

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kehidupan masyarakat zaman sekarang ini, yang semakin modern, menyebabkan perkembangan teknologi yang semakin maju pula. Perkembangan teknologi ini menjadikan komunikasi sebagai suatu kebutuhan yang memegang peranan penting dalam kehidupan terutama dalam upaya proses penyampaian pesan. Komunikasi merupakan suatu proses atau kegiatan dalam menyampaikan informasi yang berupa pesan, ide, maupun gagasan, dari salah satu pihak kepada pihak yang lain, baik dilakukan dengan cara langsung maupun cara tidak langsung. Salah satu bentuk penyampaian pesan komunikasi yang tercepat adalah melalui pesan yang disebarkan dengan menggunakan media massa. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media, baik media elektronik ataupun media cetak sebagai upaya proses penyampaian pesan yang dikirim dari sumber terlembaga kepada khalayak yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar baik itu melalui media massa elektronik (radio dan televisi) ataupun media cetak (surat kabar, tabloid, majalah) dan juga film. Artinya sebuah media massa dapat menimbulkan keserempakan, karena pesan yang sama dapat diterima dalam waktu yang sama oleh komunikan yang jumlahnya terhitung besar dan tersebar secara luas, sehingga informasi yang disebarkan biasanya dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun tanpa terkecuali.

Pada saat sekarang ini, media massa sudah semakin berkembang, dimana saat ini manusia sudah hidup di zaman digitalisasi yang akan mempermudah manusia dalam mendapatkan informasi. Berkembangnya media saat ini ditandai dengan adanya penemuan internet yang mana saat ini internet sudah menjadi bagian hidup dari masyarakat luas, terutama untuk sebuah media yang menggunakan akses jaringan internet (media *online*). Media online adalah sebuah media baru (new media) yang memiliki cara berbeda dalam penyampaian informasinya dibandingkan dengan media konvensional yang sudah ada dari sejak lama, baik berupa media cetak maupun media elektronik. Media online pada dasarnya merupakan sebuah media yang bergantung akan adanya perangkat yang berbasis komputer serta adanya koneksi jaringan internet jika ingin mencari ataupun menerima suatu informasi. Internet memiliki karakter tidak terbatas, sehingga menyebabkan penggunaannya dapat menggunakan internet secara bebas sebagai media untuk melakukan komunikasi. Berdasarkan penggunaannya, media online dapat pula diartikan dengan sebuah situs berita atau kegiatan praktik jurnalistik tertulis dengan cara mempublikasikannya melalui internet. Dengan berkembangnya internet yang kian semakin menguasai sektor kehidupan masyarakat, menyebabkan media massa memanfaatkan kesempatan ini.

Media baru pada tahun 1969 mulai diperkenalkan oleh Marshall McLuhan. Menurutnya media baru adalah sebuah perkembangan teknologi untuk lebih meluaskan jangkauan komunikasi bagi manusia, yang dapat

menimbulkan efek budaya yang cukup luas, sulit untuk diprediksi, dan dapat mengganggu serta mengubah tatanan hidup manusia.

Media baru memiliki fungsi guna menjelaskan munculnya media bersifat digital, memiliki jaringan, dan terkomputerisasi. Jaringan dari adanya media baru juga dapat memungkinkan bagi penggunanya untuk bisa mengakses informasi kapan pun dan di mana pun. Para pengguna juga dapat melakukan interaksi dengan media lain atau pengguna lain dengan adanya *feedback* (umpan balik) yang nantinya diberikan. Konten yang berupa informasi pun tidak hanya dibuat oleh media, akan tetapi yang menjadi penggunanya juga dapat membuat konten informasi melalui media baru, yang di mana media baru memiliki sifat bebas. Saat ini, yang mampu memegang kendali atas tersebarnya informasi bukan hanya media saja, akan tetapi khalayak juga turut menjadi pemegang kendali atas pendistribusian dan pengonsumsi konten di dalam media baru.

Mengutip dari wikipedia, Media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi guna menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung dalam jaringan. Fenomena munculnya media baru tentunya tidak akan terlepas dari adanya perkembangan teknologi komunikasi, sehingga memudahkan manusia dalam mengakses suatu informasi yang ada didalamnya. Dengan hadirnya teknologi baru ini, maka akan menggeser teknologi lama. Media baru yang bermunculan banyak sekali, diantaranya yaitu facebook, twitter, google+, instagram, youtube, opera mini, dan masih banyak lagi.

Perubahan dari media lama menuju media baru memberi perubahan di dalam media massa dan kegiatan jurnalisme. Perubahan teknologi ini ternyata memberikan perubahan yang sangat besar di dalam kegiatan jurnalisme, dimana saat ini masyarakat dapat melakukan kegiatan jurnalisme yang disebut dengan *netizen journalism*. Adapun *netizen journalism* merupakan perpindahan istilah dari *citizen journalism* yang memiliki makna yaitu bentuk aktivitas jurnalisme oleh masyarakat internet atau biasa disebut netizen. *Netizen journalism* (jurnalisme warga) merupakan aktivitas partisipasi aktif oleh masyarakat di dalam aktivitas mengumpulkan, melaporkan, menganalisis serta menyampaikan informasi serta berita. pada jurnalisme warga ini, masyarakat bukan hanya menjadi penikmat media saja tetapi juga dapat terlibat langsung di dalam proses pengelolaan informasi itu sendiri. Keterlibatan itu meliputi kegiatan membuat, mengawasi, mengoreksi, menanggapi, atau hanya sekadar memilih informasi yang akan dibaca. Oleh karena itu, dijelaskan jika jurnalisme warga atau *netizen journalism* bukan hanya menyediakan tempat namun juga memberikan saran dan mendorong para pembaca untuk ikut terlibat di dalamnya. *Netizen journalism* mampu memberi pemahaman yang dinilai lebih akurat terhadap sebuah konflik, sehingga akan lebih dapat membantu terbentuknya resolusi perdamaian dari konflik tersebut (Hauben, 2014). Terbukanya jalan terhadap informasi yang tersedia akibat hasil adanya *netizen journalism*, yang diyakini mampu memberikan suatu manfaat yang besar untuk masyarakat. Karena bagaimanapun, berkat adanya orang-orang tersebut meskipun bukan jurnalis

terlatih, mampu memberikan informasi yang mungkin masih memakai bahasa polos dengan tidak melalui adanya proses editing (Syarifah, 2015: 28). Meskipun demikian, bukan tidak mungkin budaya baru di dalam media baru ini tidak akan menimbulkan masalah baru. Mengutip pendapat dari Tamburaka, sedikitnya ada empat hal yang akan menjadi masalah di dalam aktivitas jurnalisme yang dilakukan oleh netizen, yakni fakta informasi, akurasi data, pertanggungjawaban pembuat berita, serta etika media (Fitri 2016: 246). Masalah tersebut mungkin akan lebih bahaya intensifikasinya bila netizen itu menyebarkannya di media sosial, karena bila seorang jurnalis yang profesional menggunakan KEJ (Kode Etik Jurnalistik) di dalam melakukan tugas kewartawanannya, dan berbeda jika yang dilakukan netizen dalam melakukan kegiatan jurnalisme.

Media baru yang saat ini menjadi tren di masyarakat adalah youtube, kini penggunaannya sudah sangat banyak mulai dari remaja hingga dewasa. Youtube merupakan situs web untuk berbagi video yang mulai muncul sekitar tahun 2005. Situs web ini juga dapat memungkinkan para penggunanya untuk mengunggah, menonton, bahkan berbagi video. Kantor pusat perusahaan youtube berada di San Bruno, California. Saat ini youtube sudah menjadi konsumsi publik disemua kalangan, baik itu menengah ke bawah ataupun menengah ke atas. Ini dikarenakan internet bisa diakses dimana pun dan kapan pun, serta semakin banyak alat untuk mengakses intrnet maka semakin mudah juga khalayak untuk mengkonsumsi media ini. Teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 dipakai youtube untuk menampilkan konten-

konten video (*content creator*), yang didalamnya juga termasuk klip sebuah film, klip TV, hingga video musik. Bahkan, konten yang bersifat amatir pun misalnya blog video, video pendek, dan juga video tentang pendidikan pun ada di dalam situs youtube ini. Rata-rata konten yang ada pada situs youtube merupakan konten pribadi unggahan individu. Bagi pengguna yang belum memiliki akun youtube, mereka hanya bisa menonton video saja, sedangkan bagi pengguna yang telah memiliki akun bisa mengunggah video nya dengan jumlah yang tidak terbatas.

Banyak sekali *content creator* yang menggunakan media youtube sebagai sarana dalam menuangkan ide juga sebagai wadah untuk meningkatkan kreativitasnya (Shera Aske dan Sukendro, 2018). *Content creator* adalah orang yang memiliki kreativitas dalam menuangkan ide yang berupa informasi untuk disampaikan kepada masyarakat yang dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik dan membuat orang lain penasaran. Berbagai konten yang diunggah pada media YouTube biasanya mudah untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan dari video yang diunggah. YouTube menjadi media tren yang memungkinkan akan berdampak negatif untuk penontonnya yang jika konten tersebut isinya mengandung unsur-unsur yang tidak mendidik, karena tidak semua *content creator* youtube memberikan konten yang mendidik pada video yang diunggahnya. Konten dengan unsur yang kurang mendidik jika diserap serta diaplikasikan di dalam kehidupan nyata tanpa adanya pertimbangan yang matang bisa saja membahayakan perilaku yang menonton video tersebut, karena masih banyak masyarakat

khususnya kalangan remaja yang menggunakan youtube untuk pedoman bagi mereka di dalam melakukan suatu tindakan. Saat ini dibutuhkan konten yang mampu menyampaikan pesan yang mengedukasi serta terdapat nilai-nilai kebaikan didalamnya sehingga akan berdampak baik pada penonton saat mengkonsumsi informasi yang diberikan. Youtube juga sebagai salah satu media yang memiliki fungsi memberikan hiburan serta sarana untuk menyampaikan informasi, youtube juga berfungsi untuk memberikan tayangan yang mendidik. Di dalam setiap konten youtube akan sangat berharga jika setiap informasi yang disampaikan akan menjadi penambah wawasan dari penontonnya, dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan respon sebagai bahan acuan dalam berperilaku dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan masyarakat. Sebagai konten yang sifatnya mudah dibuat serta bebas dalam berekspresi, sebuah konten harusnya menjadi sebuah sarana kreatif untuk para pembuat konten ataupun yang menjadi penontonnya. Tetapi pada kenyataannya, banyak konten yang justru menimbulkan kontroversi di masyarakat karena dinilai sudah menyalahi aturan yang berlaku di Indonesia.

Biasanya untuk meningkatkan sebuah popularitas, maka tidak jarang pula sebagian besar orang-orang akan menempuh cara apapun untuk mendapat perhatian dari publik, misalnya membuat konten yang kontroversial. Konten dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sebuah informasi yang ada pada sebuah media ataupun produk elektronik sedangkan pengertian kontroversial sendiri dalam KBBI adalah

sesuatu yang sifatnya menimbulkan perdebatan. Jadi jika dilihat dari kedua pengertian tersebut konten kontroversial adalah sesuatu hal yang tersedia pada media sosial tetapi keberadaannya akan menimbulkan banyak perdebatan bagi masyarakat yang melihat konten tersebut, karena akan menimbulkan pro dan kontra akibat dari perbedaan pola pemikiran setiap orangnya. Selain itu, konten *settingan* juga biasanya akan memicu sebuah kontroversi bagi penontonnya, karena akan mengundang perhatian khalayak akibat dari perilaku diluar batas kewajaran yang ada pada setiap adegan yang ditampilkan. Hal ini terbukti dari banyaknya respon publik terhadap konten tersebut. Konten *settingan* merupakan sebuah konten yang segala sesuatunya telah diatur oleh pembuat konten.

Tingkat kontroversial dari sebuah konten akan berpengaruh pula terhadap tinggi rendahnya popularitas yang bisa dicapai oleh *content creator*, karena pada dasarnya prinsip yang digunakan beberapa *content creator* adalah meraih popularitas merupakan bukti pencapaian dari sesuatu yang telah dibuatnya. Penilaian dunia industri kini terhadap meningkatnya interaksi yang ada dalam sebuah konten, dijadikan tolak ukur sebagai satu diantara banyaknya komponen penting yang berguna untuk mendukung suksesnya sebuah konten, baik itu berupa peningkatan jumlah penonton, banyaknya komentar yang terdapat pada konten, hingga respon yang didapat baik bersifat positif ataupun negatif.

Namun di lain sisi, *content creator* yang secara sengaja membuat sebuah konten guna menuai kontroversi, memiliki tujuan untuk mendapat

keuntungan yang sudah jelas akan menjadi kepuasan bagi dirinya pribadi, dimana mereka akan memperoleh “*adsense*” pada konten di *platform* youtube mereka. Oleh karena itu, hal ini dapat memberikan seorang *content creator* penghasilan lebih banyak dibanding penghasilan sebelumnya.

Channel youtube podcast milik Babeh Aldo salah satunya, menuai kontroversi di masyarakat mengenai tayangan podcast yang diunggah pada youtube nya, disana Babeh Aldo membicarakan masalah mengenai covid-19 dengan bintang tamunya dari sisi kedokteran. *Podcast* secara sederhana mengandung arti sebagai sebuah materi yang ada di internet dan secara otomatis dapat dipindahkan ke sebuah komputer ataupun media pemutar portable lainnya baik itu secara gratis maupun berlangganan (Fadilah, Yudhapramesti, dan Aristi, 2017). *Podcast* merupakan rekaman diskusi yang bentuknya audio yang biasanya membahas sesuatu hal atau topik tertentu, sementara itu ada juga *podcast* yang bentuknya bersifat audio dan visual yang dapat ditemukan juga diakses melalui situs youtube. Salah satu contohnya yaitu pada *video podcast* bersama Dr. Lois Owien yang dinilai menyebarkan informasi bohong, karena dalam video Dr. Lois Owien menyatakan bahwa kematian pasien covid itu akibat interaksi antar obat. Maka, pada penelitian ini peneliti akan membahas kontroversi dalam media baru untuk menganalisis konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang diunggah Pada 10 Juli 2021.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya dan agar lebih terpusat pada masalah yang akan dibahas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah “**Makna Kontroversi dalam Media Baru (Analisis Semiotika Konten Youtube Podcast Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021)**”

1.3 Pertanyaan penelitian

- 1) Bagaimana penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang disampaikan dalam konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021?
- 2) Bagaimana pemaknaan eksternal realitas pada konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang disampaikan dalam konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021
- 2) Mengetahui pemaknaan eksternal realitas pada konten youtube *podcast* Babeh Aldo Bersama Dr. Lois Owien yang Diunggah Pada 10 Juli 2021

1.4.2 Manfaat Penelitian

1.4.2.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan kajian yang memberikan kontribusi keilmuan dan memperluas wawasan bagi bidang ilmu komunikasi, dan juga untuk memberikan gambaran dalam membaca makna yang terkandung dalam sebuah konten *podcast* yang ada di situs youtube melalui kacamata semiotika Ferdinand De Saussure.

1.4.2.2 Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dan bahan pertimbangan pada penelitian dengan permasalahan serupa terkait Analisis Semiotika.
- 2) Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai penelitian komunikasi dengan menggunakan pendekatan analisis semiotika pada sebuah konten di media baru khususnya youtube.