

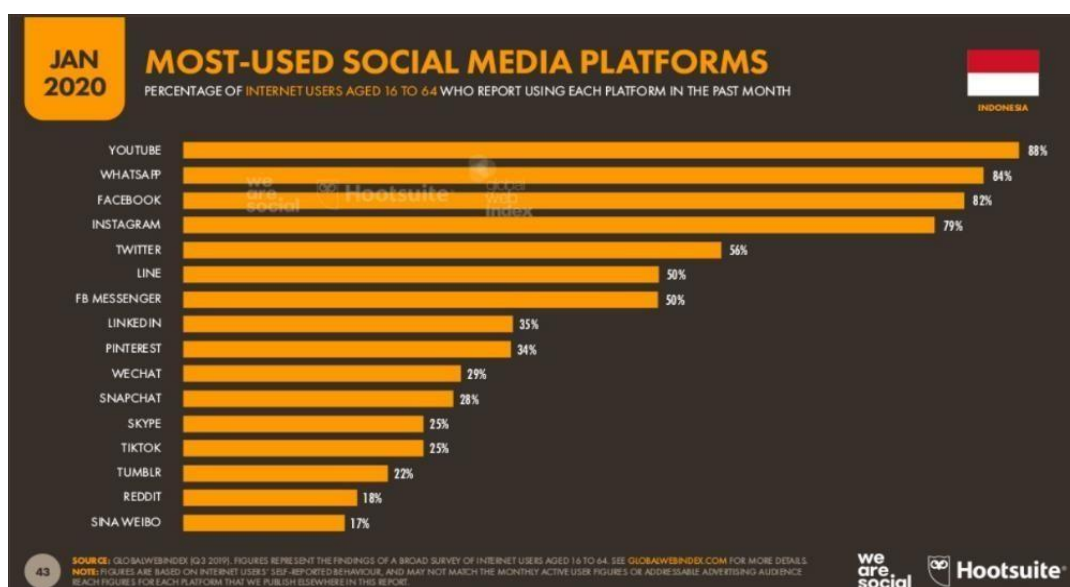
## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang.

Media baru adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi. Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video, dan teks (Efendi et al., 2017). Media baru adalah media yang penggunaannya berbasis internet adapun media yang tergolong media baru adalah blog, facebook, portal online, dan youtube. Salah satu sosial media yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat adalah Youtube. (Simon Kemp, 2020)

Gambar 1 Statistik Media Sosial



Sumber : dateportal.com (2020)

Media baru disebut sebagai perangkat teknologi yang sudah berbeda dan penggunaannya sangat mudah dilakukan semua masyarakat, pernyataan ini juga

diperkuat dengan Media baru adalah media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Norhabiba & Putri, 2018). New media bersifat *massive* atau besar-besaran, yang dimaksud adalah New media memiliki cangkupan yang luas ke khalayak. Dengan memiliki jangkauan yang luas, khalayak dapat dengan mudah menerima informasi atau pesan yang disampaikan melalui media baru dengan mudah. Khalayak juga dapat memilih apa yang dia suka atau mau mereka cari tahu, contohnya : informasi dapat mudah di akses, transaksi jual beli, hiburan berupa game online, streaming video. melalui new media yang di dalam nya berupa media sosial. (Efendi, 2017)

Dari pernyataan diatas, penyampaian pesan atau informasi dapat digunakan secara mudah dan secara luas. Komunikasi massa sangat penting dalam penyampaian informasi atau pesan secara luas, komunikasi massa merupakan komunikasi yang di dalam prosesnya menggunakan suatu media dalam penyampaian suatu pesan. (Syaipudin, 2019). Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media massa, sasarannya adalah khalayak ramai (Kusmiati, 2018).

Media yang dimaksud berupa media sosial yang berfungsi sebagai jembatan penyampaian informasi atau pesan kepada khalayak luas. Komunikasi massa juga umumnya bersifat umum dan terbuka pada khalayak luas dan dapat memberikan berbagai respon terhadap suatu informasi atau pesan yang disampaikan. Selain mempermudah menyebarkan pesan karena waktu dan tenaga yang dipakai cukup minim, komunikasi massa juga dapat mengubah perilaku seseorang atau menggerakkan seseorang untuk melakukan hal yang diharapkan melalui pesan tersebut. Komunikasi massa juga disampaikan secara terbuka dan *heterogen* yang jangkauannya sangat luas.

Salah satu sosial media yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat adalah *Youtube*. *YouTube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung (Baskoro, 2009).

Kehadiran *Youtube* membuat banyak khalayak yang berpindah haluan, dari yang sebelumnya menonton televisi sebagai media untuk menghibur, mencari informasi, dan media pembelajar beralih ke *Youtube*. *Youtube* adalah situs yang menyediakan video dari seluruh dunia, dan mampu diakses oleh siapa saja. *Youtube* bahkan mampu membuat konten mereka sendiri dengan menjadi creator setelah memiliki channel atau akun *Youtube* pribadi. *Youtube* juga dapat menghasilkan uang jika kita memenuhi syarat yang sudah ditentukan melalui *Google AdSense*.

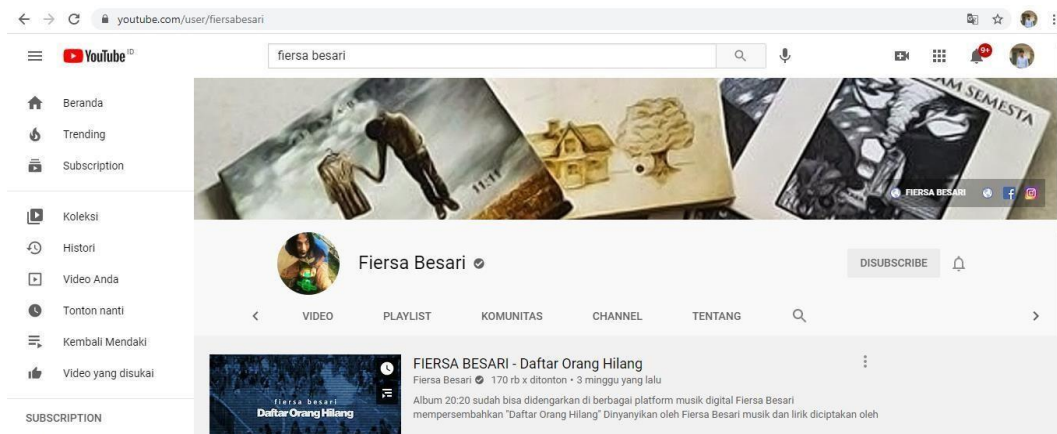
Di dalam video *youtube* yang di unggah seorang *vlogger* memiliki pesan, informasi, atau sebuah hiburan kepada khalayak luas. Pesan yang disampaikan juga beragam cara penyampaiannya, pesan dalam sebuah video dapat juga mempengaruhi perilaku khalayak, seiring teknologi yang semakin maju membuat *Youtube* dapat menembus ruang dan waktu yang begitu cepat. Kemunculan *Youtube* menjadikan banyak orang bebas untuk *upload* video apa saja termasuk kegiatan *vlogging*, dan *vlog* sudah menjadi tayangan yang cukup digemari oleh khalayak banyak karena beragamnya *genre* dari *vlog* itu sendiri. Adapun *genre vlog* yang biasa ditemukan di *Youtube* Indonesia adalah *Daily Vlog*, *Travel Vlog*, *Food Vlog*, *Cinematik Vlog*, dan *Beauty Vlog* (Famous.id, 2017)

*Travel Vlogger* adalah sebutan untuk orang yang membuat konten *Trevelling* berupa video dan biasanya mengunggah videonya ke *Youtube* sebagai hiburan atau referensi bagi pecinta *trevelling*. Setiap *Travel vlogger* biasanya memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dengan jargon dan ciri khas dari video yang dibuat. Adapun *Travel Vlogger* yang dikenal di *Youtube* seperti : Fiersa Besari, Dzawin Nur dan Adinda Thomas. Tayangan *Travel Vlog* banyak dijumpai di *Youtube* Indonesia, salah satunya Fiersa Besari, Melalui video nya Cara Berjalan Yang Nyaman , biasanya *creator* membuat konten yang berisi pesan dan informasi mengenai tempat-tempat yang indah, pengetahuan umum, atau tempat yang keindahannya belum diketahui khalayak. Mengapa penulis memilih Fiersa Besari dikarenakan Fiersa Besari sering melakukan pendakian gunung dan memiliki jumlah *subscriber* yang banyak dan setiap video yang di upload banyak orang yang cukup antusias menunggu nya dan memberikan komentar. Fiersa Besari juga selalu melakukan pendakian menjadi lebih menarik menyelipkan

kesenangan dalam mendaki, sehingga mendaki merupakan menjadi hal yang menyenangkan. Maka dari itu penulis memilih sebagai bahan penelitian.

Fiersa Besari sendiri membuat isi kontennya lebih ringan sehingga khalayak dapat menikmati keindahan yang disajikan dan informasi yang disampaikan Fiersa Besari dapat diterima dengan baik. Kegiatan mendaki gunung bukanlah olahraga seperti yang lainnya. Dikarenakan setiap pendaki harus mempunyai mental yang cukup, memiliki keterampilan, kecerdasan, kekuatan dan kualitas tersendiri. Tantangan dan bahaya yang ada pada saat di gunung hakekatnya untuk menguji kemampuan diri sendiri dengan alam bebas. (Harahap, 2019). Kegiatan mendaki gunung pada saat ini sudah menjadi olahraga maupun kegiatan traveling yang mulai banyak khalayak gemari. Salah satu faktornya diakibatkan dari banyaknya orang yang mengunggah atau menceritakan pengalaman mereka menaiki gunung sehingga membuat khalayak mendapatkan banyak referensi dalam kegiatan mendaki gunung.

## Gambar 2 Channel Youtube Fiersa Besari

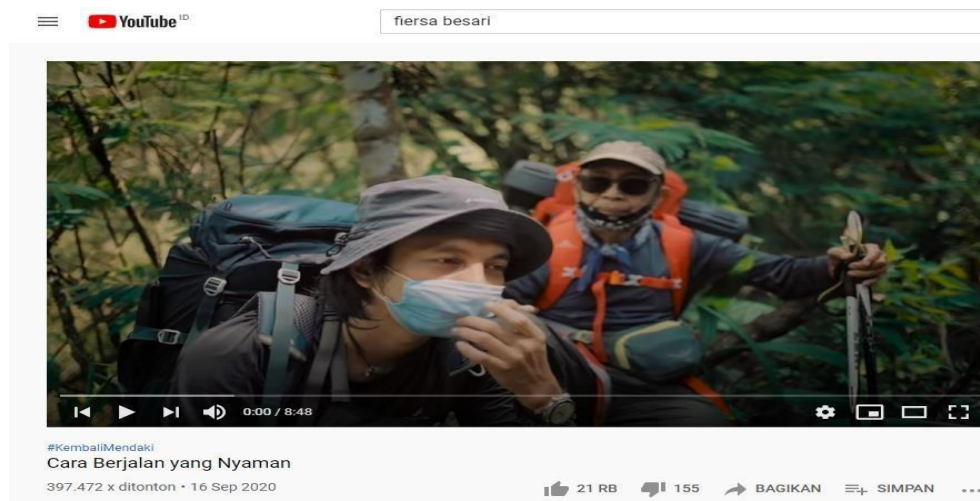


Sumber : Youtube/Fiersa Besari (2021)

Dari sekian banyak *Travel Vlogger* Fiersa Besari adalah salah satu *Travel Vlogger* yang berada di jajaran atas dengan akun youtube buat yang hobi mendaki gunung, seperti ikut mendaki (Nurma Siregar, 2020). Serta Fiersa Besari juga menginspirasi dan pembawaanya cukup tenang dan pemilihan kata yang

baik dalam setiap video yang dibuat nya. Trevel Vlogger ini mulai memiliki akun *Youtube* pada 17 Oktober 2011, Fiersa Besar sudah memiliki 2 juta *subscriber* dan 188.219.641 *views* pertanggal 1 Februari 2021. Fiersa Besari kebanyakan membahas tentang dunia pendakian gunung.

### Gambar 3 Tayangan “Cara Berjalan Yang Nyaman”



Sumber : Youtube/FiersaBesari.com (2021)

Di dalam sebuah channel *Youtube*, pemilik akun memiliki sebuah *playlist* yaitu dapat mengelompokkan sebuah video yang ber genre yang sama. Fiersa Besari juga memiliki sebuah *playlist* yang berjudul #kembalimendaki di dalam *playlist* tersebut berisi semua video pendakian gunung yang dilakukan oleh Fiersa Besari tersebut. Banyak pendaki pemula yang sering gagal ke puncak karena fisik yang kurang memadai, oleh karena itu Fiersa besari membahas tentang cara berjalan yang nyaman sehingga dapat memberikan informasi kepada penonton tentang cara berjalan yang baik dan benar bersama Djukardi Bongkeng Adriana selaku penggiat alam yang memiliki usia lanjut.

Analisis resepsi memang diartikan bagaimana masyarakat memaknai pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Analisis Resepsi digunakan untuk mengetahui khalayak yang menerima pesan-pesan dari media massa dengan cara, respon, sikap dan penerimaan khalayak. Studi Analisis Resepsi juga dapat mengkategorikan khalayak dalam 3 kategori pemaknaan , yaitu : *Dominant*,

*Negotiated dan Oppositional*. Mengkategorikan penonton menjadi 3 golongan ini penting, agar pemberi pesan atau informasi mengetahui respon atau pemaknaan penonton tayangan tersebut agar menjadi bahan introspeksi bagi penyaji tayangan. Seperti pada video Fiersa Besari yang memberikan informasi cara berjalan yang nyaman, dimana kita dapat mengetahui posisi pemaknaan yang tepat pada khalayak dari beberapa *sample*. Pesan memang dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan sesuatu, pesan memiliki daya tarik (*Message Appeals*) yaitu pesan mengandung humor dan sesuatu yang lucu (Kriyantono, 2013). Maka dari itu Fiersa Besari memberikan pesan atau informasi di dalam video yang dibuat secara ringan dan lebih banyak mengandung humor, agar khalayak dapat beranggapan bahwa mendaki gunung adalah suatu kegiatan aman jika mengetahui cara-cara yang tepat.

Pendakian gunung merupakan sebuah olahraga yang cukup ekstrem yang penuh dengan petualangan di dalamnya, kegiatan ini memerlukan kekuatan fisik, keterampilan dan kerja sama yang baik. Banyak orang memandang bahwa mendaki gunung merupakan olahraga yang menakutkan. Akan tetapi, Fiersa Besari mengemas semua pesan dan informasi Cara berjalan yang nyaman lebih ringan dengan membuat video tersebut seperti mengobrol santai dan banyak mengandung humor. Sehingga, pendaki pemula dapat beranggapan bahwa mendaki gunung tidak menakutkan jika memahami cara-cara nya.

Peneliti menggunakan teori *reception analysis*, yaitu menjelaskan proses penerimaan tentang pesan dan penilaian tanggapan terhadap suatu media tersebut, yaitu pikiran ketika mereka yang membaca, melihat, atau mendengar pesan yang diberikan. Analisis resepsi juga diketahui sebagai salah satu *study* yang difokuskan pada kemampuan khalayak dalam menempatkan diri sebagai penerima atau pemberi pesan.

Penelitian tentang analisis resepsi pernah dilakukan sebelumnya, penelitian dilakukan oleh Nabila Rizki Azizah, Ratnaningrum Zusyana Dewi, Masnia Ningsih pada tahun 2019, dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video KITABISA.COM di Youtube” dari hasil penelitian tersebut bahwa analisis resepsi khalayak terhadap stereotip profesi yang ditunjukkan dalam video eksperimen sosial di channel Youtube KitaBisa. Secara

keseluruhan, khalayak dapat memahami stereotip sebuah tanda penilaian khusus baik positif atau negatif dari seseorang kepada pihak lain yang belum dapat dipastikan kebenarannya. Sedangkan profesi sebagai suatu pekerjaan yang membutuhkan keahlian khusus.

Selanjutnya penelitian pernah dilakukan oleh Cipto Aldi pada tahun 2019, dengan judul penelitian “Interpretasi Khalayak Terhadap Tayangan Pembukaan Asian Para Games 2018 Segmen Bulan Karunia ( Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Penyandang Disabilitas dalam Tayangan Pembukaan Asian Para Games 2018 di Youtube)” penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan proses encoding dan decoding dan pesan yang disampaikan khalayak cukup beragam dan dikategorikan menurut teori Stuart Hall. Perbedaan yang ada pada penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling dalam menentukan informan sedangkan pada penelitian ini menggunakan Snowball Sampling.

Penelitian selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Mochamad Pasha Attamimi pada tahun 2019, dengan judul “Interpretasi Khalayak Terhadap Iklan Ramayana Versi #kerenlahirbatin Menyambut Lebaran di Youtube (Studi Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Unsur Humor Verbal dan Non verbal)” pada penelitian ini terdapat kesinambungan antara pemaknaan yang diinterpretasikan khalayak maupun penulis pada menganalisis isi iklan. Penelitian ini berfokus pada komunikasi verbal dan nonverbal dengan Teknik *indepth interview* atau wawancara yang mendalam sehingga dapat mengetahui apa yang dimaksud oleh khalayak, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada pengkategorian khalayak dari apa yang mereka lihat.

Penelitian serupa yang lain juga pernah dilakukan oleh Aida Titania Supriyatman dan catur Nugroho pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Resepsi Penonton Remaja Pada Video Mukbang Dalam Kanal Youtube Yuka Kinoshita” Pendapat khalayak berbeda-beda dalam menanggapi tayangan tersebut, sehingga audiens mengetahui posisinya dalam tiga kategori pemaknaan. Penelitian ini berfokus pada pemilihan informan dengan kategori usia, familiar dengan mukbang, dan sudah pernah menonton tayangan tersebut. Sedangkan di penelitian ini memiliki kategori tersendiri. Di penelitian tersebut berfokus pada

Teknik Purposive Sampling dan sedangkan penelitian ini menggunakan Snowball Sampling.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Syella Febriani dan Umaimah Wahid pada tahun 2018 dengan judul “Pemaknaan Khalayak Terhadap Gaya Komunikasi Jokowi Pada Vlog #JOKOWIMENJAWAB Episode 2 di Situs Youtube (Analisis Resepsi Stuart Hall)” Pada penelitian ini mengacu pada khalayak yang dominan, tetapi ke tiga kategori tetap terisi baik negosiasi dan oposisi. Pada penelitian ini, peneliti sudah memiliki 10 informan pasti dan sudah di saring terlebih dahulu, sedangkan penelitian ini harus melakukan observasi terlebih dahulu untuk mendapatkan informan yang sesuai.

Alasan peneliti Analisis Resepsi Khalayak terhadap video “Cara Berjalan yang Nyaman” di *Youtube* Fiersa Besari (Studi analisis resepsi khalayak terhadap pendaki )” dikarenakan penelitian ini belum pernah di lakukan sebelumnya di fakultas tempat peneliti berkuliah. Kemudian peneliti ingin mengetahui bagaimana pesan yang disampaikan dalam video youtube Fiersa Besari dapat memberikan informasi terhadap khalayak tentang berjalan yang nyaman dalam pedakian gunung. Dan juga peneliti ingin mengetahui persepsi khalayak dengan membuat wawancara terhadap pendaki pemula dan akan dipilih sampel dengan kualifikasi tertentu sehingga sampel tersebut dapat memberikan gambaran tentang persepsi khalayak tentang video “Berjalan dengan nyaman” pada Youtube channel Fiersa Besari .

Oleh sebab itu, maka peneliti akan melakukan penelitian pada *Treveller* akun *Youtube* mengenai Fiersa Besari. Peneliti menjadikan menjadikan bahan penelitian dengan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Resepsi Khalayak terhadap video “Cara Berjalan yang Nyaman” di Yotube Fiersa Besari (Studi analisis resepsi khalayak terhadap pendaki)**



## 1.2 Fokus Penelitian

Fokus pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui lebih lagi persepsi masyarakat terlebih lagi seorang pendaki gunung terhadap video yang dibuat oleh Fiersa Besari dengan judul “Cara berjalan yang nyaman” pada kanal *Youtube* pribadi nya. Penelitian ini juga berfokus untuk mengkategorikan penonton pada tiga kategori pemaknaan yaitu : *Dominant, Negotiated dan Oppositional*.

## 1.3 Pertanyaan penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas,pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana resepsi masyarakat terhadap video "cara berjalan yang nyaman" di kanal *Youtube* Fiersa Besari?
2. Bagaimana posisi khalayak dalam memaknai tayangan "cara berjalan yang nyaman di kanal *Youtube* Fiersa Besari ?

## 1.4 Tujuan Penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pendaki terhadap video “cara berjalan yang nyaman” agar dapat mendaki gunung dengan pengetahuan yang cukup dan mengurangi resiko yang terjadi dalam pendakian.

## 1.5 Manfaat penelitian.

### 1. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi kajian-kajian penelitian ilmu komunikasi studi Analisis Resepsi yang berkaitan dengan tayangan youtube serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi perkembangan ilmu komunikasi.

### 2. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang lebih ke Youtube channel Fiersa Besari sehingga penontonnya semakin banyak atau dapat membuat konten yang lebih menarik lagi. Serta bermanfaat untuk pendaki gunung.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini, penulis mencoba untuk mengurutkan sistematika penulisan yang perlu dijabarkan dan terdapat beberapa bab yang tersusun sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memberikan uraian mengenai hal-hal yang berkaitan dengan topik yang dibahas tentang sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk dibahas, fokus penelitian, tujuan dari penelitian, dan manfaat penelitian ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang uraian dari teori dan konsep-konsep dasar yang berkaitan dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk meguraikan masalah dan memecahkan masalah dalam penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menuliskan beberapa uraian tetang metode dan jenis penelitian yang dipakai, Populasi dan sampel penelitian, teknik pegumpulan data, teknik analisis data, dan terakhir waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang uraian hasil penelitian yang telah dilakukan serta menganalisis posisi khalak pada penelitan tersebut.

### **BAB V PENTUPAN**

Bab ini merupakan penutup atau akhir dalam penelitian ini, berisikan kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**