BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Pada era modern ini, media sosial berkembang secara pesat. Media sosial menjadi kiblat dalam menyampaikan informasi, segala informasi yang ada dapat diakses atau didapatkan melalui media sosial, oleh karena itu masyarakat mulai berbondong bodong menggukanan media sosial untuk menunjang kehidupan sehari-hari mereka. Perkembangan media sosial yang begitu pesat mengakibatkan munculnya berbagai macam media sosial yang bersaing di masyarakat utuk menjadi media sosial paling diminati di masyarakat, antara lain media sosial tersebut adalah; YouTube, Instagram, WhatsApp, Line, We Chat, Kakao Talks, Telegram, dan berbagai macam media sosial lainnya yang berkembang di masyarakat.

Berbagai macam media sosial diatas merupakan bukti perkembangan dari komunikasi massa yang dimana salah satu perkembangan komunikasi massa adalah media sosial, media sosial memberikan kita kemudahan dalam membangun hubungan dengan sesama dengan kata lain kita dapat berinteraksi dengan orang jaraknya jauh dengan kita dan kita tetap dapat berkomunikasi secara normal dengan orang tersebut tanpa harus mengeluarkan energi lebih.

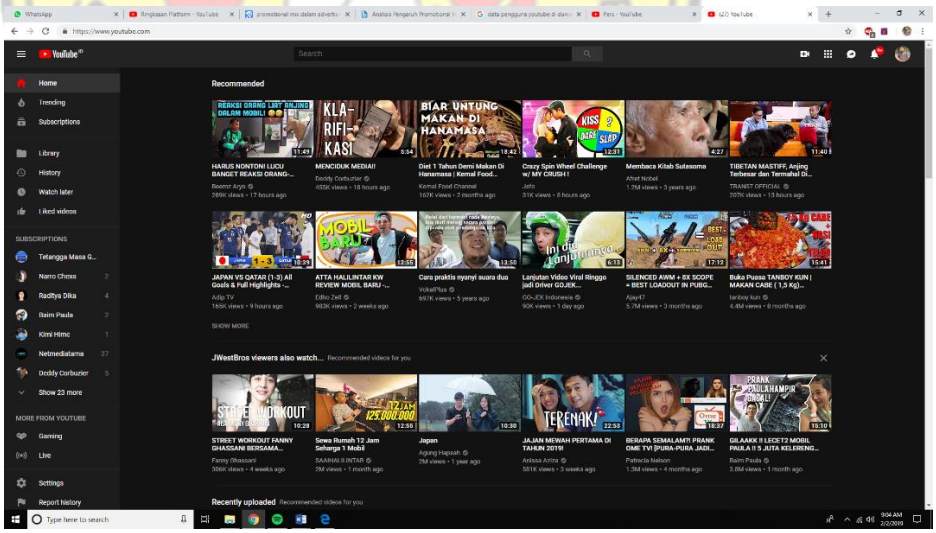
Akibat perkembangan media sosial, ranah media masa kini sudah berubah sekitar 85% orang dewasa berusia 18-49 tahun menggunakan lebih dari satu perangkat sekaligus, dan dua per tiganya menikmati YouTube di perangkat kedua sambil menonton TV di rumah *(CreatoracademyYouTube.com).* YouTube unik karena platform ini meniadakan jarak dengan penonton dan mengundang penonton untuk ambil bagian dalam pengalaman menonton interaktif kapan saja, di mana saja, di berbagai peran.

YouTube merupakan platform yang digunakan untuk membagikan video terbesar di dunia dan menempati peringkat pencarian kedua terbanyak setelah Google di dunia. YouTube memudahkan masyarakat untuk menonton, mengunggah, dan

UPN "VETERAN" JAKARTA

sharing video. YouTube juga memberikan kemudahan untuk masyarakat yang ingin mencari informasi melalui menonton video secara gratis. Biasanya video-vidoe yang ada di YouTube adalah film, *video music*, acara televisi, dan video buatan penggunanya sendiri. Karena kemudahan Youtube dalam memberikan akses kepada para pengguna Youtube untuk mengunggah video, mulai banyak bermunculan para *content creator* atau yang biasa disebut *youtuber*.

Para *content creator* pun mulai berbondong untuk membuat video-video yang menarik dan menggunggahnya di YouTube dan berlomba-lomba untuk meningkatkan penonton atau *viewers* dan pengikut atau *subscriber* mereka. Mulai dari artis hingga masyarakat biasa terus berusaha untuk menjadi *content creator* dan menyuguhkan konten-konten yang menarik dan terus berusaha untuk menambah *viewers* dan *subscriernya*. Penonton YouTube bukan hanya menonton konten secara pasif, melainkan juga terlibat dalam percakapan dua arah dengan para *content creator* yang mereka ikuti.



Gambar 1 .1 Beranda Situs YouTube

(Sumber: YouTube.com)

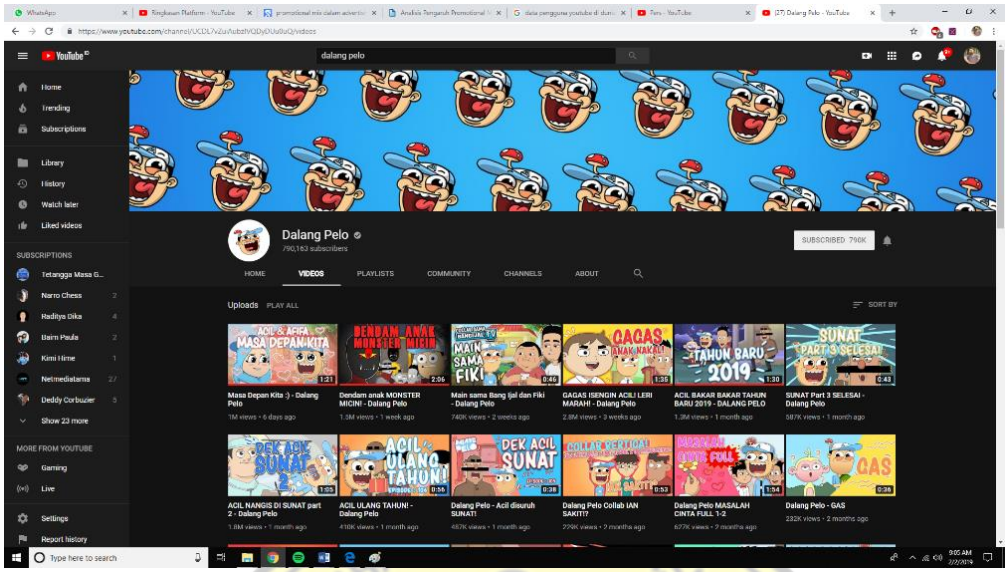
Dengan adanya persaingan dalam meningkatkan *subscriber*, ini menjadi peluang untuk para *brand* atau produk untuk mengiklankan produk mereka melalui

para *content creator* YouTube. Dengan munculnya *adsanse* di YouTube, para *content creator* pun semakin gencar dalam megembangkan *channel* YouTube nya, berbagai cara mereka lakukan untuk memprosikan atau mengiklanan *channel* YouTube nya.

Salah satu *channel* YouTube yang terus mengembangkan *channel*-nya adalah *channel* YouTube Dalang Pelo. *Channel* Dalang Pelo berisi tentang vide-video animasi lucu yang ditargetkan untuk semua kalangan umur, biasanya Dalang Pelo menceritakan tentang kehidupan sehari-hari dari beberapa karakter dalam serial Dalang Pelo. Karakter-karakter tersebut antara lain; Acil, biasa sebagai pemeran utama dalam serial Dalang Pelo; Leri, karakter pendukung yang berperan sebagai teman dari Acil; Om Gepeng, Berperan sebagai karakter paling dewasa salam serial Dalang Pelo; Monyet, Karakter pendukung yang ada dalam serial Dalang Pelo.

Karena *channel* Dalang Pelo adalah sebuah serial animasi, rata-rata pengikut mereka adalah para anak-anak remaja dan seumurannya, yang dimana para pengikutnnya lebih tertarik dengan sajian cerita-cerita komedi pendek dari animasi Dalang Pelo ini. Cerita-cerita yang disajikan animasi Dalang Pelo adalah cerita komedi pendek berdurasi antara 1-2 menit, karena durasinya yang pendek dan juga cerita yang relatif ringan animasi Dalang Pelo menjadi animasi yang sangat diminati terlebih lagi oleh anak-anak dan remaja, para anak-anak akan terhibur dengan cerita komedi jenaka yang ringan dan juga mudah untuk dipahami, sedangkan para remaja sendiri akan merasa terhibur dengan sajian komedi lucu khas Dalang Pelo yang menceritakan kehidupan Acil dan teman-temannya.

Karakter-karakter yang terdapat pada animasi Dalang Pelo merupakan pemeran yang menceritakan kehidupan Acil dalam serial animasi komedi Dalang Pelo, para karakter tersebut akan selalu menemani karakter utama yaitu Acil dan mereka juga akan menyajikan cerita yang akan mengundang gelak tawa melalui tingkah konyol yang disajikan oleh serial animasi Dalang Pelo.



Gambar 1. 2 Beranda Channel YouTube Dalang Pelo

(Sumber: YouTube Dalang Pelo)

Pengembangan suatu *channel* YouTube diperlukan strategi promosi yang dapat mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui dan meneliti apakah *channel* YouTube Dalang Pelo menggukanan suatu strategi promosi digital dalam meningkatkan *channel*-nya. Berdasarkan hal diatas peneliti ingin mengetahui lebih mendalam tentang **Promosi Digital Dalam Pengembangan *Channel* YouTube** (studi fenomenologi terhadap *channel* YouTube Dalang Pelo) dengan alasan bahwa penggunaan promosi digital sebagai cara untuk mengembangkan sebuah *channel* YouTube merupakan suatu fenomena yang layak diangkat sebagai sebuah penelitian skripsi.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian berfungsi sebagai pembatasan pada penelitian kualitatif, agar mendapatkan data yang baik dan juga relevan. Pada penelitian ini peneliti lebih berfokus pada Fenomena Promosi Digital Yang Dilakukan Oleh *Channel* YouTube

UPN "VETERAN" JAKARTA

Dalang Pelo dalam mengembangkan *channel*. Sehingga perkembangan *subscriber*-nya begitu pesat.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian diatas maka dapat disimpulkan pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah "Bagaimana Promosi Digital Yang Dilakukan *Channel* YouTube Dalang Pelo dalam Pengembangan *Channel* YouTube nya?"

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang penggunaan promosi digital dalam pengembangan suatu *channel* YouTube yang dilakukan oleh *channel* YouTube Dalang Pelo

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dilihat secara akademis dan praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Akademis

   Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penggambaran fenomena tentang promosi digital dalam peningkatan sebuah *channel* YouTube. Analisa yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi di era disrupsi informasi 4.0.

2. Praktis

   Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan positif untuk masyarakat umum, para penotonton YouTube, maupun *content creator* YouTube dalam merancang dan melaksanakan suatu promosi digital untuk mengembangkan *channel* YouTube mereka, dengan mencontoh hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat umum dan khusunya juga untuk para *content creator* yang ingin mengembangkan *channel* YouTube nya.

1.6 sistematika Penelitian

Sistematika yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat penyusunan uraian mengenai signifikasi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang dimana semua uraian tersebut disusun dalam bab awal atau pendahuluan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Kajian teori yang berisi tentang konsep-konsep penelitian dan kerangka berfikir yang bersifat relevan dapat diguankan sebagai dasar pemikiran yang menjadi penentu arah penelitian dan juga menjadi pedoman dalam melakukan observasi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai pendekatan penelitian, objek penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data dan waktu & tempat penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atas solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran dan kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti setelah melakukan berbagai proses penelitian, dimana penliti memberikan pandangan setelah mendapatkan pengertian tentang apa yang telah peneliti cari mengenai jawaban dari masalah suatu penelitian yang berkaitan dengan skripsi. Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran

UPN "VETERAN" JAKARTA