

BAB II

KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 *Riview* Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis merupakan kumpulan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian melakukan beberapa *review* atau tinjauan dengan penelitian sejenis yang sebelumnya sudah ada, dengan melakukan *review* penelitian sejenis seperti ini merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dijadikan suatu rujukan karena dapat menjadi acuan bagi peneliti dalam penyusunan penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang peneliti untuk melakukan penelitian ini:

1. Rica Almadhan, Tahun 2023, Universitas Telkom Bandung, Melakukan penelitian yang berjudul “Fenomena *Self Disclosure* Di Media Sosial: Studi Selebgram Wendy Walters Pada Konten Vlog YouTube Luna Maya”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Self Disclosure* yang ditampilkan dalam konten Vlog YouTube Luna Maya. Sehingga hasil penelitian ini adalah untuk menunjukkan fenomena *Self Disclosure* yang terjadi di dalam konten Vlog YouTube Luna Maya ‘WENDY APA KABAR?’ Metode yang digunakan yaitu metode Kualitatif dengan menggunakan teori *Self Disclosure* DeVito (1997). Perbedaan dari peneliti yang dibuat yaitu, Penelitian ini mengkaji bagaimana pengungkapan diri

atau *Self Disclosure* di media sosial khususnya di dalam konten Vlog YouTube Luna Maya. *Self Disclosure* yang terjadi di dalam konten Vlog YouTube Luna Maya. Melalui konten Vlog berjudul ‘WENDY APA KABAR?’. Wendy Walters Selaku bintang tamu melakukan keterbukaan kepada Luna Maya yaitu dengan menceritakan masalah rumah tangga yang sedang menyimpannya. Selanjutnya Luna Maya Selaku pemilik akun *channel* mencoba mengarahkan ke arah *Self Disclosure* dengan pertanyaan terkait hubungan Wendy Walters dengan suaminya. Luna Maya dan Wendy Walters membicarakan permasalahan yang sifatnya privasi sehingga termasuk kedalam *Self Disclosure*. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi video Wendy Walters pada konten Vlog YouTube Luna Maya, didukung dengan informasi tambahan media sosial lainnya.

2. Abda Dihakho Urfa, 2023 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Pada *Channel* YouTube Gaming Miawaug”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Analisis Resepsi *Channel YouTube Gaming* Miawaug. Pada teknik analisis data penelitian ini, peneliti menganalisis data penelitian dengan menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yaitu dengan melakukan reduksi, kemudian penyajian (*display*), dan penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data yang diperoleh dari hasil

wawancara secara mendalam, hasil dokumentasi maupun hasil observasi. Perbedaan penelitian yang dibuat yaitu, penelitian ini mengkaji *Channel YouTuber gaming* milik MiawAug dimana kehadiran *YouTuber Gaming* populer pada tahun 2018 karena adanya fenomena E-Esport sebagai arena kompetisi dalam cabang olahraga yang dipertandingkan di Asian Games 2018, Analisis resepsi dirasa paling tepat untuk digunakan dalam penelitian ini, karena analisis resepsi memfokuskan pada proses bagaimana audiens memaknai pesan media serta responnya dalam proses komunikasi massa, dan bagaimana audiens menginterpretasikan pesan media yang dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu, Pemaknaan Dominan, Pemaknaan Negosiasi, dan Pemaknaan Oposisi.

3. Muhammad Rafif Medazeldio, Tahun 2024, Universitas Telkom Bandung, Melakukan penelitian yang berjudul “Fenomena Game Online Mobile Legends Pada Alumni Santri (Studi Fenomenologi Pondok Pesantren Al-Hamid Dalam Komunikasi Interpersonal). Tujuan penelitian ini adalah memahami dan mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal para pemain mobile legends bang bang pada alumni santri Pondok Pesantren AL-Hamid di Kota Jakarta Timur. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi. Menurut (Abdussamad, 2021:30) Pada penelitian kualitatif tentunya memiliki beberapa jenis atau pendekatan penelitian. Salah satunya yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan pendekatan atau jenis penelitian kualitatif studi

fenomenologi. Dalam penelitian melakukan pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi terhadap alumni santri pesantren Al-Hamid yang bermain Mobile Legends dan data sekunder melalui data pendukung yang diperoleh dari studi pustaka.

4. Anis Ma'rifatun Nisaa, Tahun 2023, Universitas Telkom Bandung, Melakukan penelitian yang berjudul “Fenomena Menonton Virtual YouTuber Kobo Kanaeru” (Studi Fenomenologi Pada Generasi Z Pengikut *Channel* Kobo Kanaeru di Indonesia). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengalaman yang dimiliki oleh Generasi Z dalam menonton VTuber Kobo Kanaeru. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2016) metode penelitian kualitatif berfokus dalam memaknai suatu masalah sosial. Proses penelitian kualitatif dilakukan dengan pengumpulan data, analisis data, dan laporan penelitian dan hasil penelitian dapat dikembangkan selama proses penelitian. Peneliti merupakan kunci utama dalam proses penelitian kualitatif.
5. Ichsan Hadiwibowo, Tahun 2021, Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi, Melakukan penelitian yang berjudul “Gaya Komunikasi YouTuber MiawAug Terhadap Minat Penonton Channel “MiawAug”. Penelitian ini meneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya

komunikasi YouTuber MiawAug terhadap minat penonton channel MiawAug. Terdapat YouTuber game yang memiliki banyak subscriber serta penonton, tanpa pernah melakukan hal atau ucapan yang buruk, dia adalah Reggie Prabowo atau biasa dikenal dengan MiawAug. Saat ini MiawAug telah memiliki subscriber sebanyak 16 juta orang. YouTube adalah *platform* media sosial yang digunakan untuk menonton video dengan berbagai konten di dalamnya, seperti tutorial, prank, podcast, vlog, film, video klip, musik, dan game. YouTube memberikan kebebasan bagi para penggunanya untuk memilih serta menonton video yang sesuai selera mereka dan memberikan kesempatan bagi para YouTuber atau content creator untuk berkreasi di dalamnya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan cara sampling yaitu purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama & Judul Penelitian	Teori & Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan & Persamaan
Rica Almadhan “Fenomena <i>Self Disclosure</i> Di Media Sosial: Studi Selebgram	Teori <i>Self Disclosure</i> DeVito (1997). Metode Kualitatif Studi Fenomenologi	Penelitian ini mengkaji bagaimana pengungkapan diri atau <i>Self</i>	Perbedaan pada penelitian ini yaitu Teori dan Fokus penelitian bagaimana

<p>Wendy Walters Pada Konten Vlog YouTube Luna Maya”</p> <p>Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi & Ilmu Sosial Universitas Telkom Bandung 2023</p>		<p><i>Disclosure</i> di media sosial khususnya dalam konten Vlog YouTube Luna Maya. Melalui konten Vlog berjudul ‘WENDY APA KABAR?’, Wendy Walters Selaku bintang tamu melakukan keterbukaan kepada Luna Maya yaitu dengan menceritakan masalah rumah tangga yang sedang menyimpannya. Selanjutnya Luna Maya Selaku pemilik akun channel mencoba mengarahkan ke arah <i>Self Disclosure</i> dengan</p>	<p>pengungkapan diri atau <i>Self Disclosure</i></p> <p>Persamaan pada penelitian ini yaitu mengkaji pada suatu studi Fenomenalogi pada <i>Platform</i> YouTube</p>
---	--	--	---

		<p>pertanyaan terkait hubungan Wendy Walters dengan suaminya.</p> <p>Interaksi tersebut pun terus terjalin dengan jawaban Wendy Walters. Luna Maya dan Wendy Walters membicarakan permasalahan yang sifatnya privasi sehingga termasuk kedalam <i>Self Disclosure</i>. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari hasil observasi video Wendy Walters pada konten Vlog YouTube Luna Maya,</p>	
<p>Abda Dihakho Urfa</p> <p>“Analisis</p>	<p>Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini menganalisis pada <i>channel</i> YouTube</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini yaitu kajian yang</p>

<p>Resepsi Pada Channel YouTube Gaming Miawaug”</p> <p>Program Studi Komunikasi Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2023</p>	<p>Pendekatan Analisis Resepsi</p>	<p>Gaming MiawAug, Dalam YouTube terdapat beberapa konten video salah satunya yaitu konten game. Begitu banyak content creator game yang ada di Indonesia. Dengan adanya para gamers di YouTube bisa menambah referensi game penonton YouTube yang menyukai game. Peneliti mengamati bahwa penyuka game tidak hanya orang dewasa saja tetapi anak-anak para remaja pun juga menggemari game.</p>	<p>digunakan pendekatan Analisis Resepsi</p> <p>Persamaan penelitian ini yaitu penggunaan metode kualitatif dan subjek pada YouTube Gaming</p>
---	------------------------------------	--	--

		Salah satu gamers yang sangat populer saat ini adalah Miawaug atau dengan nama asli Reggie Prabowo Wongkar. Dalam <i>channel</i> YouTube miawaug terdapat banyak sekali review game yang dia unggah, Mulai dari game luar negeri maupun dalam negeri yang dia unggah.	
Muhammad Rafif Medazeldio, “Fenomena Game Online Mobile Legends Pada Almni Santri (Studi Fenomenologi Pondok	Teori Komunikasi Interpersonal De Vito (2022) Dengan Menggunakan Metode Kualitatif Studi Fenomenologi	Penelitian ini ingin meneliti fenomena <i>game online</i> Mobile Legends yang terjadi pada alumni santri podok pesantren Al-Hamid, khususnya dalam komunikasi interpersonal.	Perbedaan pada penelitian ini adalah pada Teori Komunikasi Interpersonal milik De Vito melalui <i>game online</i> Mobile Legends pada Alumni Santri

<p>Pesantren Al-Hamid Dalam Komunikasi Interpersonal)”</p> <p>Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Ilmu Sosial Universitas Telkom Bandung 2024</p>		<p>Pondok pesantren Al-Hamid merupakan Salah satu tempat untuk mencari ilmu pendidikan formal atau non-formal dengan mengikuti Syariat agama Islam. Menurut (Ana Yunita, 2024) (dalam website haijakarta) Pondok Pesantren Al-Hamid memiliki keunggulan urutan pertama sebagai pondok pesantren terbaik di Jakarta (Ana Yunita, 2024) Pondok pesantren Al-Hamid juga merupakan salah satu pondok pesantren di</p>	<p>Persamaan penelitian ini yaitu pada studi Fenomenologi dan Gaya Komunikasi</p>
---	--	---	---

		bawah naungan Nahdlatul Ulama (NU).	
<p>Anis Ma'rifatunnisaa</p> <p>“Fenomena Menonton Virtual YouTuber Kobo Kanaeru” (Studi Fenomenologi Pada Generasi Z Pengikut Channel Kobo Kanaeru di Indonesia)</p> <p>Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Ilmu Sosial</p>	<p>Teori Fenomenologi Alfred Schutz & Metode Kualitatif Studi Fenomenologi</p>	<p>Penelitian ini meneliti Fenomena kepada generasi Z yang mengikuti <i>channel</i> YouTube Kobo Kanaeru, karena menurut peneliti generasi Z lebih sering menggunakan internet untuk mengkonsumsi konten hiburan melalui game. Mengidentifikasi kegiatan, nilai seseorang atau karakteristik dan hasilnya akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Objek penelitian dalam penelitian</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini yaitu objek yaitu dalam menonton <i>Vtuber</i> Kobo Kanaeru</p> <p>Persamaan pada penelitian ini yaitu pada studi Fenomenologi dalam menonton <i>Channel</i> YouTube dan metode yang digunakan</p>

<p>Universitas Telkom Bandung 2023</p>		<p>ini adalah Vtuber Kobo. Kanaeru yang memiliki karakter pembawaan <i>toxic</i>, Akibat perilaku <i>toxic</i>-nya, Kobo Kanaeru mendapatkan gelar "Lord Bocil Kematian" dari penggemarnya. Bocil sendiri merupakan singkatan dari bocah cilik atau anak kecil. Istilah bocil kematian biasanya mengacu pada anak kecil yang toxic atau berisik yang dipopulerkan oleh streamer game YouTube Windah Basudara</p>	
---	--	--	--

<p>Ichsan Hadiwibowo “Pengaruh Gaya Komunikasi YouTuber MiawAug Terhadap Minat Penonton Channel MiawAug” Universitas Gunadarm Fakultas Ilmu Komunikasi 2021</p>	<p>Teori S-O-R (Stimulus Organism Response) Dengan Menggunakan Metode Kuantitatif</p>	<p>Penelitian ini meneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya komunikasi YouTuber MiawAug terhadap minat penonton channel MiawAug. Terdapat YouTuber game yang memiliki banyak subscriber serta penonton, tanpa pernah melakukan hal atau ucapan yang buruk, dia adalah Reggie Prabowo atau biasa dikenal dengan MiawAug. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh gaya komunikasi MiawAug</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada Teori yang digunakan yang dimana menyebarkan kusioner Persamaan penelitian ini yaitu pada gaya komunikasi penonton <i>channel</i> YouTuber Gaming pada <i>platform</i> YouTube</p>
---	---	--	---

		terhadap minat penonton channel 'MiawAug' & pengaruh gaya komunikasi dan minat memiliki hubungan yang positif.	
--	--	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi berasal dari Bahasa Latin yaitu "*Communication*" yang artinya berpartisipasi atau memberitahukan. Kemudian dalam Bahasa Latin lainnya "*Communicates*" yang berarti berbagi ataupun bersama. Lalu yang terakhir komunikasi dalam bahasa Latin "*communis*" yang memiliki arti bersama atau berlaku dimana-mana, sehingga kata dari *communis opinio* mempunyai arti dari pendapatan umum maupun pendapatan mayoritas (Liliweri, Alo. 1991:3).

Menurut Hovland, Janis, dan Kelley yang dikutip oleh Rismawaty (2014, hlm. 67) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (*Welcome To The World Of Communications*), "Komunikasi adalah suatu proses di mana seorang komunikator menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kalimat) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behaviour of other individuals*).

Sedangkan definisi oleh Harlod D. Lasswell menjelaskan bahwa dengan cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan dari komunikasi adalah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan apa yang disampaikan, melalui saluran apakah, kepada siapa, dan apa pengaruhnya?”

Adapun paradigma Lasswell dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yaitu:

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)

Komunikator merupakan pelaku utama dari yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi dan yang memulai suatu komunikasi untuk menyampaikan pesan baik individu, kelompok, organisasi.

2. Pesan (*message*)

Pesan dalam suatu komunikasi itu tidak terlepas dari simbol dan kode, karena pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima terdiri atas informasi berupa rangkaian simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai dan juga gagasan.

3. Media (*channel*)

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan secara langsung tatap muka maupun tidak langsung melalui media cetak dan elektronik.

4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)

Merupakan penerima, sasaran, pendengar, penonton, decoder, atau khalayak. Komunikasi juga bisa dimulai dari individu, kelompok dan Masyarakat.

5. *Effect (effect, impact, influence)*

Dampak atau pengetahuan yang terjadi pada komunikasi setelah menerima pesan dari sumber, seperti terjadinya perubahan dan perbedaan sikap, bertambahnya pengetahuan.

Dari semua unsur komunikasi yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa sebuah proses komunikasi itu memiliki beberapa unsur yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dan jelas.

2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Sesuai dengan konsep komunikasi Lasswell dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu pengantar yaitu “Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjadikan siapa? Mengatakan apa ? Dengan saluran apa ? Kepada siapa? Dengan akibat atau hasil apa? (*who? Says what? In which channel? To whom? With what effect*)” (Effendy, 2004) Berdasarkan definisi tersebut terdapat lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain diantaranya yaitu:

1. *Who?* (siapa/sumber)

Sumber/komunikator adalah perilaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa secara individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.

2. *Says what* (pesan)

Pesan atau message adalah isi atau apa yang dikomunikasikan oleh sumber atau source kepada receiver atau penerima, dan pesan ini juga seperangkat dari simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili dari gagasan, perasaan ataupun maksud dari sumber tadi.

3. *Channel* (Saluran)

Saluran atau channel merupakan sebuah alat atau wahana yang digunakan oleh sumber dalam menyampaikan pesannya kepada penerima, saluran yang dibuat ini bisa jadi merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan apakah saluran verbal atau saluran non verbal.

4. *Receiver* (Penerima)

Penerima atau receiver memiliki sebutan lain seperti penafsir (*interpreter*), pendengar (*listener*), penyandi-balik (*decoder*), khalayak (*audience*), komunikate (*communicate*), hingga sasaran atau tujuan (*destinator*) yaitu orang yang menerima pesan dari sumber.

5. *Effect* (Efek)

Dampak atau pengaruh yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan dari sumber, seperti terjadinya perubahan dan perbedaan sikap, bertambahnya pengetahuan dll.

Dari semua unsur komunikasi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa sebuah proses komunikasi itu memiliki beberapa unsur yang membuat komunikasi itu akan berjalan dengan baik dan jelas.

2.2.3 Proses Komunikasi

Menurut Robert T. Craig dalam *artikelnya "Communication Theory as a Field"* (1999), proses komunikasi adalah interaksi yang kaya akan perspektif dan sangat beragam. Craig memperkenalkan komunikasi sebagai bidang ilmu interdisipliner yang tidak terikat pada satu teori tunggal tetapi terbagi ke dalam beberapa tradisi. Dikelompokkan ke dalam tujuh tradisi yang berbeda yaitu:

1. Tradisi Retoris (*Rhetorical Tradition*)

Tradisi ini memandang komunikasi sebagai seni persuasi. Proses komunikasi dilihat sebagai upaya untuk mempengaruhi audiens melalui penyampaian pesan secara efektif. Tradisi ini sangat berfokus pada keterampilan berbicara, persuasi dan pengaruh dalam konteks sosial.

2. Tradisi Semiotic (*Semiotic Tradition*)

Tradisi semiotik melihat komunikasi sebagai proses berbagi makna melalui tanda dan simbol. Dalam perspektif ini, komunikasi melibatkan penafsiran simbol-simbol yang dimiliki bersama, seperti bahasa, ekspresi wajah, atau gerak tubuh untuk menciptakan pemahaman bersama.

3. Tradisi Fenomenologis (*Phenomenological Tradition*)

Tradisi fenomenologis menekankan pada pengalaman pribadi dan persepsi individu dalam proses komunikasi. Proses komunikasi disini difokuskan pada cara orang saling memahami berdasarkan pengalaman pribadi masing-masing, dengan mencoba merasakan perspektif atau pemikiran lawan bicara.

4. Tradisi Sosio psikologis (*Socio psychological Tradition*)

Tradisi ini memandang komunikasi sebagai ekspresi, interaksi, dan pengaruh sosial yang terjadi antara individu. Pendekatan ini menyoroti bagaimana pola perilaku, persepsi dan emosi mempengaruhi komunikasi, serta bagaimana pesan dapat mempengaruhi sikap atau keyakinan orang lain.

5. Tradisi Sosiokultural (*Socio cultural Tradition*)

Tradisi sosiokultural melihat komunikasi sebagai proses pembentukan dan pemeliharaan realita sosial, Komunikasi dilihat sebagai cara untuk membangun identitas kelompok, norma sosial, dan budaya. Melalui interaksi, individu dan kelompok dapat membangun makna yang dipahami bersama dan identitas sosial.

6. Tradisi Kritis (*Critical Tradition*)

Tradisi kritis memandang komunikasi sebagai sarana untuk mengkritik dan mengubah struktur kekuasaan dalam masyarakat. Proses komunikasi tidak hanya dilihat sebagai pertukaran pesan, tetapi juga sebagai alat untuk mengungkapkan ketidakadilan dan menantang kekuatan yang menindas dalam masyarakat.

7. Tradisi Sibernetika (*Cybernetic Tradition*)

Tradisi sibernetika melihat komunikasi sebagai sistem pengolahan informasi yang melibatkan pengiriman, penerima, umpan balik, dan saluran komunikasi. Komunikasi dipandang sebagai sistem yang kompleks

di mana aliran informasi dapat dianalisis melalui elemen-elemen ini, termasuk gangguan atau *noise* yang mengganggu pesan

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Secara garis besar tujuan komunikasi yaitu menerapkan adanya umpan balik (feedback) yang diberikan oleh lawan bicara terhadap kita, dan juga semua pesan yang kita bisa terima oleh lawan bicara dan adanya efek atau pengaruh yang terjadi setelah melakukan proses komunikasi.

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya Onong Uchjana Effendy yang berjudul “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” menyatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi itu terdapat tiga tujuan utama, sebagai berikut:

- a. *To Secure Understanding*
- b. *To Establish Acceptance*
- c. *To Motivate Action*

Untuk yang pertama yaitu (*to secure understanding*), menegaskan bahwa komunikasi itu mengerti atas pesan yang diterimanya. Apabila dia sudah mengerti dan menerima, maka penerimanya harus dibina (*to establish acceptance*). Dan pada akhirnya kegiatan itu dimotivasikan (*to motivate action*).

Sedangkan dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi memiliki tujuan komunikasi sebagai berikut:

- a. Perubahan Sikap (*Attitude Change*)
- b. Perubahan Pendapat (*Opinion Change*)

- c. Perubahan Perilaku (*Behaviour Change*)
- d. Perubahan Sosial (*Social Change*)

Menurut Rudolph F. Verderber, sebagaimana dikutip oleh (Mulyana, 2007), komunikasi memiliki dua fungsi utama. Fungsi pertama adalah fungsi sosial, yang mencakup tujuan seperti mendapatkan kesenangan, membangun ikatan dengan orang lain, dan memelihara hubungan. Fungsi kedua adalah fungsi pengambilan keputusan, yang melibatkan penetapan keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada waktu tertentu.

2.2.5 Sifat-Sifat Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver, komunikasi melibatkan interaksi dua arah antara pengirim (sender) dan penerima (receiver). Interaksi ini penting untuk memastikan pesan diterima dan dipahami dengan benar oleh kedua belah pihak, berikut beberapa sifat komunikasi sebagai berikut:

- a. Tatap Muka (Face To Face)
- b. Bermedia (Mediated)
- c. Verbal: Lisan, Tulisan atau cetak
- d. Nonverbal: Gerakan atau Isyarat dan Melalui gambar

2.2.6 Internet

Perkembangan teknologi internet sekarang ini tidak dapat dihindari, dengan adanya teknologi yang berkembang mampu memberikan manfaat dan keuntungan dalam menjalani kehidupan manusia, hadirnya teknologi ini sejalan dengan adanya internet kedua aspek tersebut saling berhubungan dan tidak dapat

dipisahkan keberadaannya, kedua aspek ini menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dan berbagi informasi satu sama lain.

Internet berasal dari kata *International Networking* atau Net yang merupakan kumpulan luas dari jaringan komputer yang saling terhubung di seluruh dunia, mulai dari komputer kecil (*Personil Computer*).

Menurut KBBI, internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit.

Internet telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, dan mencari informasi. Awalnya, internet hanya digunakan untuk berbagi informasi secara statis, tetapi seiring waktu menjadi lebih interaktif dengan munculnya media sosial, *platform* berbagi, dan konten yang diciptakan oleh pengguna. Saat ini, internet semakin canggih dengan kecerdasan buatan, koneksi lebih cepat, dan teknologi baru seperti Internet of Things (IoT) yang memungkinkan perangkat terhubung dan bekerja secara otomatis.

Dengan terus berkembang, melalui internet kita juga semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari, membuatnya lebih mudah, cepat, dan efisien. Tidak lagi harus secara fisik pergi ke perpustakaan untuk mencari berbagai referensi sebab internet merupakan perpustakaan yang terbesar dari perpustakaan yang ada dimanapun.

2.2.7 New Media

New media atau media baru, telah mengubah pola komunikasi dalam masyarakat. Media baru seperti internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara individu berkomunikasi satu sama lain, internet hadir sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi di era saat ini secara *real time*. Menurut Pressman (1997), perkembangan teknologi saat ini, terutama yang terkait dengan internet, telah menyebabkan banyak perubahan dan kemajuan dalam sistem komunikasi. Teknologi komunikasi modern telah berhasil memperpendek jarak geografis antara individu dan mampu menembus batasan ruang dan waktu. Melalui internet cara orang berkomunikasi dengan banyak orang di seluruh dunia telah mengalami perubahan yang signifikan (AR, 2018).

Hunter (2002) dalam *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media cybermedia*) menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. McQuail (2011), media baru memiliki beberapa ciri khas. Pertama, media baru dapat diakses dimana saja dan kapan saja, tidak terbatas oleh lokasi geografis. Kedua, media baru menggunakan komputer sebagai sarana utama dalam proses komunikasinya. Ketiga, media baru memiliki fungsi publik dan juga bersifat pribadi yang berarti dapat diakses oleh banyak orang namun tetap dapat disesuaikan dengan preferensi individu. Keempat, setiap pengguna media baru berperan sebagai komunikator, dimana mereka dapat berkontribusi aktif dalam produksi dan distribusi konten. Terakhir, media baru memiliki kontrol

yang lebih longgar, tidak terkait dengan batasan yang ketat dalam pengaturan dan pengendalian.

Menurut perspektif McQuail (2011) berikut adalah karakteristik media baru yang dijabarkan dalam beberapa bagian yaitu:

a. Interaktivitas

Media baru memungkinkan langsung antara komunikan dan komunikator tanpa harus bertatap muka.

b. Sosiabilitas dan kehadiran sosial

Media baru memungkinkan kita untuk memunculkan komunikasi personal dengan banyak orang, contohnya melalui media sosial, WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, Line dan sebagainya.

c. *Media richness*

Media baru melibatkan banyak individu dan memanfaatkan berbagai indera dalam proses komunikasinya.

d. Otonomi

Pengguna media baru memiliki kontrol penuh atas konten yang mereka konsumsi dan produksi.

e. Unsur bermain-main

Media baru menyediakan unsur kesenangan dan hiburan dalam penggunaannya.

f. Privasi

Media baru memiliki sifat pribadi yang terkait dengan suatu konten, memberikan kebebasan dan kontrol atas privasi pengguna.

g. Personalisasi (*personalization*)

Media baru memungkinkan konten dan penggunaannya menjadi unik dan dipersonalisasi sesuai dengan preferensi individu.

Dari konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa media baru, atau *new media*, merupakan jenis media yang sangat terkait dengan penggunaan teknologi dan internet. Media memberikan kesempatan bagi individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain secara jarak jauh. Salah satu contoh *new media* yang populer saat ini adalah platform media sosial seperti YouTube.

2.2.8 Media Sosial

Media sosial merupakan produk turunan dari munculnya media baru (*new media*), di mana keberadaan internet menjadi faktor utama hadirnya media sosial karena tanpa internet, media sosial tidak akan bisa diakses karena data yang tersimpan tidak tersedia secara luring. Van Dijk (Nasrullah, 2015) Media sosial merupakan wadah media yang berfokus pada eksistensi pengguna dengan cara memfasilitasi mereka dalam hal aktivitas maupun kolaborasi, sehingga media sosial dinyatakan sebagai penyedia wadah daring yang berguna untuk memperkuat hubungan pengguna sebagai ikatan sosial.

Media sosial juga dapat diartikan sebagai sebuah alat, layanan dan bentuk komunikasi berbasis daring yang dapat menghubungkan berbagai orang dari

seluruh dunia kedalam topik pembicaraan yang beragam (Chris Garrett dalam Pratama, 2020: 4).

Keberadaan media sosial membuat khalayak dapat berbuat banyak hal yang tidak bisa dilakukan sebelumnya ketika masih pada periode media lama. Seperti yang disampaikan oleh Nasrullah (2015:11) bahwa media yang dapat di internet (media sosial) membuat pengguna dapat mempresentasikan diri masing-masing, bekerjasama, berkomunikasi, berinteraksi, berkomunikasi dengan orang lain serta membentuk kelompok atau ikatan sosial secara daring.

2.2.9 Karakteristik Media Sosial

Sebagaimana media lainnya, media sosial juga memiliki karakteristik tersendiri, di antaranya adalah (Nasrullah, 2015):

a. Jaringan (*Network*)

Media sosial dapat berdiri dan bertahan dikarenakan mempunyai karakter jaringan sosial dan dibangun dari struktur sosial dalam jaringan atau yang biasa disebut dengan internet. Dengan begitu, para pengguna membangun jaringan di antara mereka melalui berbagai perangkat seperti komputer maupun telepon genggam dengan tujuan dapat tetap terhubung satu dengan yang lain.

b. Informasi (*Information*)

Salah satu bagian yang juga penting dari media sosial adalah informasi. Hal ini adalah karena pengguna media sosial dapat merepresentasikan dirinya

dengan bebas seperti membuat konten dan berinteraksi. Hal seringkas itu saja sudah dapat menjadi sebuah informasi bagi orang lain.

c. Arsip (*Archive*)

Salah satu perbedaan media baru yang dalam hal ini adalah media sosial dengan media lama adalah bahwa dalam media sosial pengguna dapat melakukan akses informasi kapan saja dan dimana saja menggunakan perangkat apapun. Hal ini memungkinkan untuk terjadi karena *platform* media sosial memberikan akses untuk menyimpan informasi yang dimasukkan.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Pengguna media sosial dapat melakukan interaksi secara daring dengan tujuan untuk memperluas ikatan sosial dengan orang lain. Salah satu contohnya adalah penonton dapat membuat komentar di setiap video yang ditayangkan di YouTube selama kolom komentar tidak ditutup oleh pemilik konten.

e. Simulasi (*Simulation*)

Dalam media sosial, simulasi dimaksudkan bahwa pengguna mulai kurang bisa membedakan realitas dan keadaan semula ketika menggunakan media sosial. Di mana ketika bermain media sosial, pengguna bisa dengan bebas merepresentasikan dirinya yang bahkan berbeda dengan kehidupan aslinya di luar media sosial.

f. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Berbeda dengan media massa atau media konvensional pada umumnya, dalam media sosial pengguna dibebaskan untuk membuat konten sesuai dengan apa yang diinginkan dan bahkan berkolaborasi dengan pengguna lainnya.

g. Penyebaran (*Sharing*)

Konten yang dibuat dan diunggah ke media sosial tidak hanya dikonsumsi untuk diri sendiri, melainkan didistribusikan serta dikembangkan oleh penggunanya.

Keberadaan arsip di dalam media sosial menjadi kekuatan tersendiri dibandingkan media lama, karena dengan adanya arsip, dapat mengubah cara menghasilkan informasi dan juga cara mengakses dan menaruh-Nya (Nasrullah, 2015) Menurut (Pratama, 2020), media sosial mengikuti perkembangan dari kebutuhan manusia khususnya dalam konsumsi konten digital, karena dengan kebutuhan manusia yang semakin beragam untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri secara bebas, sehingga menciptakan berbagai dinamika sosial yang unik. Perkembangan media sosial menuju ke arah yang lebih spesifik dengan mempertimbangkan kebutuhan masing-masing pengguna.

Dalam pelaksanaannya terutama bagi pembuat konten, terdapat cara untuk sukses dalam penyebaran konten yang dibuat, menurut Ortiz (2021: 24-27)

model SHARE dapat digunakan untuk membuat konten menjadi berhasil. Model SHARE merupakan sebuah singkatan yang terdiri dari:

a. *Story*

Konten dan cerita yang dibuat merupakan langkah pertama dan paling penting dalam model ini, yang mana cerita yang harus sebisa mungkin membuat pengikut tertarik dan menjadi terlibat didalamnya

b. *How*

Cara pembuat konten mendistribusikan konten yang dibuat sangat berpengaruh terhadap ketertarikan orang untuk melihatnya

c. *Audience*

Pembuat konten harus fokus bagaimana konten yang dibuat dapat sesuai dengan karakteristik dari khalayak yang melihat konten.

d. *Reach*

Konten yang dibuat sebaiknya bisa menggapai jangkauan yang luas sehingga khalayak yang terdampak lebih homogen.

e. *Excellence*

Konten yang dibuat harus memiliki keunggulan dibanding konten dari kreator lain dan juga memiliki rencana unntuk jangka panjang.

Dari penyampaian diatas dapat disimpulkan bahwa media merupakan suatu alat penghubung untuk menyampaikan ataupun menyalurkan pesan yang telah disampaikan oleh sumber pesan (*a source*) kepada penerima pesan (*a receiver*) dengan mudah dan dalam waktu yang efisien.

2.2.10 Jenis-Jenis Media Sosial

Ada berbagai jenis media sosial yang ada di dunia, dimana masing-masing memiliki fitur yang beragam tergantung dengan fungsinya. Adapun penjelasan dari 6 macam media sosial yaitu sebagai berikut:

1. Blog (*Blogs or web blogs*).

Website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan, baik oleh satu orang ataupun kelompok, dan juga menyediakan ruang sehingga pembaca dapat memberikan komentar. Banyak macam-macam blog di dunia, dan blog menjadi populer karena menyediakan perspektif yang tulus dan asli mengenai topik tertentu. Keunggulan blog terletak pada fleksibilitas dan kemampuannya untuk menyajikan perspektif yang mendalam, autentik, dan sering kali personal. Blog menjadi semakin populer karena mampu memberikan konten yang menarik dan sering kali tidak ditemukan di media tradisional. Dengan demikian, blog bukan hanya sekadar media tulisan-menulis, melainkan juga alat komunikasi dan ekspresi diri yang powerful di era informasi ini.

2. Forum (*Forums*).

Sebuah situs dimana beberapa pengguna (*users*) dapat menyusun topik dan mengomentari topik yang dibuat. Semua orang yang mengunjungi situs tersebut dapat memberikan komentar. Dan selain itu juga biasanya forum ini dijadikan rujukan bagi mereka yang tertarik pada suatu topik. Contoh dari forum yang cukup populer yaitu kaskus.

3. Komunitas konten (*content communities*).

Situs yang memungkinkan pengguna untuk memasang atau menyebarkan konten. Konten yang disebarkan dan dipasang biasanya berupa video atau foto untuk bercerita dan berbagi. Konten yang dibagikan biasanya digunakan untuk bercerita, mengekspresikan ide atau perasaan, berbagi pengalaman, maupun membangun identitas digital. Contoh populer dari komunitas konten ini adalah YouTube, Instagram, TikTok, dan Pinterest, di mana komunitas terbentuk berdasarkan minat, tema konten, atau gaya penyajian tertentu.

4. Dunia virtual (*virtual worlds*).

Sebuah situs yang menyediakan dunia virtual untuk para pengunjungnya yaitu dunia yang seolah-olah nyata, dikarenakan pengunjung bisa saling berinteraksi dengan pengunjung lainnya, tetapi ternyata dunia tersebut hanya ada di dalam internet. Contoh yang cukup populer dari dunia virtual adalah situs game online.

5. *Wikis*.

Situs penghasilan data-data atau dokumen-dokumen. Di dalam situs ini, pengunjung yang telah diterima sebagai pengguna (*user*) resmi dapat mengganti atau menambah konten yang ada dalam situs dengan sumber yang lebih baik. Contoh yang termasuk dalam situs wikis yaitu wikipedia.

6. Jejaring sosial (*Social networking*).

Komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*user*) untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok. Contohnya Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp.

2.2.11 Gaya Komunikasi

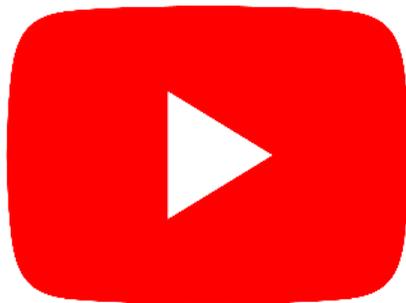
Gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang berinteraksi menggunakan cara verbal maupun nonverbal, untuk memberikan tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti oleh orang lain, menurut (Norton dalam Richmond, 1992:148).

Cara komunikasi terkadang menjadi penting dalam konten komunikasi. Banyak orang yang memahami konten dengan baik, akan tetapi pesan komunikasi yang diberikan tidak sampai atau bahkan tidak dapat diterima. Maka gaya komunikasi ini perlu untuk diterapkan. Gaya komunikasi seseorang terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya:

- a) *The Controlling Style*, yaitu ditandai dengan adanya kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain.
- b) *The Equalitarian Style*, ditandai dengan adanya kesamaan, sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan baik dengan orang lain.

- c) *The Structuring Style*, pada gaya ini seseorang mampu merencanakan pesan-pesan verbal dan non verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan, atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang muncul.
- d) *The Dynamic Style*, yaitu memiliki kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan.
- e) *The Relinquishing style*, mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat, ataupun gagasan orang lain.
- f) *The Withdrawal Style*, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi.

2.2.12 YouTube



Gambar 2.1 Logo YouTube

Sumber: www.pinterest.com

YouTube merupakan sebuah situs yang berisikan *user generated content* dikarenakan *platform* ini mengumpulkan video konten yang dibuat oleh

penggunanya dan didistribusikan oleh YouTube. Media sosial ini menempati urutan pertama dengan persentase 88% sebagai media yang terbanyak digunakan di Indonesia. YouTube sendiri merupakan sebuah media sosial yang berfungsi dengan melakukan berbagai video di jejaring tersebut. Video yang diunggah bisa berbagai macam dimulai dari yang mengedukasi bahkan sampai hal yang sangat tidak jelas. Konten yang dapat diakses di YouTube antara lain klip video, film, klip acara TV, dokumenter, siaran langsung, bahkan video gaming. Pengguna yang tidak terdaftar tetap bisa mengakses konten yang ada di YouTube namun dengan akses yang tentunya lebih terbatas dan tidak sebebaskan pengguna yang memiliki akun di jejaring sosial tersebut (Godin & Kennedy dalam Fajriani, 2021: 16).

YouTube merupakan suatu media sosial yang muncul dan sedikit memberikan gangguan kepada media konvensional dengan memberikan pilihan lain bagi khalayak untuk dapat menyaksikan tayangan audio visual yang bahkan bisa memilih sendiri konten yang ingin ditonton (Nasrullah, 2015). YouTube juga disebut sebagai video daring yang memiliki keutamaan yakni berguna sebagai media untuk mencari, mengakses dan mendistribusikan video ke seluruh dunia (Budiargo, 2015: 47). Selain itu, media sosial ini memberikan fasilitas bagi pembuat konten atau yang dikenal sebagai YouTuber untuk dapat mengunggah konten yang dibuatnya dan didistribusikan.

Media sosial ini bertugas untuk mendistribusikan konten yang diunggah oleh pengguna ke seluruh dunia, dimana konten yang tersedia sangat beragam

jenisnya sehingga pendistribusian konten oleh YouTube juga sebenarnya menyesuaikan dengan kebutuhan dari penonton sehingga video yang disarankan dapat sesuai dengan minat khalayak yang mengakses.

Proses untuk dapat mengunggah konten ke *Platform* ini pun tidak bisa dilakukan secara sembarangan jika memang ingin ditonton oleh banyak orang. Menurut (Helianthusonfri, 2018;4) terdapat lima langkah utama untuk menjadi *YouTuber* atau orang yang membuat dan mengunggah konten ke YouTube yaitu:

a. Mendapatkan inspirasi konten ide

Sebelum membuat konten, tentunya setiap orang harus memiliki inspirasi atau ide untuk video yang ingin dibuat sehingga proses produksi dapat dimulai dan berkelanjutan.

b. Membuat akun

Membuat akun merupakan hal terpenting dalam menggunakan YouTube, karena jika menggunakan *platform* ini tanpa akun maka hanya bisa menonton video saja dan bahkan dan bahkan tidak bisa melakukan *like*, *dislike* dan *subscribe* terhadap video dan *channel* YouTube.

c. Membuat video

Setelah memiliki inspirasi, maka bisa mulai membuat video sesuai dengan ide yang tersedia.

d. Melakukan promosi

Setelah membuat video dan mengunggahnya, maka promosi harus dilakukan sehingga orang lain bisa mengetahui konten yang diunggah. Hal

ini bisa dilakukan di media sosial lain seperti Instagram, Twitter, dan sebagainya.

e. Mengembangkan *channel*

Seiring dengan berjalannya *channel* YouTube, secara konsisten pembuat konten harus bisa mengembangkan *channel*-Nya dengan berbagai cara dan memikirkan ide serta inspirasi baru yang segar.

Menurut Jenkins (2006), Budaya partisipatif menjelaskan keterkaitan antara teknologi digital sebagai media baru yang semakin mudah diakses menjadikan seseorang sebagai prosumer. Menurut Helianthusonfri (2014) terdapat berbagai istilah yang dimiliki oleh YouTube, yaitu:

a. *Subscribe*

Merupakan istilah yang digunakan dengan arti mengikuti favorite channel. Fungsi pengguna melakukan subscribe adalah untuk mempermudah pengguna mendapatkan berita terbaru dari favorite channel.

b. *Streaming*

Merupakan konten yang dapat dijangkau oleh khalayak di YouTube berupa video, di mana konten tersebut disampaikan secara langsung.

c. *Buffering*

Jeda waktu ketika mengakses sesuatu di Internet, terutama file video yang ada di YouTube.

d. *Vlog* (Video Blog)

Konten yang berisi pengalaman atau aktivitas kehidupannya dalam bentuk video.

e. *YouTubers*

Istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang berperan membuat dan juga membagikan video di saluran YouTube-nya. YouTuber biasanya membuat video atau video tentang kehidupan sehari-hari (vlog) yang lucu, menarik, unik dan kreatif. Dan hobi rekreasi. Jika videonya cukup ramai dan disukai oleh banyak khalayak, akan meningkatkan subscriber pada suatu channel.

2.2.13 Live Streaming

Pada tahun 2014, YouTube memiliki fitur baru yang dinamakan *live streaming*. *Live streaming* merupakan layanan yang memungkinkan siapa saja untuk menyiarkan video melalui internet. *Live streaming* mendapatkan popularitas yang cukup baik (Pires & Simon, 2015). *Live streaming* merupakan aplikasi berbasis audio visual yang digunakan sebagai media siaran langsung, hal ini memungkinkan pengguna internet dapat melihat dan mengambil informasi secara langsung. *Live streaming* didukung oleh perangkat lunak yang memungkinkan siapa saja untuk secara langsung membagikan pengalaman penggunanya melalui berbagai media digital.

Menurut Hou et al. (2019), fitur utama dari *live streaming* adalah kemampuan interaksi secara *real-time* atau langsung. Penonton dapat mengajukan pertanyaan dan memberikan komentar yang langsung dapat dilihat

oleh *streamer* serta penonton lainnya. Selain itu, penonton juga dapat memposting komentar dan reaksi, seperti simbol hati atau jempol, yang akan tampil di layar (Stewart, 2018). Aktivitas *live streaming* memberikan kesempatan untuk mengekspresikan diri, sekaligus menjadi sarana untuk membangun personal branding dengan menciptakan identitas unik pembuat konten guna menarik perhatian audiens (Tang et al, 2016). Perkembangan pesat live streaming dimulai dengan hadirnya berbagai *platform* seperti Twitch, yang berfokus pada video game streaming, dan YouTube *Live* sebagai layanan streaming langsung di YouTube (Smith et al., 2013).

Interaksi yang terjadi pada saat *Live Streaming* memiliki karakteristik interaksi parasosial. Menurut Sitasari et al (2019). Interaksi parasosial adalah interaksi satu arah antara penggemar dan idola terkait dengan fantasi yang dialami penggemar saat mengidolakannya. Interaksi parasosial menganggap *streamer* sebagai teman akrab karena memperhatikan sarana penonton dan peduli terhadap perasaan penonton. *Streamer* menerapkan interaksi dengan audiensnya dengan menjawab pertanyaan hingga memberikan apresiasi dengan mengucapkan terima kasih selama *live streaming*.

Dari konsep diatas dapat disimpulkan bahwa *live streaming* merupakan konten yang disiarkan secara langsung, dan dapat dinikmati pada saat itu juga. *Live streaming* ini dimanfaatkan oleh para YouTuber dalam melakukan siaran kontennya, dalam melakukan siaran penggemar dapat merasakan pengalaman

lebih dekat dengan idolanya melalui *live streaming*, melakukan komunikasi menggunakan fitur chat yang tersedia di YouTube *live*.

2.2.14 Konten Gaming

Kata game yang jika diartikan kedalam Bahasa Indonesia berarti permainan. Ini biasanya dilakukan oleh pelakunya untuk bersenang-senang bersama orang lain atau menyenangkan diri sendiri dengan peraturan tertentu yang memungkinkan seseorang untuk memenangkan permainan yang dimainkan. Dalam arti lain game adalah sebuah permainan menggunakan fisik maupun mental dari pemainnya untuk sekedar menghibur diri sendiri, maupun memenangkan sebuah taruhan. Game online, adalah sebuah kata yang mempresentasikan sebuah permainan berbasis digital yang sedang ramai di zaman sekarang.

Adams & Rollings (2007) mengartikan game online adalah permainan yang bisa dimainkan oleh banyak orang, ketika media yang dipakai untuk bermain terhubung ke internet. Banyak jenis permainan dari game online, mulai dari hanya menggunakan teks sederhana hingga melibatkan grafis yang canggih dan dipenuhi oleh banyak pemain secara bersamaan

Ketika komputer dan jaringan komputer berkembang, game online turut ikut serta dalam perkembangannya. Jaringan komputer yang dulunya berskala kecil (*small local network*) sampai berubah menjadi internet yang sangat pesat perkembangannya hingga sekarang dan diikuti dengan boomingnya game online yang menjadi wajah dari pesatnya kemajuan teknologi dan perkembangan

internet. Pada tahun 1969 komputer hanya dapat digunakan oleh dua orang untuk memainkan game secara online ketika internet mulai mencuat. Hingga munculah komputer yang memiliki ketangguhan time-sharing agar pemainnya dapat bermain permainan yang lebih banyak dan berada ditempat yang berbeda (*multiplayer game*) (Jesicca Mulligan, 1999). Jaringan komputer semakin berkembang dengan adanya komputer berbasis paket (*packet based computer networking*) di tahun 1970, jaringan komputer yang bukan cuma sebatas LAN (*local area networking*) namun dapat juga mencakup WAN (*wide area network*) dan menjadi internet.

Dr. Rachel Kowert menyebutkan bahwa konten gaming dapat membantu pemain merasa lebih terhubung secara sosial karena komunitasnya. Konten gaming seringkali menarik minat orang-orang yang ingin bergabung atau berinteraksi dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Konten gaming bisa memberikan rasa kebersamaan dan ikatan sosial, terutama dalam komunitas gaming. Misalnya, ketika seseorang menonton atau berpartisipasi dalam *live streaming*, mereka bisa merasa terhubung dengan pemain lain, termasuk *streamer* favorit mereka. Ini membentuk komunitas virtual yang memungkinkan para pemain untuk merasa diterima dan terhubung dengan orang lain.

Dalam penelitian Dr. Kowert, banyak gamer menganggap bahwa bermain atau menonton game adalah cara mereka untuk bersosialisasi dan mengembangkan hubungan dengan sesama pemain. Ini terutama berdampak

pada pemain yang mungkin lebih *introvert* atau memiliki keterbatasan dalam bersosialisasi secara langsung.

Konten gaming memungkinkan pemain untuk mengekspresikan diri mereka dalam berbagai bentuk, misalnya lewat komentar selama *live streaming* atau melalui kreasi dalam game seperti pembangunan dunia virtual. Dr. Kowert menyoroti bahwa game, dan konten yang muncul dari game, bisa menjadi sarana ekspresi diri yang unik, yang menginspirasi kreativitas dan bahkan pengembangan identitas pemain.

Secara keseluruhan, menurut Dr. Kowert, konten gaming adalah medium sosial yang sangat penting di era digital, di mana pemain tidak hanya mencari hiburan tetapi juga menemukan tempat untuk bersosialisasi, berekspresi, dan terhubung satu dengan yang lain.

2.2.15 Bocil Absen Sebagai Khalayak Media

Kata “khalayak” sering kali dikaitkan dengan media karena erat hubungannya dengan aktivitas yang melibatkan media. Identitas khalayak media sendiri menggambarkan bagaimana individu atau kelompok masyarakat memanfaatkan media. Menurut Cangara (2007), khalayak merupakan salah satu target utama dalam penyampaian pesan sementara itu Hiebert & C. Reuss (1985) mengelompokkan lima definisi khalayak berdasarkan karakteristik khusus, yaitu:

- a. Berbagai pengalaman yang dipengaruhi hubungan sosial dalam pemilihan produk didasari pada kesadaran setiap individu
- b. Tersebar di berbagai wilayah

- c. Berasal dari berbagai lapisan kategori sosial (Heterogen)
- d. Bersifat anonim tidak mengetahui khalayak lainnya
- e. Dipisahkan dari komunikasi (*sender*)

Bocil absen merupakan salah satu contoh khalayak yang menjadi target sektor media dan komunikasi khususnya di *channel* YouTube Windah Basudara. Sebagai khalayak membangun keterlibatan aktif kelompok penonton dalam hal ini, anak-anak sampai remaja sering terlibat dalam interaksi pada *platform* seperti YouTube, khususnya di *channel* Windah Basudara. Bocil Absen menunjukkan beberapa karakteristik khas yaitu:

1. Partisipasi Interaktif

Mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi aktif berkontribusi dalam ruang komen dan *live chat*. Kalimat seperti “Bocil Absen hadir”, itu adalah cara mereka menandai kehadiran sekaligus membangun identitas komunitas

2. Komunitas Digital

Istilah “bocil” (anak kecil) diambil oleh kelompok ini sebagai identitas kolektif. Mereka mengkonsolidasi diri dalam komunitas yang merasa dekat dengan konten kreator (Windah Basudara) dan sesama penonton.

3. Media Sebagai Ruang Sosial

Live streaming atau konten video menjadi ruang interaksi sosial, dimana para “Bocil Absen” berkomunikasi, bercanda dan bahkan

menciptakan tren atau jargon yang menyebarkan di luar komunitas itu sendiri.

4. Representasi Generasi Muda

“Bocil Absen” mempresentasikan audiens muda yang lahir dan tumbuh di era digital. Kehadiran mereka di media sosial menunjukkan bagaimana remaja memahami serta memanfaatkan teknologi untuk terlibat dalam ruang publik virtual.

Dalam konteks ini, mereka tidak hanya sekaedar "penonton" tetapi juga prosumer (*producer-consumer*), karena mereka turut memproduksi pengalaman digital dengan komentar, interaksi, dan penciptaan budaya khas di sekitar konten yang mereka konsumsi.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Fenomenologi

Fenomena adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang penampakan atau fenomena. Ilmu ini fokus pada apa yang muncul atau tampak dalam pengalaman subjek. Setiap penampakan pasti akan dialami dengan fokus pada hal yaitu muncul dalam pengalaman, sehingga esensinya dapat dirumuskan dengan jelas. Fenomenologi memiliki tujuan dalam memahami dunia melalui sudut pandang itu sendiri. Fenomenologi tidak dimulai atau memiliki niat untuk menguji sebuah teori (Kuswarno, 2009) Fenomena berpendapat bahwa setiap individu secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka dan berusaha untuk memahami dunia melalui pengalaman pribadi mereka (Littlejohn, 1996).

Istilah Fenomena secara etimologi berasal dari kata Yunani, *phainomenon* yang merujuk pada arti “yang menampak”. Fenomena bukanlah hal yang tampak kasat mata, melainkan sebuah fakta yang terjadi atas sebuah kesadaran. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomena merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman tersebut secara intensif dan berhubungan dengan suatu objek.

Teori Max Weber membahas mengenai tindakan sosial secara historis menjadi dasar bagi munculnya perspektif fenomenologi (termasuk interaksionisme simbolik) dalam tindakan sosial. Tindakan sosial terjadi ketika seseorang memberikan makna yang subjektif pada perilaku bagi diri sendiri maupun orang lain yang terlibat. Pikiran aktor secara aktif menafsirkan perilaku orang lain, berkomunikasi satu sama lain, dan mengendalikan perilaku mereka sesuai dengan tujuan komunikasinya. Menurut Weber (dalam Mulyana 2001) masyarakat merupakan entitas aktif yang terdiri dari orang-orang berfikir dan melakukan tindakan sosial yang bermakna. Tindakan sosial melibatkan pengamatan dan pemahaman pada makna yang diberikan individu terhadap tindakannya karena manusia bertindak berdasarkan interpretasi tindakan tersebut (Kamanto, 2000).

Konsep pemikiran Weber mempengaruhi lahirnya pemikiran Husserl bahwa suatu realitas diperuntukan untuk dipahami bukan untuk dijelaskan. Husserl mengatakan bahwa fenomenologi merupakan ketertarikan terhadap objek yang dapat dipersepsi secara langsung melalui penggunaan indera mereka

Wallace & Alison (1986) menyatakan bahwa semua pengetahuan diperoleh melalui penggunaan alat sensorik yang disebut “Fenomena”.

Weber dan Husserl memberikan landasan konseptual bagi Schutz dalam membangun Fenomenologi. Weber, dalam pemikiran menganggap tindakan sosial penting dalam kehidupan manusia. Hal ini juga dipertegas oleh Schutz, yang berpendapat bahwa pemahaman terhadap tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan hal penting bagi eksistensi sosial setiap individu (Mulyana, 2003). Schutz (dalam Suwarno, 2009) mengungkapkan bahwa inti dari pemikirannya terletak pada cara memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Menurutnya, hakikat manusia terletak pada pengalaman subjektif, terutama ketika kita melakukan tindakan dan menyikapi dunia kehidupan sehari-hari.

Pemikiran Schutz ini sejalan dengan konsep Husserl mengenai proses pemahaman aktual kegiatan setiap individu dan memberikan makna terhadapnya, sehingga tercermin perilaku setiap individu dalam kehidupan sehari-hari. Schutz mengikuti pendekatan Husserl dalam mengenali pentingnya pemahaman subjektif dalam kehidupan sosial.

Schutz mengatakan bahwa tidak mungkin bagi setiap individu mencapai suatu kebenaran universal yang dapat menggambarkan perilaku manusia secara keseluruhan. Satu-satunya kebenaran yang dapat diperoleh adalah kebenaran yang spesifik dan terbentuk dalam masyarakat tertentu dan akan menemukan ragam atau keunikan di dalam setiap masyarakat tertentu.

Schutz meyakini bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk konstruksi individu dalam realitas. Individu dalam proses pembentukan makna memilih, memeriksa, berfikir dan menafsirkan stimulus yang mereka hadapi. Hal ini bukan hanya sekedar proses penerapan makna akan tetapi lebih merupakan proses pembentukan makna yang unik dan khas bagi setiap individu. Melalui proses ini dapat melihat keunikan yang ada dalam individu dalam membangun konstruksi realitas yang berbeda sekalipun menghadapi stimulus yang sama. Termasuk proses pembentukan makna atas aktivitas penonton khususnya Bocil Absen dalam menonton konten gaming Windah Basudara pada *platform* YouTube.

Terdapat tiga tindakan yang dipelajari dan diterapkan oleh Alfred Schutz, yang dimana tindakan tersebut tidak terlepas dari gabungan analisis tindakan milik Weber dan model tindakan milik Husserl. Gabungan ini menghasilkan tiga model atau tiga dalil umum mengenai tindakan manusia untuk mengetahui fenomena yang terjadi baik individu maupun kelompok, tiga model ini yaitu sebagai berikut:

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Penelitian pada dalil ini mengharuskan untuk mengetahui validitas dari tujuan penelitiannya agar dapat dianalisis dengan bagaimana kenyataan yang ada pada lingkungan sehari-hari, dan hal tersebut mampu dipertanggung jawabkan atau tidak.

Dalam penelitian Fenomenologi gaya komunikasi penonton Dalam Menonton Konten Gaming Windah Basudara ini, sesuai dengan dalil konsistensi logis, peneliti ingin mengetahui bagaimana hubungan Bocil Absen Dalam Menonton Konten Gaming Windah Basudara di *Platform* YouTube dalam kehidupan sehari-hari.

2. *The postulate of logical subjective interpretation* (Dalil Interpretasi subyektif)

Peneliti dalam hal ini dituntut untuk memahami segala tindakan ataupun pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata, artinya bahwa peneliti ada dalam posisi diri nyata (subjektif) pada saat melakukan penelitian supaya bisa memahami subjek yang sedang diteliti.

Dalam penelitian Fenomena gaya komunikasi penonton “Bocil Absen” ini sesuai dengan dalil interpretasi subjektif, peneliti melakukan pengobservasian dilapangan untuk melihat bagaimana subjek yang diteliti agar memperoleh data yang real atau nyata sesuai dengan apa yang dilihat.

3. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil yang ketiga adalah kecukupan, yaitu peneliti mampu membuat sebuah kesimpulan yang bersifat umum dan dapat dimengerti orang lain, peneliti memerlukan konstruksi ilmiah seperti ilmu logika dan ilmu bahasa dalam mengkonstruksi temuan atau penelitian tersebut.

Dapat disimpulkan berdasarkan inti pemikiran Schutz mengenai teori fenomenologi yaitu bagaimana cara manusia memahami tindakan sosial melalui

penafsiran, dimana tindakan sosial merupakan tindakan yang berfokus pada perilaku manusia pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya.

2.4 Kerangka Penelitian

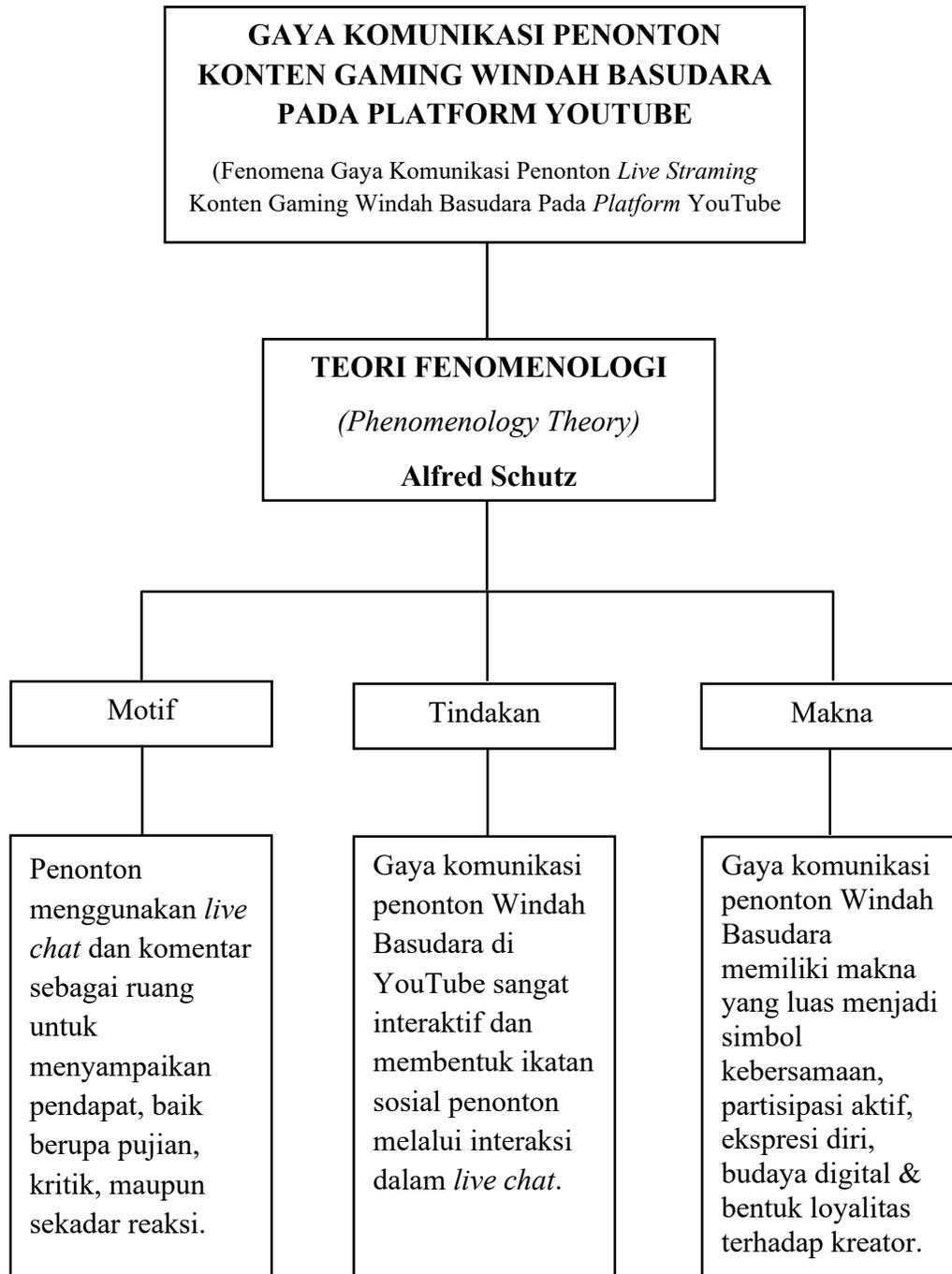
Kerangka pemikiran adalah alur pikir dari peneliti dan dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi dari adanya penelitian ini. Disini peneliti mencoba untuk menjelaskan tentang pokok masalah dari penelitian yang dimaksud untuk menegaskan, meyakinkan dan juga menghubungkan teori dengan masalah yang peneliti angkat dalam proses penelitian. Yang menjadi dasar pemikiran peneliti untuk menjadikan Fenomena penonton “Bocil Absen” di kalangan konten gaming yang di produksi di *channel* YouTube Windah Basudara. Fenomena ini mengacu pada gaya komunikasi penonton yang biasa disebut “Bocil Absen” dalam keterlibatan komunitas yang khas dan unik dalam dunia digital.

YouTube menjadi salah satu sebuah *platform* berbagai video yang memungkinkan pengguna untuk menonton, mengunggah, berbagi dan berinteraksi dengan konten video secara online. Diluncurkan pada tahun 2005, YouTube kini menjadi salah satu *platform* digital terbesar di dunia, dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya. *Platform* ini menawarkan berbagai jenis konten, mulai dari hiburan, tutorial, vlog hingga siaran langsung seperti *live streaming*.

YouTube saat berperan sebagai medium utama tempat Windah Basudara, seorang kreator konten gaming populer di Indonesia, untuk berinteraksi dengan audiensnya. Melalui fitur-fitur ini mendukung terbentuknya komunitas digital yang unik di sekitar seorang kreator seperti yang terjadi di *channel* Windah Basudara.

Peneliti menggunakan teori Fenomenologi milik Alfred Schutz ini mengungkapkan bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial yang dimana jika manusia memberikan makna tertentu terhadap suatu tindakannya kemudian manusia lain memahami tindakan tersebut sebagai suatu hal yang penuh makna/arti. Atas dasar tersebut, maka penelitian menggunakan teori Alfred Schutz ini untuk dapat membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti bagaimana motif, tindakan, dan juga makna berdasarkan pengalaman gaya komunikasi penonton yang disebut Bocil Absen dalam menonton konten gaming Windah Basudara di *platform* YouTube.

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Penulis 2025