**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Salah satu media yang ingi bahas dalam skripsi ini yaitu video blogg (vlogg) di youtube yang memang saat ini sedang *trend* dikalangan mahasiswa. Fenomena ini telah menjadi kegiatan yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Fenomena merupakan fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainoai,* yang berarti ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinckh. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. J

Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang nampak. Dan *Logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenollogi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Kecanggihan teknologi saat ini yang makin *fleksibel,* mudah, cepat dan efisian dapat menggiring manusia mengakibatkan cara komunikasi pun semakin maju dan canggih. Cara manusia bersosialisasi dan berinteraksi dengan sesamanya pun semakin berubah. Sosialisasi yang awalnya hanya bisa dilakukan dengan bertatap muka atau saling bertemu, sekarang dapat dilakukan hanya dengan ujung jari anda. Entah dengan chatting dan tidak ada batasan jarak. Hal ini membuat manusia semakin malas dalam bersosialisai secara langsung dengan lingkungan sekitar.

Begitu pula dengan kebiasaan masyarakat menceritakan kejadian kepada teman-temannya. Dahulu hanya untuk bercerita pengalamanya hanya melalui buku *diary* yang disimpan hanya untuk sendiri. Setelah itu muncul istilah Blog dimana orang bisa menulis pengalaman ataupun sesuatu yang ia suka dan tidka suka yang dituankan kedalam sebuah tulisan agar bisa dibaca banyak orang. Seiiring berkembangnya teknologi kini muncul istilah Video Blog (VLog) dimana orang bisa membuat blog tidak lagi dengan tulisan akan tetapi menggunakan video yang dishare ke chanel youtube yang bisa ditonton oleh banyak orang dimana biasanya dilakukan dengan berbicara di depan kamera menceritakan tentang sesuatu yang ia suka, berbicara berbagai tips, berbagi apapun yang ada di dalam pikiran, montase, bahkan ada pula yang membuat klip seperti film. Sekarang ini, vlogger biasanya membuat vlog secara regular, harian, mingguan atau bahkan bulanan. Ada pula istilah take-a-long vlogging yang berarti vlogger yang menceritakan kesehariannya dalam durasi yang panjang, seperti pergi ke mall, kemudian mengendarai sepeda motor, lalu, pulang ke rumah dan tidur yang dimuat dalam sebuah video.

Vlogg bisa disebut sebuah video dokumentasi jurnalistik yang berada di dalam web yang berisi tentang hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan semacam televisi versi sederhana. Namun Vlogg beda dengan blog biasanya karena vlogger diharuskan bisa ngomong di depan kamera dan membuat video itu menarik buat banyak orang.

Sementara Vlog menurut Wikipedia. Pada 2 Januari 2000, Adam Kontras membuat video yang disertakan dengan blog yang bertujuan untuk menginformasikan teman-teman dan keluarganya yang pindah antar negara ke Los Angeles dalam mengejar Show Business, dan ini merupakan video pertama dan terpanjang dalam sejarah video blog. Di tahun yang sama, di bulan Nopember, Adrian Miles membuat video yang berisi teks yang berupa gambar, dan menyebut videonya itu sebagai vog.

Saat teknologi internet, *mobile phone* dan muculnya go-pro makin maju maka Vlog pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk membuat Vlog, bisa dilakukan kapan saja dengan menggunakan go-pro ataupun mobilephone tanpa dibutuhkan lagi *Campers* seperti ditelevisi. Demikian maraknya orang yang membuat Vlog mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di indonesia. Karena perlahan adanya Vlog juga mulai tampak menggantikan peranan blogg serta media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Diawal kemunculan vlog di tahun 2005, Indonesia belum mengenal Vlog sama sekali. Tapi baru-baru ini, apalagi sejak tahun 2014, udah banyak vlogger-vlogger Indonesia yang menunjukkan batang hidungnya. Sebut aja channel vlog skinnyindonesian24 punya Andovi da Lopez, Sacha Stevenson, Raditya Dika, Aaron Shahab, dan masih banyak lagi. Mereka selalu menyajikan video-video lucu dan menarik yang siap menghibur.

Nggak cuma di YouTube, sekarang ini juga viral banget vlog yang dilakukan di Instagram lho. Sebut aja salah satu akun yang selalu menyajikan video lucu seperti indovidgram dan chandraliow. Hanya saja kalo di Instagram, videonya terbatas dalam durasi 15 detik.

Salah satu situs yag menjadi wadah bagi para pelaku vlogg atau biasa disebut vlogger adalah youtube, youtube hadir sebagai situs video terbesar di dunia. Situs ini tidak hanya menyediakan video-video berbau berita, film ataupun musik, tetapi juga menyediakan lahan bagi para vlogger-vlogger untuk menshare videonya.

Pesatnya perkembangan pengunjung youtube dikarenakan semua orang bisa memiliki channel sendiri. Jika untuk memiliki channel seperti ditelevisi, radio ataupun media massa lainya dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan situs youtube. Seseorang yang biasanya menekuni vlogg menggunakan youtube bisa membuat channel sendiri menggunakan email tanpa biaya dan prosedur yang rumit.

Perubahan sosial budaya merupakan gejala umum yang terjadi sepanjang masa dalam setiap masyarakat. Perubahan itu terjadi sesuai dengan hakikat dan sifat dasar manusia yang selalu ingin mengadakan perubahan. **“Kebosanan manusia sebenarnya erupakan penyebab dari perubahan”. (Hirschman, 2000)**

Namun adanya sebuah vlogg tentu karena teknologi yag semakin canggih itu ditandai dengan munculnya Internet. Internet dapat digunakan untuk berbagai macam keperluan, antara lain proses pengayaan dan pendidikan, hiburan, musi dan olahraga, bahkan permaianan video dan komputer.

Perkembangan masyarakat indonesia dalam penggunaan internet sangat pesat. Pengguna internet aktif di Indonesia saat ini diperkirakan sekitar 30 juta atau sepuluh persen dari jumlah penduduk. Saat ini sekitar 200 juta penduduk memiliki ponsel yang umumnyanya dapat digunakan dengan pesan singkat saja sudah bisa menghilangkan jenis komunikasi tradisional seperti surat melalui pos. Padahal perkembangan teknologi komunikasi sudah maju. Bahkan saat ini cakupan area komunikasi sudah 4G LTE.

**Tabel 1.1 Daftar Negara pengguna internet dan penetrasinya**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| NO | NEGARA | PENGGUNA INTERNET | PENETRASI (%) |
| 1 | CHINA | 384.000.000 | 28,7 |
| 2 | JAPANS | 95.979.000 | 75,5 |
| 3 | INDIA | 81.000.000 | 7,0 |
| 4 | KOREA SELATAN | 37.475.800 | 77,3 |
| 5 | INDONESIA | 30.000.000 | 12,5 |
| 6 | PHILIPPINES | 24.000.000 | 24,5 |
| 7 | VIETNAM | 2.469.000 | 25,7 |
| 8 | PAKISTAN | 18.500.000 | 10,6 |
| 9 | MALAYSIA | 16.902.600 | 65,7 |
| 10 | THAILAND | 16.100.00 | 24,4 |

Sumber : [www.internetworldstat.com](http://www.internetworldstat.com)

Dari table diatas menunjukan bahwa pengguna internet di Asia terbanyak adalah China dengan penetrasi pengguna internet sebanyak 28,7%, Jepang sebesar 75,5%, India sebesar 7.0% dan Indonsia menempati urutan ke-5 sebesar 12,5%,

Sementara itu vlogg di youtube, bisa juga dianggap sebagai produk jurnalistik. Dimana vlogg juga bisa menjaid media untuk mereportasi kejadian berdasarkan apa yang dilihat. Namun kebanyakan vlogg yang ditampilkan yaitu berupa feature news.

Selain itu fenomena yang terjadi pada saat ini kebanyakan orang berkomunikasi menggunakan media elektronik. Berkomunikasi melalui alat yaitu mungkin dengan melalui komputer. Komunikasi melalui komputer pun bisa melalui dengan berbagai media yaitu internet, apalagi jaman sekarang mulai berkembang cara untuk berkomunikasi. Misalkan melaui *fcaebook, twitter, yahoo messangee,*  *video youtube* dll. Ini disediakan untuk memudahkan kita untuk saling berkomunikasi satu sama lain.

Komunikasi sendiri merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi, dalam konteks publik secara lokal, nasional, regional, dan global atau melalui media massa.

Komunikasi berawal dari gagasan yang ada pada seseorang. Gagasan itu diolahnya menjadi pesan dan dikirimkan melalui media tertentu kepada orang lain sebagai penerima, penerima menerima pesan , dan sesudah mengerti pesan itu kemudian menanggapi dan menyampaikan tanggapannya kepada pengirim pesan.

Dengan menerima tanggapan dari si penerima pesan itu, pengiriman pesan dapat menilai efektifitas pesan yang dikirimkannya. Berdasarkan tanggapan itu, pengirim dapat mengetahui apakah pesannya dimengerti dan sejauh mana pesannya dimengerti oleh orang yang dikirimi pesan itu.

Dari proses terjadinya komunikasi itu, secara teknis pelaksanaan, komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh emapuanya, penerima pesab menyampaikan tanggapan melalui media tertentu pula keoada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya.

Dalam komunikasi terjadilah pertukaran kata dengan arti dan makna tertentu. Dari sudut pandang pertukaran makna, komunikasi dapat didefinasikan sebagai proses penyampaian makna dala bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain melalui media tertentu. Pertukaran makna merupakan inti yang terdalam dari kegiatan komunikasi karena yang disampaikan orang komunikasi bukan kata-kata, tetapi arti atau makna dari kata-kata. Yang ditanggapi orang dalam komunikasi bukan-kata-kata, tetapi makna dari kata-kata.

Tindakan komunikasi dapat dilakukan secara verbal, nonverbal, langsung dan tidak langsung. Komunikasi juga merupakan aktifitas dasar manusia, tidak dapat dipungkiri dalam era teknologi modern seperti saat ini, kehidupan manusia sangat bergelut dengan waktu akses informasi yang cepat, padat, serta akurat menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu. Dewasa ini setiap pelaku komunikasi dapat melakukan aktifitas tanpa harus berada di temapt tersebut.

Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia dalam katanya dengan hubungan antar manusia. Bila disuatu tempat terdapat dua manusia atau lebih, hampir dapat dipastikan terjaid komunikasi manusia, kendatipun bisa terjadi tidak terdapat komunikasi diantara mereka.

Kita berkomunikasi untuk menghibur diri sendiri maupun orang lain, mempengaruhi orang lain beramah-tamah, mencari inforamasi, menunjukan minat membujuk dan sebagainya

Sebagai pertukaran makna, komunikasi bersifat khas, unik dan dapat diulangi persis sama. Karena meski orang yang berkomunikasi sama ,isi dan maksudnya sama, namun bila diulang, waktu,situasi dan keadaan batin orang, yang berkomunikasi sudah berbeda. Karena itu, dalam setiap komunikasi, baik bagi orang yang mengirim maupun yang menerima, dampaknya tidak dapat dihilangkan karena merka tidak dapat mencabut kata yang sudah mereka ucapkan dan mangganti dampak yang diakibatkannya. Mereka hanya dapat merubah kata-kata.

Berdasarkan pernyataan diatas bisa dilihat bahwa merubah gaya hidup atau tidaknya seseorang pada jejaring sosial tentu didasari oleh banyak tidaknya seseorang itu diterpa oleh informasi teknologi yang sedang *nge-trend* sekarang ini. Dari segi teoritis media sosial memang mengubah gaya hidup seseorang atau perubahan sikap kepada khalayak.

Dilihat dari segmentasi yang sebagian besar berusia muda (remaja) peneliti memilih objek penelitian dikalangan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Pasundan. Berdasarkan pemamparan diatas peneliti akan menggambarkan mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup.

* 1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka permasalahan yang diteliti dapat diidentifikasikan sebagai berikut :

1. Bagaimana Fenomena vlogg di youtube dilihat dari ;
2. Motif mahasiswa FISIP UNPAS membuat vlogg di youtube ?
3. Proses komunikasi mahasiswa FISIP Unpas menggunakan vlogg di youtube*?*
4. Perilaku mahasiswa FISIP UNPAS menggunakan vlogg di youtube?
	1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Fenomena vlogg di youtube dilihat dari ;
2. Motif mahasiswa FISIP UNPAS membuat vlogg di youtube.
3. Proses komunikasi mahasiswa FISIP Unpas menggunakan vlogg di youtube.
4. Perilaku mahasiswa FISIP UNPAS menggunakan vlogg di youtube.
	1. **Kegunaan Penelitian**

 Kegunaan penelitia diharapkan bisa dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendaangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi

**1.4.1. Kegunaan Teoritis**

 Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian-kajian ilmiah di bidang jurnalistik, khususnya yang berkaitan dengan bagaimana video blogg dapat dimanfaatkan sebagai medai komunkasi pengaruh media dan memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi dalam dunia pertelevisian khususnya dilakukan dalam penayangan sebuah program acara, serta dapat dijadikan sebagai bahan refrensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian dalam studi ilmu komunikasi umumnya di bidang jurnalistik.

**1.4.2. Kegunaan Praktis**

Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para masyarakat yang ingin terjun kedunia video blogg.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

 Penelitian ini menggunakan panduan dasar yaitu teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Menurut **Schutz,** Fenomenologi adalah :

**Studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah obyek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang obyek atau peristiwa tersebut. Sebuah fenomena adalah penampilan sebuah obyek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seseorang. Jadi bersifat subyektif. Bagi Schutz dan pemahaman kaum tugas utama analisis fenomenologi adalah merekomendasikan dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubyektif dalam arti bahwa sebagai anggota masyarakat berbagi persepro dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi (Mulyana, 2008:63)**

Teori Fenomenologi dari Schutz (1899-1959), dalam *The Phenomenologi of social world* mengemukakan bahwa :

**Orang yang secara aktif menginperprestasikan pengalamannya dengan member tanda dan arti tentang apa yang mereka lihat. Interprestasi merupakan proses aktif dalam menandai dan mengartikan tentang suatu yang diamati, seperti bacaan, tindakan atau situasi bahkan pengalaman apapun. (1967:7).**

Schutz juga menjelaskan pengalaman inderawi sebenarnya tidak punya arti. Semua itu hanya ada begitu saja, obyek-obyeknya lah yang bermakna. Semua itu memiliki kegunaan-kegunaan, nama-nama, bagian-bagian, yang berbeda-beda dan individu-individu itu member tanda tertentu mengenai sesuatu, misalnya menandai orang yang mengajar adalah seorang guru. Dengan demikian fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Schutz membuat model tindakan manusia melalui proses yang dinamakan “tipikasi”. Tipikasi Alfred Shutz yang dijelaskan kuswarno dalam buku fenomenologi sebagai berikut :

**Tipikasi ini menyediakan seperangkat alat identifikasi, klarifikasi, dan model perbandingan dari tindakan dan interaksi sosial. Dengan menggunakan criteria yang telah di definisikan untuk menempatkan fenomenan ke dalam tipe-tipe khusus (2009:39).**

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yakni sebagai tindakan untuk mengungkapkan makna sesuatu yang sedang diteliti. Engkus dalam buku yang berjudul fenomenologi memaparkan bahwa:

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia itu sendiri. Fenomenologi juga tidak diawali serta tidak bertujuan untuk menguji sebuah teori (2009:35)**

Pendapat di atas cukup member gambaran bahwa fenomenologi rupanya berusaha mendalami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul sesuai kesadarannya. Artinya oleh kaum fenomenologi menekankan aspek subyektif perilaku manusia yang dilakukan secara sadar. Dengan demikian fenomenologi tidak berasumsi bahwa penelitian mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Schutz dalam interaksi sosial berlangsung pertukaran motif, proses pertukaran motif para actor yang dinamakan *the reciprocity of motives,* selengkpanya adalah sbb :

**Melalui interprestasi terhadap tindakan orang lain, individu dapat mengubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Agar dapat melakukan hal itu individu dituntut untuk mengetahui makna, motif, interaksi atau maksud dari tindakan orang lain. Motif dalam perspektif fenomenologi menurut schutz adalah konfigurasi atau konteks makna yang tampak pada actor sebagai landasan makna perilakunya (Mulyana, 2004:62).**

**Schutz** memiliki peristiwa sosial, seperti komunikasi, dari perspektif mereka yang berpartisipasi di dalamnya. Schutz mengganggap bahwa tidak mungkin kita dapat memperoleh kebenaran universal untuk menggambarkan tingkah laku manusia. Satu-satunya yang bisa didapatkan adalah kebenaran spesifik yang terbentuk disuatu komunitas atau kelompok tertentu dan kita akan tercengang kemudian karena keragaman karakter kelompok tersebut. Fenomenologi Schutz adalah pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi yang merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial.

Interaksi terjadi karena adanya suatu aktivitas yang merupakan cirri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna. Schutz sangat percaya bahwa :

**Lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap konstruksi individu terhadap realitas. Schutz mencoba mengatakan bahwa realitas bagi individu sangat bergantung pada apa yang dipelajari individu itu dalam proses interaksi sosial dan budaya yang terjadi. (Djuarsa, 1994:375-376).**

**Harbert Blumer** memiliki terjadinya suatu interaksi berdasarkan pendekatan interaksi simbolik yang didasari pada tiga premis utama, yaitu :

1. **Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.**
2. **Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain.**
3. **Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Kuswarno, 2008:22)**

Interaksi terjadi karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia mengenai diri, dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterprestasi makna di tengah masyarakat dimana individu tersebut menetap. Seperti yang dicatat oleh **Douglas** (1970), **makna itu berasal ari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi (Ardianto, 2007:136).**

Dalam *the life world* ini terjadi dialektika yang mempejelas konsep dunia budaya dan kebudayaan. Selain itu Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *usefull knowledge. Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada contect (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas), dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubsungan antara dunia keseharian itu dengan Ilmu, khususnya ilmu sosial. Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektifitas pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan bagaimana kita mengetahui motif seseorang memaknai suatu interaksi dalam konstruksi realitas yang dihadapinya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian mengenai fenomena vlogg di youtube ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi **Alfred Schutz** karena teori ini sesuai untuk digunakan dalam penelitian mengenai fenomena vlogg di youtube. Untuk memperjelas penelitian ini, peneliti membuat sebuah bagan kerangka pemikiran sebagai berikut .

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Studi Fenomenologi vlog di situs youtube dikalangan mahasiswa fisip Unpas Bandung

Fenomenologi Schutz

(1899-1959)

Fenomena

1. Motif mahasiswa fisip unpas membuat vlogg di situs youtube.
2. Proses komunikasi pengguna vlogg di youtube.
3. Perilaku pengguna vlogg di youtube

Tindakan Sosial

 **(Sumber : Alfred Schutz, modifikasi peneliti & pembimbing 2016)**