

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian hari semakin pesat, sektor media merupakan salah satu sektor yang terkena dampak dari perkembangan teknologi komunikasi. Hal ini berkaitan dengan penyampaian dan pertukaran pesan melalui teknologi. Teknologi memiliki peranan penting dalam proses praktek komunikasi dalam kehidupan masyarakat, oleh karena itu semakin bertambahnya tahun, dan berkembangnya teknologi komunikasi, lahirlah sebuah media baru (*new media*).

Media baru merupakan sarana komunikasi yang menggunakan teknologi *digital* dalam penyampaian pesan terhadap *khalayak* luas. Media baru erat kaitannya dengan adanya kehadiran internet. Sehingga tidak mengherankan penggunaan internet semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan karena internet merupakan alat yang paling dominan dalam era *new media*. Perkembangan internet sebagai *new media (the second media age)* menandai adanya periode baru yang berkaitan dengan teknologi *interaktif* dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan merubah masyarakat (Littlejhon, 2011).

Perkembangan teknologi jaringan komputer yang *fantastis* pada akhir dekade 1980-an mendorong lahirnya teknologi internet. Secara sederhana, internet dapat dipahami sebagai sebuah cara atau metode untuk meneruskan informasi dari satu komputer ke komputer yang lain, dari satu lokasi ke lokasi yang lain di seluruh dunia. Internet di Indonesia dimulai sejak awal tahun 1990-an, dimana saat itu jaringan internet di Indonesia lebih dikenal sebagai paguyuban *network*. Dengan perkembangan teknologi, maka perkembangan internet di Indonesia menjadi lebih komersial dan individual, terutama yang melibatkan perdagangan internet. Sekitar tahun 1994 mulai beroperasi IndoNet yang merupakan ISP komersial pertama di Indonesia. Setelah itu berkembang lebih lanjut di tahun 1995 dengan beberapa BBS (*Bulletin Board System*) di Indonesia yang menyediakan jasa akses telnet ke luar negeri. Dengan memakai *remote browser lynx* di Amerika

Serikat, kemudian pemakaian internet di Indonesia bisa akses internet HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) (Muslimin, 2016).

Kemajuan teknologi semakin mempermudah manusia mengakses informasi melalui internet. Adanya internet mengakibatkan munculnya begitu banyak media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan lain sebagainya untuk dijadikan wadah bagi manusia dalam saling berkomunikasi atau bersosialisasi, bertukar informasi, mempertemukan teman lama maupun baru, maupun menunjukkan *eksistensi* diri. Informasi yang ditampilkan dalam bentuk *audio visual* semakin menambah daya tarik pengguna sosial media. Kecanggihan dalam menggunakan media sosial membuat media sosial sangat diminati oleh khalayak. Jumlah pengguna ponsel di seluruh dunia pada akhir tahun 2012, menurut *International Telecommunications Union*, mencapai 6,8 miliar, melesat dibanding 5,4 miliar pada tahun 2010. Sedikitnya terdapat 100 negara yang jumlah ponselnya melebihi jumlah penduduknya. Salah satunya, Indonesia yang kini berada di posisi keempat dalam jumlah ponsel dunia, di bawah China, India, dan Amerika Serikat. Jumlah pelanggan ponsel di Indonesia per-Desember 2012, menurut *mobiThinking*, mencapai 260 juta, sementara jumlah penduduk Indonesia tercatat 242,3 juta. Hal ini berarti jumlah ponsel yang beredar lebih tinggi dari pada jumlah penduduk negeri (107,3 persen). Dari jumlah tersebut, sebanyak 47,6 juta atau 19 persen pengguna 3G/3,5 G (Kompas, 28 Juni 2013).

Pemanfaatan internet juga digunakan dalam media sosial. Media sosial merupakan ciri dari *konvergensi* media baru. Media sosial merupakan sebuah media *daring* dengan para penggunanya bisa dengan mudah *berpartisipasi*, berbagi dan menciptakan isi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial, dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial mempunyai banyak bentuk beberapa diantaranya yang paling populer adalah YouTube, Twitter, Instagram, Whatsapp, Line dan lain sebagainya. Tujuan adalah untuk membantu penggunanya dalam melakukan komunikasi dan memberikan informasi secara cepat yang tidak terbatas dalam ruang dan waktu sehingga pengguna media sosial sangat terbantu dengan adanya *new media* ini.

YouTube sebagai salah satu media sosial yang merupakan sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang *populer* dimana penggunaanya dapat memuat, menonton, dan berbagi *klip* video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunaanya sendiri sehingga membuat YouTube memang sangat populer kala itu dan ian melejit sampai saat ini. Fenomenanya dapat dikatakan mirip *blog* apabila *blog* merupakan buku harian *online*, YouTube adalah video harian *online* atau *vlog* (video-log). Karena kepopuleran YouTube itulah, beberapa *website lokal* Indonesia juga menyediakan layanan sejenis bernuansa lokal (Kindarto, 2008).

Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi penggunaanya untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah *database* video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan *variatif*. Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google, akan tetapi Google *mengakuisinya* dan melakukan kerja sama antara YouTube dan google lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan google yang lain. Saat ini youtube menjadi situs online video *provider* paling dominan di Amerika serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 Jam durasi video di upload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar *views* per hari. YouTube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi YouTube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna. Menjamurnya situs online YouTube dikalangan Indonesia sudah tidak asing lagi mulai dari *public figure* hingga orrang biasa sudah menggunakan aplikasi YouTube dan menerapkan pemanfaatannya (Fatty, 2013).

Dilansir dari katadata.com (06/03/2019) *Survei We are Social* menyebutkan penduduk Indonesia yang aktif bermain media sosial mencapai 150 juta orang. Dari beragam jenis media sosial, YouTube yang paling banyak dimainkan, terutama untuk memutar musik. Selain YouTube, media sosial yang banyak

digunakan orang Indonesia adalah Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Menurut survei, setiap pengguna rata-rata memiliki 11 akun media sosial, dengan lama mengeksplorasi sekitar tiga jam per hari. Kebanyakan pengguna media sosial di Indonesia berusia antara 18-34 tahun, dan lebih dari setengahnya adalah laki-laki.



Gambar 1.1 Penggunaan media social terpopuler di Indonesia

Akses YouTube telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal ini dikarenakan adanya kebutuhan akan hiburan, informasi, pendidikan dan akses pengetahuan dari belahan bumi berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh *Thomas L. Friedman (2007)* sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber mana pun. Juga sebagaimana diulas *Richard Hunter (2002)* dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (*Friedman T. L., 2007*).

YouTube sebagai situs berbagi video yang sudah dikenal cukup lama di Indonesia. Namun, ternyata banyak yang tidak mengetahui bahwa situs ini ternyata membawa banyak keuntungan positif bagi penggunanya. YouTube menjadi sangat fenomenal bukan karena memunculkan sensasi berupa bualan, namun lebih pada kasus-kasus nyata yang melingkupinya. Popularitas yang didapat pada situs youtube secara nyata juga bisa menghasilkan *income* tak

terbatas. Hal ini dikarenakan YouTube memiliki program YouTube *partners* yang memberikan peluang bagi penggunanya untuk mendapat *income* tambahan ketika bekerja sama dengan YouTube. Jumlah pengguna yang besar menjadikan situs ini sebagai sarana paling baik bagi setiap orang untuk mempopulerkan diri, bisnis dan bersosialisasi dengan orang lain di seluruh dunia. Video yang diupload di YouTube juga akan memberi keuntungan bagi diri sendiri karena mudah dicari bahkan melalui mesin pencari seperti *google* dan *yahoo* (Hartoko, 2011)

Pemanfaatan media YouTube yang lebih nyata dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna seperti: memberikan layanan gratis, *mendownload* (unduh) beberapa video tertentu, mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis, mengakses video *streaming*, mengenalkan dan memasarkan produk, mengakses video informatif, mendukung industri hiburan, menguatkan branding lembaga / insititusi, mengetahui respon dan komentar khalayak, memfasilitasi pengguna menguasai *skill* dasar membuat video. Dalam hal ini pengguna YouTube adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna youtube berusaha untuk mencari informasi atau tayangan yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya (Fatty, 2013)

Besarnya jumlah pengunjung pada media *online* YouTube membuat banyak pihak menggunakan YouTube sebagai sarana berbagai aktivitas. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya video baru yang di *upload* setiap harinya, entah itu hanya video cuma-cuma sampai video pada kontennya diperhatikan seperti konten musik, konten berita, konten komedi, dan lain sebagainya. Dengan mengupload video di youtube dapat menghasilkan uang dengan sesuai ketentuan yang berlaku. Seperti peraturan dari *youtube partner program* (YPP) untuk bisa mendapatkan penghasilan dari iklan, sebuah video kini harus mengumpulkan setidaknya 4.000 jam waktu tonton (*watch time*) dalam 12 bulan terakhir dan memiliki 1.000 *subscriber* setelah itu YouTube akan di *monetesasi* jika sudah memenuhi syarat dan mengkaitkan *google adsense* dengan rekening kita, kemudian uang yang dihasilkan dari video-video kita yang dilihat penonton youtube semakin banyak maka semakin banyak pula uang yang akan masuk ke *google adsense* dan kemudian dimasukan rekening kita. *Subscriber* adalah

penonton yang cenderung untuk berinteraksi dengan konten youtube. Cara mendapatkan uang dari YouTube adalah dengan memasang iklan atau *Google adsense*. Dengan keuntungan yang didapat melalui iklan di youtube, banyak orang yang memanfaatkan youtube untuk menghasilkan penghasilan dari *Google adsense*. Saat ini banyak YouTube Indonesia yang sukses mendapatkan uang melalui YouTube. Sebut saja Atta halilintar, Ria ricis dan masih banyak lagi (Liputan6.com2019).

Dengan banyaknya pengguna YouTube di Indonesia menimbulkan kegemaran baru, kegemaran tersebut dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna YouTube tersebut. YouTube merupakan suatu wadah untuk menciptakan suatu popularitas baru dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tidak sedikit para artis televisi berpindah haluan yang awalnya menjadi artis emudian beralih ke chanel YouTube dikarenakan YouTube lebih diminati oleh khalayak dikarenakan YouTube berada dalam handphone dan handphone bisa dibawa kemana-mana dan bisa masuk tas maupun kantong. Hal ini sesuai dengan slogan dari youtube itu sendiri. Untuk saat ini pengguna YouTube lebih banyak diminati daripada penikmat televisi berikut ada selogan *survey we are.com* dari yaitu “YouTube lebih dari sekedar televisi”. Keuntungan yang didapatkan di dalam YouTube dapat berupa suatu popularitas atau bahkan penghasilan tambahan . dengan pengaksesan dan peraihan penghasilan yang mudah membuat YouTube menjadi salah satu lahan pekerjaan (Sianipar, 2012).

Melihat begitu besar peluang dalam pemanfaatan media YouTube, beberapa jurnalis di Surabaya banyak yang memanfaatkan kepopuleran YouTube sebagai media eksplorasi, khususnya jurnalis kontributor televisi di Surabaya yang penayangannya di area regional juga memanfaatkan kepopuleran YouTube sebagai media eksplorasi diri. dengan mengunggah video di media YouTube dapat menambah keuntungan bagi jurnalis. Ditambah pekerjaan jurnalis televisi juga menghasilkan sebuah tayangan *audio visual* yang sesuai dengan konten di YouTube. Dengan memanfaatkan media YouTube, jurnalis televisi dapat membagikan hasil liputannya ke *chanel* YouTube pribadi miliknya. YouTube yang digunakan oleh para jurnalis ini berisikan konten berita liputan yang direkam

dengan kamera video ketika ada peristiwa dilapangan kemudian akan di kirimkan ke media televisi kemudian sisa-sisa liputan yang tidak di setor ke media resminya ia edit dan di upload ke *chanel* YouTube pribadi miliknya.

Salah satunya adalah milik Ilyas jurnalis dari MNCTV yang memiliki akun dengan nama bening tv. Berisikan konten berita yang mengedukasi, menginspirasi dan informatif. Diambil dari hasil liputannya di lapangan ketika ada peristiwa kemudian diedit sedemikian rupa agar menarik perhatian viewers biasanya ilyas mengedit kontennya dengan menambahkan *tumblr* yang unik dalam judul videonya, lalu di upload di chanel YouTube pribadi miliknya. Untuk saat ini Ilyas memiliki sekitar enamribu *subscribe*. Tidak hanya Ilyas, Salah satu jurnalis dari TRANS7 bernama Lukman juga memanfaatkan liputan beritanya yang di upload di YouTube pribadi miliknya. Awalnya Lukman hanya iseng dalam mengupload video ke youtube pribadi miliknya, lalu seiring bertambahnya video-video nya yang ia upload ke *chanel* YouTube pribadinya menjadikan sebuah *konten*. Karena Lukman merasa termotivasi dengan adanya penghargaan yang dimilikinya saat ini, lukman semakin sering mengupload video-videonya ke YouTube, tentunya juga melalui pengeditan berita. Dalam mengoprasikan *chanel* YouTube nya Lukman sering mengupload video-video yang menarik agar banyak yang menonton videonya. Dalam *konten* YouTube ini tidak boleh mengandung unsur sara, mengeksploitasi anak, *provokatif*, ujaran kebencian *pornografi*.

Motivasi berbeda-beda sesuai dengan kekuatan kebutuhan seseorang yang akan berprestasi, kebutuhan akan prestasi menjadikan dalam keinginan untuk melaksanakan tugas atau pekerjaan yang sulit. Manfaat motivasi sendiri ialah menciptakan gairah kerja, sehingga produktifitas kerja meningkat. Dan manfaat orang yang diperoleh dari orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat dalam skala waktu yang sudah ditentukan. Orang pun merasa di dihargai dan diakui. Hal ini terjadi karena pekerjaannya tersebut betul-betul dihargai oleh orang-orang yang termotivasi. Orang akan bekerja keras karena dorongan untuk menghasilkan suatu target sesuai yang telah mereka terapkan (Hasibuan, 2007).

Presentasi diri ialah proses menata interaksi, menciptakan kesan yang menyenangkan bagi setiap orang dalam berbagai situasi. Karena pada dasarnya manusia butuh diakui oleh lingkungan sekitarnya, entah secara berpendapat, berpenampilan, maupun berperilaku. Sama halnya dengan seorang youtuber jurnalis, mereka ingin diakui dan dianggap *special* oleh lingkungannya sehingga mereka merasa teristimewakan dan mendapatkan keuntungan.

YouTube merupakan media sosial yang memiliki kelebihan tersendiri bagi jurnalis televisi, dimana kelebihan media YouTube, tidak dimiliki oleh media sosial lainnya. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai motivasi dan presentasi diri youtuber jurnalis televisi Embutv, Beningtv, Angkringan Kopi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan dalam penelitian ini yaitu, Apa motivasi dan presentasi diri jurnalis YouTube embuntv, beningtv dan angkringan kopi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang masalah dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah :

Mengetahui motivasi dan presentasi diri jurnalis YouTube Embuntv, Beningtv, Angkringan Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai motivasi dan presentasi diri jurnalis YouTube Embuntv, Beningtv, Angkringan Kopi. Peneliti berharap penelitian ini menambah kepustakaan ilmiah perbendaharaan riset program study ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pemahaman mendalam mengenai motivasi dan presentasi diri jurnalis YouTuber Embun TV, Bening TV, Angkringan Kopi.