

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Mengenai Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *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.

Menurut Utari (2011, hlm. 51) Menjelaskan dan menarik simpulan sebagai berikut:

Media Sosial sebuah media *online* dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Gunelius (2011, hlm. 10) mengatakan Media sosial adalah penerbitan *online* dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *facebook* atau *twitter* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses

media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan.

Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti *blog*, *facebook*, *twitter*, dan *youtube* memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Pesatnya perkembangan teknologi sekarang membuat banyak aplikasi aplikasi sosial media baru yang bermunculan di dunia maya. Kini dengan mengandalkan smartphone yang berhubungan dengan internet, kita sudah bisa mengakses beberapa situs sosial media seperti, facebook, twitter, line, we chat, kakao talk dan itu semua bisa kita akses dimana saja dan kapan saja asalkan terhubung dengan koneksi internet dan itu membuat arus informasi semakin besar dan pesat. Perkembangan sosial media yang pesat ini tidak hanya terjadi

pada negara negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air kita ini Indonesia, banyak user atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi. Selain itu, Indonesia menempati urutan ke-5 di dunia dalam penggunaan akun twitter. Selain untuk membagi informasi, sosial media maupun internet juga dapat dijadikan sebagai suatu kegiatan bisnis, seperti membuka toko online. Facebook dan Twitter menurut saya merupakan sosial media yang banyak digunakan sebagai toko online, mereka membuat akun baru dan memberi nama akun mereka menjadi kategori barang dagangan mereka yang akan mereka dagangkan.

Membuat komunitas bisa juga dilakukan melalui sosial media, komunitas komunitas seperti fans boyband, girlband, fans pecinta olahraga sepak bola, fans sebuah grup band dan masih banyak komunitas komunitas yang bisa kita buat. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

Jika dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, maka tidak jika kita menggunakan media sosial. Kita bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apapun yang ditulis atau disajikan orang lain. Ini berarti komunikasi terjalin dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal.

Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan media sosial, banyak

orang-orang yang melirik peluang bisnis dengan menggunakan sosial media. Dengan banyaknya. Sekarang orang-orang banyak yang memanfaatkan sosial media maupun internet untuk membuat toko online. Tetapi banyak juga orang-orang yang tidak bertanggung jawab menggunakan sosial media, seperti untuk menipu orang dengan kedok toko online. Jadi kita harus lebih berhati-hati jika berbelanja menggunakan toko online

2. Perkembangan Media sosial

Awal mula terbentuknya sosial media terjadi pada tahun 1978 dari penemuan sistem papan buletin, yang dapat memungkinkan kita untuk mengunggah, atau mengunduh informasi, dapat berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Sistem papan buletin ini ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang keduanya adalah sesama pecinta dunia komputer. Perkembangan sosial media pertama kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (Advanced Research Project Agency) pada tahun 1971.

- a. 1995 Kelahiran dari situs GeoCities, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewaan penyimpanan data - data website agar halaman website tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan GeoCities ini menjadi tonggak dari berdirinya website - website lain.
- b. 1997 Muncul situs jejaring sosial pertama yaitu Sixdegree.com walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com di anggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial di banding Classmates.com
- c. 1999 Muncul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu Blogger. situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah. sehingga bisa

di katakan blogger ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah Media sosial.

- d. 2002 Berdirinya Friendster, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi booming, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal.
- e. 2003 Berdirinya LinkedIn, tak hanya berguna untuk bersosial, LinkedIn juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sebuah Media Sosial makin berkembang.
- f. 2003 Berdirinya MySpace, MySpace menawarkan kemudahan dalam menggunakannya, sehingga myspace di katakan situs jejaring sosial yang user friendly.
- g. 2004 Lahirnya Facebook, situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak.
- h. 2006 Lahirnya Twitter, situs jejaring sosial yang berbeda dengan yang lainnya, karena pengguna dari Twitter hanya bisa mengupdate status atau yang bernama Tweet ini yang hanya di batasi 140 karakter.
- i. 2007 Lahirnya Wiser, situs jejaring social pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007. Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori online organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu.
- j. 2011 Lahirnya Google+, google meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama google+, namun pada awal peluncuran. google+ hanya sebatas pada orang yang telah di invite oleh google. Setelah itu google+ di luncurkan secara umum.

3. Karakteristik Media Sosial

Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mewedahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated*

content)" Nasrullah (2015, hlm. 11)

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

4. Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki peran dan fungsi, antara lain :

a. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi .

b. Membangun Hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

c. Jangkauan Global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk

mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

d. Terukur

Dengan sistem tracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

5. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

Media social juga memiliki banyak pengaruh, berbagai dampak Media Sosial memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri.

a. Kelebihan

- 1) Dapat menambah wawasan dalam arti ketika orang mengakses media social pasti akan terjalin interaksi antarorang di dunia, dari situ wawasan akan bertambah. Media social akan dimengerti setiap orang seiring perkembangan zaman, orang dapat terpicu untuk mengenal lebih maju media social sesuai perkembangan zaman.
- 2) Pemicu untuk membangun bisnis melalui media internet sehingga setiap orang bisa memiliki bisnis melalui media tersebut. Kenapa begitu? Karena dengan media online, setiap orang dapat mengembangkan bisnis yang ingin dipublikasikan melalui media online tersebut.
- 3) Menambah pertemanan karena melalui media social orang tidak hanya memiliki teman yang ada di sekitar namun juga memiliki teman yang ada di media social karena terjadinya interaksi sehingga orang dapat memiliki teman di belahan bumi manapun.
- 4) Mampu meningkatkan kreatifitas dalam media social karena setiap pengembangan terbaru dapat memicu diri untuk bisa lebih, misalnya sebuah artikel yang menarik namun ada juga rasa untuk memiliki

keaktifitas untuk lebih dari artikel yang menarik tersebut. Contoh lain ada sebuah media online yang isinya menarik namun orang mampu untuk mengembangkan keaktifitas.

- 5) Membangun interaksi antarorang yang terdapat di media social tersebut. Dari interaksi melalui media tersebut orang dapat saling share agar menemukan hasil dari interaksi tersebut.
- 6) Mampu menyebarkan informasi selain melalui search engine, dimana orang bisa menyebarkan/ share berbagai macam informasi.

b. Kekurangan Media Sosial

- 1) Terjadinya banyak kriminalitas yang terjadi melalui media social. Contoh yang sederhana dari kriminalitas di media online yaitu penipuan dan banyak sekali yang terjadi kriminalitas selain penipuan dalam media social.
- 2) Terjadinya menejem waktu yang tidak efisien ketika media social tersebut tidak digunakan secara maksimal, misalnya untuk digunakan sebagai nge-Game online. Mungkin membuat waktu tersita secara tidak efektif.
- 3) Kencanduan dalam media online juga merupakan kekurangannya, karena kecanduan akan membahayakan diri. Contohnya tidak dapat memenejen waktu dengan baik dan diri akan terus terpacu untuk berkecimpung dalam media online. Alangkah baiknya agar dapat memenejemen waktu dengan baik, dan membiasakan diri.

6. Etika Dalam Menggunakan Media Sosial

Mengenai media social di era keterbukaan informasi ini sangat diperlukan juga Etika-etika yang terdapat di dalamnya, antara lain:

a. Berkata sopan

Maksudnya dalam berinteraksi di media social harus memiliki sikap dan

bahasa yang sopan. Agar tulisan tersebut tidak ada yang tersinggung ataupun tidak dinilai jelek oleh orang lain.

b. Usahakan memberi informasi yang penting

Informasi dalam media social memang pasti terjadi, namun ketika kita memberi informasi untuk orang lain itu harus diperhatikan berusaha hindari memberikan informasi yang tidak terlalu penting. Contohnya: banyak sekali orang yang memperbarui status di Facebook setiap kali sedang atau telah melakukan sesuatu, bahkan mencurahkan isi hatinya.

c. Memaksimalkan penggunaan media social

Media Sosial harus digunakan secara positif untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan dalam sebuah media social. Media social dapat dikembangkan

d. Penggunaan bahasa yang tepat

Maksudnya hampir sama dengan berkata sopan, penggunaan bahasa yang tepat sangat diperlukan. Agar mengetahui dimana saat santai dan serius. Gaya bahasa juga digunakan ketika orang berbahasa dengan sopan dan tepat kepada siapa dia berbicara, itu perlu diperhatikan.

7. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, *weblog*, *blog* sosial, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar, video, peringkat dan *bookmark* sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel *Horizons* Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan

Haenlein ada enam jenis media sosial :

a. Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun *me-remove* konten – konten yang ada di *website* ini..

b. Blog dan microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya *twitter*

c. Konten

Para *user* dari pengguna *website* ini saling meng-*share* konten – konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar, dan lain – lain. contohnya *youtube*.

d. Situs jejaring social

Aplikasi yang mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto – foto. contoh *facebook*

e. Virtual game world

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar – avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. contohnya *game online*.

f. Virtual social world

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual *game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya *second life*

B. Tinjauan Mengenai Youtube

1. Pengertian Youtube

YouTube perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content*, memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film *full-length*. Melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video online.

Budiargo (2015; hlm. 47) mengatakan, “*Youtube* adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web*”

YouTube terutama memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman homepage dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam video-nya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO). *Youtube* hari ini adalah anak perusahaan dari Internet pencari raksasa Google. Pada November 2006, *YouTube, LLC* dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google.

Perusahaan *youtube* berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan. *YouTube* berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama *YouTube* terletak di atas sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain *www.youtube.com* aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya.

Video pertama di *YouTube* berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Video ini diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini. *YouTube* menawarkan uji beta pada Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari.

Kebanyakan konten di *YouTube* diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan *YouTube*. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas.

Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan *YouTube* dan penjelajah web Chrome, sehingga video-video *YouTube* bisa ditonton di Google+. Bulan Desember 2011, *YouTube* meluncurkan antarmuka baru. Kanal video ditampilkan di kolom tengah halaman utama, sama seperti umpan berita situs-situs jejaring sosial. Pada saat yang sama, versi baru logo *YouTube* dipasang dengan bayangan merah yang lebih gelap. Inilah perubahan desain pertama mereka sejak Oktober 2006.

YouTube dikenal dengan slogan: *Broadcast Yourself*, yang merupakan situs video *sharing* yang menyediakan berbagai informasi berupa audio-visual.

Prakoso Kukuh (2009, hlm. 45) mengatakan “Pada tahun 2011, *YouTube* menduduki peringkat pertama untuk situs *video sharing*. Eksistensi situs ini yang mampu menarik perhatian masyarakat luas membuat Google Inc berani membeli *YouTube* senilai US\$ 1,65 miliar pada tahun 2006”.

Sedangkan perkembangan *YouTube* di Indonesia, *Head of Communications Consumer & YouTube* Indonesia, Putri Silalahi, mengatakan bahwa jumlah

penonton dan kreator video *online* di *YouTube* tumbuh dengan luar biasa di Indonesia. Durasi menonton orang di Indonesia bertambah 130% dari tahun 2014 ke 2015.

2. Bentuk Media *YouTube*

Bentuk media *YouTube* dapat digolongkan kedalam bentuk audio-visual, hal ini dikarenakan *YouTube* banyak berisikan video yang berupa gambar-gambar bergerak dan disertai dengan suara. Seperti yang dilansir oleh pihak yang mendirikan *YouTube*, *YouTube* berisikan video dengan format berkas FLV (Flash Video) yang merupakan bentuk format standar pengodean video yang di-upload oleh para pengguna *YouTube*.

Kelebihan Media *YouTube* Penggunaan *YouTube* sebagai media pembelajaran dimungkinkan karena *YouTube* memiliki beberapa keunggulan untuk dijadikan sebagai media pembelajaran. Menurut Ratna (2013) *YouTube* sebagai media pembelajaran memiliki beberapa keunggulan yakni:

a. Potensial

YouTube merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini yang mampu memberikan edit value terhadap pendidikan.

b. Praktis

YouTube mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan termasuk siswa dan guru

c. Informatif

YouTube memberikan informasi tentang perkembangan ilmu pendidikan, teknologi, dll

d. Interaktif

YouTube memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab bahkan mereview sebuah video pembelajaran.

e. Shareable

YouTube memiliki fasilitas link HTML, Embed kode video pembelajaran yang dapat di share di jejaring sosial seperti facebook, twitter dan juga blog/website.

f. Terdapatnya TeacherTube

Terdapat alternative lain yang merupakan bagian dari *YouTube* yakni teacherTube. Tahun 2007 lalu telah diluncurkan TeacherTube yaitu sebuah komunitas guru online untuk memposting dan melihat video buatan para pendidik.

3. Kelemahan Media *YouTube*

YouTube sebagai media pembelajaran tidak hanya memiliki keunggulan akan tetapi juga memiliki kelemahan yang merupakan tantangan bagi pengajar untuk dapat mengatasinya. Berikut ini beberapa kelemahan *YouTube* sebagai media pembelajaran yaitu:

a. Ketersediaan video

Tidak semua materi yang diajarkan di kelas terdapat videonya di dalam *YouTube*. Oleh karena itu sebelum memutuskan untuk menggunakan *YouTube* sebagai media pembelajaran pendidik harus memantau ketersediaan video di dalam *YouTube*. Beberapa video di *YouTube* juga hanya tersedia untuk rentang waktu tertentu.

b. Kualitas Konten

pendidik harus memperhatikan tanggal video untuk mengetahui bahwa informasi dalam video tidak ketinggalan jaman. bahwa kualitas isi video juga harus diperhatikan karena seringkali video dibuat perorangan tanpa batas dan seringkali video juga melanggar aturan kesusilaan karena menampilkan video yang tidak senonoh.

c. Proses Pencarian Video

Butuh keterampilan untuk dapat memilah dan memilih video apa yang akan kita gunakan dalam pembelajaran. Dalam proses pencarian video dapat dihasilkan

tampilan video yang terlalu banyak. Oleh karena itu salah satu cara untuk mempersempit pencarian adalah dengan fokus pada *username* yang meng-*upload* video.

C. Tinjauan Mengenai Perilaku Menyimpang

1. Pengertian Perilaku Menyimpang

Perilaku menyimpang adalah semua bentuk perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma sosial yang ada Amiek (1994, hlm. 30). Menurut Soetomo (2013, hlm. 94) menyatakan bahwa perilaku menyimpang dianggap menjadi sumber masalah sosial karena dapat membahayakan tegaknya sistem sosial.

Winsom (2000, hlm. 09) mengatakan namun ada juga teori yang mendukung penyimpangan sosial sebagai berikut:

Behavior atau perilaku bisa diartikan sebagai sebuah cara respon seseorang untuk beraksi, bertindak, terhadap objek baik itu benda maupun manusia yang memiliki sifat diferensial atau sifat yang berbeda. Perilaku harus dilihat dalam konteks referensi sebuah fenomena dan hal ini dapat dilihat dari referensi masyarakat atau benda yang bersifat baik dan buruk atau normal dan abnormal menurut masyarakat.

Menurut Soetomo (2013, hlm. 94) menyatakan “bahwa perilaku menyimpang dianggap menjadi sumber masalah sosial karena dapat membahayakan tegaknya system sosial. Perilaku menyimpang diidentifikasi ada dua tipe, yaitu perilaku penyimpangan murni dan perilaku penyimpangan terselubung”.

Teori Sosiologi Mengenai Perilaku Menyimpang

1) Teori Kontrol

Narwako (2007, hal. 116) teori ini menyatakan bahwa perilaku menyimpang merupakan hasil dari kekosongan kontrol atau pengendalian sosial.

2) Teori Konflik

Narwako (2007, ha. 17) Teori konflik adalah pendekatan terhadap perilaku menyimpang yang paling banyak diaplikasikan kepada kejahatan, walaupun juga digunakan dalam bentuk-bentuk penyimpangan lainnya.

3) Teori Fungsi

Mulyadi dkk (1995, hal. 57) dalam Emile. Durkheim tercapainya kesadaran moral dari semua anggota masyarakat karena faktor keturunan, perbedaan lingkungan fisik

Menurut Budirahayu (2013, hlm. 20) “faktor penyebab timbulnya perilaku menyimpang adalah karena sebagian orang menganggap bahwa suatu perilaku dikatakan menyimpang”.

menurut Rumiati (2006, hlm. 6) “Penyebab terjadinya perilaku penyimpangan“antara lain, adanya proses sosial yang dapat membentuk kepribadian individu secara negative Baik dari agen sosialisasi keluarga,teman sepermainan lingkungan sekolah, media massa, media cetak,

Menurut Rumiati (2006, hlm. 19) “perilaku menyimpang adalah tingkah laku yang melanggar, bertentangan, atau menyimpang dari aturan aturan yang berlaku.”

2. Bentuk-Bentuk Penyimpangan

Menurut Rumiati (2006, hlm. 26), jenis-jenis penyimpangan sosial yang terjadi dimasyarakat ada 2 kategori, yaitu :

1. Penyimpangan berdasarkan sifat.

Bentuk penyimpangan berdasarkan sifatnya dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

a. Penyimpangan bersifat positif

Penyimpangan bersifat positif adalah penyimpangan yang mempunyai

dampak positif terhadap system sosial karena mengandung unsur-unsur inovatif, kreatif, dan memperkaya wawasan seseorang. Penyimpangan seperti ini biasanya diterima masyarakat karena sesuai perkembangan zaman. Misalnya emansipasi wanita dalam kehidupan masyarakat yang memunculkan wanita karier.

b. Penyimpangan bersifat negatif

Penyimpangan bersifat negatif adalah penyimpangan yang bertindak kearah nilai-nilai sosial yang dianggap rendah dan selalu mengakibatkan hal yang buruk seperti pencurian, perampokan.

Bentuk penyimpangan yang bersifat negatif antara lain sebagai berikut :

(1) Penyimpangan primer (*primary deviation*)

Penyimpangan primer adalah penyimpangan yang dilakukan seseorang yang hanya bersifat temporer dan tidak berulang-ulang. Misalnya seorang siswa yang terlambat masuk sekolah karena ban sepeda motornya bocor, seseorang yang menunda pembayaran pajak karena alasan keuangan yang tidak mencukupi, atau pengemudi kendaraan bermotor yang sesekali melanggar rambu-rambu lalu lintas.

(2) Penyimpangan sekunder (*secondary deviation*)

Penyimpangan sekunder adalah perilaku menyimpang yang nyata dan seringkali terjadi, sehingga berakibat cukup parah serta mengganggu orang lain. Misalnya orang yang terbiasa minum-minuman keras dan selalu pulang dalam keadaan mabuk.

2. Penyimpangan berdasarkan pelakunya.

Bentuk penyimpangan berdasarkan pelakunya, dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut :

1). Penyimpangan individual (*individual deviation*)

Penyimpangan individual adalah tindakan yang dilakukan oleh

seseorang yang menyimpang dari norma-norma suatu kebudayaan yang telah mapan. Misalnya, seseorang bertindak sendiri tanpa rencana melaksanakan suatu kejahatan.

Penyimpangan individu berdasarkan kadar penyimpangannya dibagi menjadi lima, yaitu sebagai berikut :

- a. Pembandel, yaitu penyimpangan karena tidak patuh pada nasihat orang tua agar mengubah pendiriannya yang kurang baik.
- b. Pembangkang, yaitu penyimpangan karena tidak taat pada peringatan orang-orang.
- c. Pelanggar, yaitu penyimpangan karena melanggar norma-norma umum yang berlaku. Misalnya orang yang melanggar rambu-rambu lalu lintas pada saat di jalan raya.
- d. Perusuh atau penjahat, yaitu penyimpangan karena mengabaikan norma-norma umum sehingga menimbulkan kerugian harta benda atau jiwa di lingkungannya. Misalnya pencuri, penjambret, penodong, dan lain-lain.
- e. Munafik, yaitu penyimpangan karena tidak menepati janji, berkata bohong, berkhianat, dan berlagak membela.

2). Penyimpangan kelompok (*group deviation*)

Penyimpangan kelompok adalah tindakan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang tunduk pada norma kelompok yang bertentangan dengan norma masyarakat yang berlaku. Misalnya, sekelompok orang menyelundupkan narkoba atau obat-obatan.

3). Penyimpangan campuran (*combined deviation*)

Penyimpangan seperti itu dilakukan oleh suatu golongan sosial yang memiliki organisasi yang rapi, sehingga individu ataupun kelompok didalamnya taat dan tunduk kepada norma golongan dan mengabaikan norma masyarakat yang berlaku. Misalnya, remaja yang putus sekolah dan pengangguran yang frustrasi dari kehidupan masyarakat,

dengan dibawah pimpinan seorang tokoh mereka mengelompok kedalam organisasi rahasia yang menyimpang dari norma umum atau biasa disebut dengan (geng).

Horton (1984, hlm. 191) menyebutkan ciri-ciri penyimpangan sosial antara lain adalah:

a. Penyimpangan yang diterima dan yang ditolak

Para ahli sosiologi belum banyak melakukan studi menyangkut bentuk- bentuk penyimpangan yang diterima. Untuk tujuan praktis, studi sosiologi mengenai penyimpangan yang ditolak. Banyak perilaku menyimpang yang dilarang oleh hukum. Dalam banyak hal, studi terhadap perilaku menyimpang merupakan studi terhadap perilaku kriminal.

b. Penyimpangan yang relatif dan yang mutlak

Hampir semua orang dalam masyarakat kita malakukan penyimpangan pada batas-batas tertentu, hanya saja beberapa diantaranya lebih sering melakukan penyimpangan dan lebih tinggi kadar penyimpangannya, dan beberapa orang melakukan penyimpangan mereka lebih tersembunyi dari pada orang lain. Sampai batas-batas tertentu dapat dikatakan bahwa seorang menyimpang adalah orang yang melakukan penyimpangan secara terbuka yang oleh orang lain dilakukan secara sembunyi-sembunyi.

c. Penyimpangan terhadap budaya nyata atau budaya ideal

Kesenjangan nilai-nilai utama antara budaya ideal (apa yang diucapkan orang) merupakan masalah yang penting. Menyangkut kesenjangan yang dianggap penting tersebut, diperlukan adanya landasan dasar normatif yang berupa budaya ideal atau budaya nyata yang dipegang secara tersirat ataupun dinyatakan secara tegas.

d. Norma-norma penghindaran

Bila mana adat atau peraturan hukum melarang suatu perbuatan yang ingin sekali diperbuat oleh banyak orang, maka kemungkinan besar norma-norma penghindaran akan muncul. Norma tersebut merupakan pola perbuatan orang yang dilakukan untuk memenuhi keinginan mereka, tanpa harus menentang nilai tata kelakuan secara terbuka.

e. Penyimpangan bersifat *adaptif* (menyesuaikan)

Penyimpangan merupakan suatu ancaman, tetapi juga alat pemeliharaan stabilitas sosial. Disatu pihak masyarakat hanya dapat melakukan kegiatannya secara efisien bila terdapat ketertiban (keteraturan) dan kepastian dalam kehidupan sosial. Perilaku menyimpang mengancam ketertiban dan kepastian tersebut. Dilain pihak perilaku menyimpang merupakan salah satu cara untuk menyesuaikan kebudayaan dengan perubahan sosial.

D. Kerangka Pemikiran

Media sosial *youtube* digemari oleh masyarakat untuk berbagai macam sarana. Baik untuk sekedar melihat video atau pun mengunggah video kedalam *youtube*. *youtube* sendiri memiliki banyak manfaat, diantaranya adalah untuk mencari film, melihat musik, video terbaru, dan lain sebagainya. tidak lepas dari itu *youtube* juga memiliki kekurangan misalnya kurang penyaring antara video yang mencerminkan citra negatif karena untuk pengambilan dan mengunggah dalam bentuk video tidak ada batasan khusus jadi masyarakat dapat secara bebas mengunggah video dari *youtube*. media sosial ini sangat menarik untuk dibahas karena banyak hal yang menjadi pro dan kontra pada situs ini. tidak sedikit masyarakat yang telah mengakses situs ini, terlebih lagi para remaja kalangan Sekolah menengah Atas sampai mahasiswa sering sekali mengakses situs ini.

Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa *YouTube* sebagai sarana penyaluran bakat, namun adapula dari situs ini sebagian masyarakat

memanfaatkannya sebagai ajang kreativitas. persepsi orang mengenai media sosial *YouTube* berbeda-beda karena fungsi yang paling utama dalam media ini adalah mengaplikasikan suatu objek agar dapat disaksikan oleh para pengguna media tersebut.

Dalam era globalisasi ini teknologi semakin maju, tidak dapat dipungkiri hadirnya internet semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dsb. Kesempatan ini juga dimanfaatkan oleh *vendor smartphone* serta tablet murah yang menjamur dan menjadi *trend* . Hampir semua orang di Indonesia memiliki *smartphone*, dengan semakin majunya internet dan hadirnya *smartphone* maka media sosial pun ikut berkembang pesat.

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat *web page* pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast* , maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. namun kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul.

E. Asumsi Dan Hipotesis

1. Asumsi

Menurut PPKI (2000, hlm. 12) “asumsi penelitian ini adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang di jadikan pijakan berpikir dalam melakukan penelitian”.

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan beberapa asumsi dasar sebagai berikut:

- a. terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya penyimpangan perilaku siswa ketika mengakses situs media sosial *youtube*.
- b. kurangnya pengawasan orang tua dalam mengawasi siswa ketika mengakses situs *youtube*
- c. kemudahan siswa ketika mengakses situs *youtube* sehingga dengan mudahnya siswa berselancar di media sosial *youtube* dengan bebas
- d. munculnya dampak perilaku menyimpang ketika siswa setelah mengunjungi situs *youtube*.

2. Hipotesis

Menurut PPKI (2000, hlm. 12) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis di anggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Sehubungan dengan permasalahan ini yaitu pengaruh tayangan media sosial *youtube* terhadap perkembangan perilaku menyimpang siswa di Sma Indonesia Raya Bandung maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha: ada pengaruh yang signifikan ketika siswa mengakses *youtube* terhadap penyimpangan perilaku negatif siswa antara pengaruh tayangan media sosial *youtube* terhadap perkembangan perilaku menyimpang siswa di SMA Indonesia Raya Bandung.

Ho: tidak ada pengaruh yang signifikan ketika siswa mengakses *youtube* terhadap penyimpangan perilaku negatif siswa antara pengaruh tayangan media sosial *youtube* terhadap perkembangan perilaku menyimpang siswa di SMA Indonesia Raya Bandung.

Hipotesis yang akan di ajukan akan di uji kebenarannya dengan bantuan statistik dengan data-data yang terkumpul.

