan koneksi internet, bagi pengguna Youtube dapat menemukan video apa pun yang mereka sukai dan butuhkan, selain itu pengguna Youtube juga dapat membantu pengguna lain melalui kolom komentar yang tersedia, sehingga komunikasi massa dapat dilakukan secara interaktif. Meskipun komunikasi dengan umpan balik yang terjadi di Youtube bukanlah kontak fisik langsung, tetapi memungkinkan komunikasi (pemirsa atau pemirsa Youtube) untuk berkomunikasi langsung dengan komunikator (pengunggah video), bahkan dengan komunikasi yang disediakan secara online di kolom komentar yang disediakan di Youtube.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa kehadiran Youtube sebagai media massa baru menciptakan nilai tersendiri dalam menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Secara umum media massa memiliki komunikator yang terdiri dari kombinasi beberapa individu yang membentuk sebuah institusi, sedangkan di Youtube semua pengguna Youtube dapat menjadi komunikator tanpa membuat institusi terlebih dahulu. Youtube memiliki cara yang lebih mudah bagi penggunaannya, mereka tidak perlu mengirim video ke salah satu stasiun televisi untuk ditonton oleh banyak orang. Hanya dengan mengunggahnya di Youtube dan menyebarkan tautan di berbagai media sosial, video mereka dapat ditonton oleh banyak orang.

Lalu lintas yang cepat dari pengguna Youtube sebagai konsumen (penampil video) dan produser (pengunggah video) memiliki dampak dengan munculnya fenomena Vlogger (Blogger Video). Vlog adalah bentuk dokumentasi dalam bentuk video audio-visual dengan topik yang sangat kreatif, mulai dari kebiasaan sehari-hari, pendapat, masalah sosial, hiburan, berita dan informasi, musik, tutorial dan lain-lain. Ini menjadikan vlog sebagai ruang ekspresi bagi pengguna internet, terlepas dari platform tertentu.

Dalam hal ini kita dapat memahami bersama tentang konsep identitas diri yang telah berkembang karena memiliki kepekaan sosial saat ini. Hampir semua orang membutuhkan identitas tertentu berdasarkan aturan masyarakat, dan kelompok berdasarkan lingkungan yang membentuk karakteristik yang menjelaskan identitas mereka. Teori identitas adalah teori psikologi sosial yang membentuk identitas yang terbentuk dari interaksi sosial dan interaksi dari sudut pandang sosiologi (Burke & Stets, 2012).

Terkait dengan identitas seseorang di masyarakat, dalam hal ini peneliti mengambil objek penelitian yang terdiri dari blog video yang diambil dan diputar secara sengaja dan di dalamnya akan dianalisis bagaimana mengidentifikasi identitas yang ia tunjukkan di blog video.

Identitas diri didapatkan melalui sebuah pengalaman yang dipelajari, kemudian pengalaman tersebut diceritakan kembali kepada orang lain setiap kali berkomunikasi, sehingga orang lain dapat menggambarkan identitas diri seseorang. Identitas merupakan penghubung utama individu

dengan masyarakat serta komunikasi mata rantai atau berkesinambungan yang memperbolehkannya hubungan ini terjadi (Little John, 2014:131).

Pendapat Hect yang dikutip LittleJohn (2014) mengemukakan bahwa identitas mempunyai tahapan, tahapan pertama yaitu *personal layer*, yang terdiri dari rasa dengan keberadaan diri dan sosial, tahapan kedua yaitu *enactment layer* atau pengetahuan orang lain tentang diri sendiri berdasarkan yang dilakukan dan bagaimana seseorang bertindak, tahapan ketiga yaitu *relational* atau siapa diri seseorang dalam kaitannya dengan individu lain, yang keempat yaitu *communal*, yang terikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Dalam berbagai tingkatan inilah seseorang dapat menggali identitasnya. Jika dulunya identitas diri hanya dengan medium tulisan, yaitu melalui blog, sekarang semua bergeser ketika Youtube hadir pada tahun 2005 dengan cara yang berbeda, dalam blog hanya berupa tulisan, sedangkan dalam Youtube dikenal dengan video blog atau vlog dalam bentuk video. Sampai pada akhirnya Youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna (hampir sepertiga dari semua pengguna di internet) dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliaran penayangan. Pada Maret 2015, pembuat konten yang membuat film di YouTube telah menghasilkan lebih dari 10.000 video dan telah menghasilkan lebih dari 1 miliar penayangan dan lebih dari 70 juta jam waktu tontonan.

Vlog sebenarnya tidak jauh berbeda dengan blog yaitu sebagai media berbagi melalui media internet. Perbedaannya adalah bahwa vlog adalah konten digital yang menggunakan media audio-visual, yang

merupakan video yang saat ini paling banyak ditemukan di YouTube sedangkan blog adalah penulis konten atau berbagi melalui media internet dengan / melalui tulisan. Vlog adalah video yang ada di web yang berisi kehidupan, pendapat, dan minat pada sesuatu yang sengaja ditampilkan kepada banyak orang secara gratis. Umumnya vlog dibuat untuk menyajikan informasi yang menarik, menghibur, lucu, edukatif dan lainnya. Orang yang memainkan peran atau pembuat vlog disebut Vlogger. Sedangkan kegiatan atau kegiatan yang dilakukan oleh vloggers dalam membuat vlog disebut vlogging. Khusus untuk vloggers yang menggunakan YouTube untuk vlogging atau berbagi vlog, mereka biasanya disebut sebagai YouTuber.

Konten kreator (youtuber) memiliki perbedaan dan ciri khas dalam berkarya sehingga membuat konten Youtube sangat bervariasi. Dalam sebuah riset Jean Burgess dan Joshua Green (2007:38), menggolongkannya ke dalam dua jenis, yakni konten video yang berasal dari pengguna amatir dan yang berasal dari perusahaan media. Dalam riset juga ditemukan bahwa mayoritas pengguna youtube adalah video blog.

Demam video blog mulai masuk Indonesia dan dibuktikan dengan semakin banyaknya video blogger yang berasal dari Indonesia dan berbicara menggunakan bahasa Indonesia. Mulai dari yang berasal dari kota besar hingga kota kecil dengan pembawaan yang berbeda beda. Mulai dari gaming, meliputi kegiatan sehari – hari dari mulai artis local sampai artis terkenal, film pendek, hingga video – video kontroversial. Dengan

perbedaan inilah membuat para konten kreator atau yang biasa disebut youtuber memiliki ciri khas dalam memaknai jati diri mereka.

Pandangan diri sendiri (orang) sebagai agen yang terintegrasi dan unik telah diintegrasikan dengan pencerahan, sebuah gerakan filosofis yang terkait dengan gagasan bahwa rasio dan rasionalitas adalah dasar untuk kemajuan manusia. Ini didasarkan pada pemahaman tentang individu individu sebagai individu yang sepenuhnya terpusat dan terintegrasi, didukung oleh kapasitas, kesadaran dan tindakan. Diri yang berpusat pada diri sendiri adalah identitas pribadi (Hall dalam buku Cultural Studies oleh Chris Barker). Identitas pribadi didasarkan pada karakteristik pribadi unik seseorang. Seperti karakter, kemampuan, bakat, pilihan, dan sebagainya. Sementara konstruksi identitas menurut Chris Barker adalah pembangunan identitas diri, menunjukkan siapa kita sebenarnya dan persamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain. Identitas tidak membangun dirinya sendiri, melainkan aspek budaya secara keseluruhan karena ia dibangun melalui proses akulturasi.

Demam video blog mulai masuk Indonesia dan dibuktikan dengan semakin banyaknya video blogger yang berasal dari Indonesia dan berbicara menggunakan bahasa Indonesia. Mulai dari yang berasal dari kota besar hingga kota kecil dengan pembawaan yang berbeda beda. Mulai dari gaming, meliput kegiatan sehari-hari, film pendek, hingga video – video kontroversial. Dengan perbedaan inilah membuat para konten kreator atau yang biasa disebut youtuber memiliki ciri khas dalam memaknai jati diri mereka.

Dari beberapa penjelasan yang sudah dibahas diatas, Peneliti memberikan gambaran vlog Erix soekamti sebagai media representasi identitas diri dalam skripsi ini dan Erix soekamti ini menjadi salah satu vlogger yang terpopuler. Selain itu alasan saya meneliti hal tersebut karena dulunya erix sokemati adalah seorang anak jalanan atau biasa orang lihat dia adalah anak punk yang tidak melanjutkan sekolahnya hingga tuntas, dengan alasan tidak cocoknya dengan kurikulum yang ada, maka dari itu erix soekamti lebih memilih untuk menjadi anak punk jalanan dan lebih banyak menghabiskan waktunya di jalanan.

Tetapi tidak berhenti disitu erix soekamti akhirnya berhasil menghasilkan karya dari sebuah band yang di bentuk oleh dia dan teman-teman nya yaitu endank soekamti. Dari kesuksesan tersebut akhirnya erix soekamti dan band nya memiliki sebuah fansbase yang bernama kamtis family, setelah seiringnya waktu berjalan akhirnya erix soekamti merambah di dunia digital atau videografi dan akhirnya bertambah profesi hingga menjadi konten creator salah satunya vlogger yang di beri nama akun “*does*” yang berasal dari singkatan diary of erix soekamti dan diary of erix soekamti inilah yang kemudian menjadi cikal bakal dari DOES university hingga akhirnya sukses.

Fenomena vlog mulai populer di Indonesia pada saat Erix Soekamti mengunggah video blogging pertamanya di situs Youtube pada 1 Agustus 2015 yang diberi nama DOES "Diary of Erix Soekamti" (musik.kapanlagi.com). Bassis dari kelompok musik pop punk Endank

Soekamti itu telah membuat pencapaian hebat sejak 4 bulan terakhir setelah video pertamanya diunggah. Video DOES merupakan video diary aktivitas sehari-hari anak band pertama di dunia yang mempunyai konten menarik serta inspiratif (www.brilio.net). DOES merupakan video keseharian dan kegiatan Erix Soekamti yang mempunyai dua sisi positif yaitu informatif dan edukatif. Pertama, sisi informatif yang disajikan dalam video DOES diantaranya informasi mengenai kegiatan band Endank Soekamti di balik panggung,

Setelah itu ada beberapa kegiatan erix soekamti di luar bermain music seperti traveling atau lebih kita kenal dengan berlibur ke beberapa pelosok nusantara indosenia. Kedua, sisi edukatif yang disajikan dalam video DOES berupa sekolah gratis yang dibangun secara swadaya oleh Erix Soekamti untuk memberi wadah bagi pemuda kreatif dan berbakat dalam bidang animasi yang diberi nama DOES University hingga akhirnya menjadi pembicara. Tayangan ini di unggah setiap hari di Youtube. Karena banyaknya viewers dari tayangan ini, maka dana dari vlog Youtube tersebut diwujudkan dalam DOES University (tv.kompas.com).

Video ini sangat menginspirasi para vlogers di Indonesia, bahkan banyak yang telah meniru membuat vlog berupa diary sejenis (anak96jogja.blogspot.co.id; palingbaru.com). Video DOES mencapai episode ke-100 pada 1 Desember 2015 dengan rata-rata 5 setiap videonya mempunyai viewers di atas angka 15.000 sampai 60.000.(Soekamti, Erix. 2015;www.brilio.net). Selain itu yang membuat peneliti tertarik untuk

meneliti hal ini adalah berbedanya erix soekamti di jaman dulu yang di kenal oleh orang adalah seorang anak punk bertatto, bertindik hingga tidak menuntaskan sekolahnya, sekarang orang banyak mengetahui erix soekamti dengan segala sisi positifnya, karena kesuksesannya dia menampilkan beberapa tayangan vlog nya di media youtube seperti yang sudah di jelaskan di atas, sampai akhirnya menjadi salah satu pembicara di sebuah seminar. . Dari hal tersebut peneliti akan meneliti identitas apa yang di tampilkan oleh seorang erix soekamti di media youtube tersebut hingga akhirnya dia bias sukses dan di kenal oleh banyak orang.

Individu mungkin memiliki hambatan dalam melakukan presentasi diri sesuai dengan impian mereka. Misalnya, dalam kehidupan sehari-hari seorang individu yang ingin membuat banyak komentar tentang peristiwa yang sedang terjadi mengalami kendala semantik dan konteks dalam menyampaikan. Media sosial menyediakan ruang seluas mungkin bagi pengguna untuk menampilkan dirinya. Seorang siswa yang mengalami hambatan dalam presentasi hariannya, dapat sangat berbeda dalam cara menampilkan diri di media sosial. Dalam konteks gender, identitas yang ada di dunia nyata juga dapat dicoba di media sosial. Dalam menampilkan diri, pengguna harus mengelola penampilan mereka dengan berbagai strategi. Apa yang dipublikasikan atau konten di media sosial harus melalui standar editorial milik sendiri.

Berdasarkan hal diatas, melalui vlog (video blog) bisa menjadi tolak ukur bagaimana seorang erix soekamti merepresentasikan identitas dirinya

dengan menggunakan sosial media sebagai jembatan. Erix soekamti adalah kajian menarik untuk peneliti tertarik meneliti vlog sebagai media representasi identitas dirinya.

Menurut McQuail (2011), dalam bukunya *Theory of Mass Communication*, karakteristik utama dari media baru adalah adanya keterkaitan, akses ke audiensi individu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, penggunaan beragam sebagai karakter terbuka, dan sifatnya di mana-mana. . Adapun perbedaan dalam media baru dari media lama, yaitu, media baru mengabaikan keterbatasan pencetakan dan penyiaran model dengan memungkinkan percakapan antara banyak pihak, memungkinkan penerimaan simultan, perubahan dan penyebaran kembali benda-benda budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari yang penting posisi hubungan teritorial dan modernitas, menyediakan kontak global instan dan memasukkan informan modern / final modern ke dalam mesin peralatan jaringan.

Untuk alasan ini, peneliti menggunakan metode analisis semiotik sebagai alat analisis. Metode yang mempelajari tanda dan simbol. Penggunaan metode ini didasarkan pada kenyataan bahwa film adalah bentuk pesan komunikasi. Komunikasi itu sendiri adalah proses simbolik, yaitu penggunaan simbol yang diberi makna. Simbol atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk atau mewakili sesuatu yang lain berdasarkan kesepakatan bersama. Namun, simbol pada dasarnya tidak memiliki arti dalam suatu simbol. Sementara semiotika memperhatikan apa pun yang

dinyatakan sebagai tanda. Tanda adalah semua hal yang memiliki arti penting untuk menggantikan sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain tidak perlu ada, atau tanda itu sebenarnya ada di tempat tertentu pada waktu tertentu (Berger 2000: 11-12).

Metode analisis semiotik ini menurut Fiske (1990: 189) tidak hanya fokus pada pengiriman pesan, yang diberikan pada saat penggantian dan pemindahan makna. Penekanannya di sini bukan pada proses penyelesaian, teks dan interaksinya dalam menghasilkan dan menerima budaya / budaya; Membantu komunikasi dalam membangun dan meminta nilai-nilai dan membuat nilai-nilai itu meminta komunikasi memiliki makna. Di sisi lain, semiotika melihat pesan yang merupakan konstruksi tanda, yang ketika bersentuhan dengan penerima akan menghasilkan makna (Fiske, 1990: 2).

Menurut John Fiske, dalam bukunya *Culture and Communication Studies*, meminta dua perspektif dalam komunikasi ilmiah. Perspektif pertama melihat komunikasi sebagai transmisi pesan. Sedangkan perspektif kedua melihat komunikasi sebagai produksi dan konversi makna. Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan perspektif kedua, yaitu dalam hal produksi dan percakapan makna.

Semiotik visual pada dasarnya adalah bidang studi semiotik yang secara khusus berfokus pada minat dalam penyelidikan semua jenis makna yang disampaikan melalui indera visual. Semiotik visual tidak hanya terbatas pada studi seni rupa seperti lukisan, patung, dan arsitektur, tetapi dengan berbagai tanda visual yang sering atau biasanya dianggap bukan karya sastra

(Budiman, 2011: 9). Sememologi komunikasi biasanya mengambil objek penelitian mulai dari pelaporan media massa, video, dll. (Sobur, 2006: 110).

Sistem semiotika yang lebih peting lagi dalam vlog adalah di gunakannya tanda-tanda ikonis, yaitu tanda-tanda yang menggambarkan tentang sesuatu. Berdasarkan latar belakang masalah yang ditampilkan, judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“VIDEO BLOG SEBAGAI IDENTITAS DIRI AKUN ERIX SOEKAMTI PADA EPISODE YOUTUBE “DOES” (Studi Semiotik Representasi Identitas Diri Erix Soekamti Pada akun Youtube “does”)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana representasi Identitas Diri Erix Soekamti Pada akun Youtube “does” ? “

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi Identitas Diri Erix Soekamti Pada Media Youtube.

1.4 Manfaat penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemikiran studi untuk pengembangan ilmu komunikasi terutama terkait dengan pengembangan studi analisis semiotik.

2. Secara praktis

Dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi khalayak untuk lebih selektif dalam memilih vlog yang sesuai dengan etika yang berlaku di masyarakat.