

PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA

Adinda Vira Eka Reynata

Fakultas ilmu sosial dan hukum, Universitas Negeri Surabaya - Surabaya

adindavira.22011@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Mass communication is defined as any form of communication that conveys information openly through indirect technical dissemination media and uses one-way communication methods aimed at the public. Communicants in mass communication are also anonymous and heterogeneous. With the development of technology today, old media such as books, magazines, newspapers, and radio do not mean that they will be abandoned and forgotten and replaced with new media. Instead, the old media are processed and adapted into new media by applying digitalization technology. The emergence of new media today makes the name Youtube a major concern in the eyes of the public. Even since the presence of Youtube as a new media, not a few users and television viewers have switched to Youtube. Uploaded videos on YouTube are also packaged well and have their own characteristics from the uploader. But YouTube also has its own perception for the community. There are pros and cons with several reasons for each user as a modern mass media.

Keywords: *Mass communication, new media, internet, youtube*

Abstrak

Komunikasi massa diartikan sebagai, segala bentuk komunikasi yang menyampaikan informasi secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan menggunakan metode komunikasi satu arah yang di tuju pada publik. Komunikasi pada komunikasi massa juga bersifat anonim dan heterogen. Dengan perkembangan teknologi di masa sekarang, media lama seperti buku, majalah, koran, dan radio bukan berarti akan ditinggalkan dan dilupakan dan digantikan dengan media baru. Melainkan media lama tersebut diproses dan diadaptasi menjadi media baru dengan menerapkan teknologi digitalisasi. Munculnya media baru pada masa kini membuat nama Youtube menjadi perhatian utama di mata masyarakat. Bahkan semenjak kehadiran Youtube sebagai media baru, tidak sedikit pengguna dan penonton televisi beralih ke Youtube.. Media Baru ini lebih mudah diakses dan dijangkau oleh para masyarakat dimanapun dan kapanpun daripada Media Konvensional, meskipun itu merupakan hal yang sangat relatif. Video unggahan di YouTube juga dikemas dengan bagus serta memiliki ciri khas tersendiri dari pengunggahnya. Namun youtube juga memiliki persepsi tersendiri bagi masyarakat. Ada yang pro dan kontra dengan beberapa alasan tersendiri bagi tiap penggunaanya sebagai media massa yang modern.

Kata Kunci : *Komunikasi massa, Media baru, internet, youtube.*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan sebuah sarana yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan ide, pendapat, pandangan, maupun gagasan kepada sesama manusia dengan tujuan terjadinya kesepahaman kedua belah pihak mengenai pesan yang disampaikan. Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa menyampaikan pesan tanpa berkomunikasi. Perlu diketahui pula bahwa berkomunikasi tidak hanya dilakukan dengan bercakap langsung. namun juga dapat dilakukan melalui cara-cara tidak langsung, seperti halnya penggunaan media.

Dengan adanya perkembangan teknologi di era digital ini, banyak dampak perubahan yang terjadi pada kehidupan kita sehari-hari. Perubahan-perubahan ini lah yang membuat kita menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Salah satu bentuknya adalah adanya perkembangan media baru dalam komunikasi massa. Dalam definisi Meletzke komunikasi massa diartikan sebagai, segala bentuk komunikasi yang menyampaikan informasi secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan menggunakan metode komunikasi satu arah yang di tuju pada publik (Rakhmat,2003: 188). Yang dimana artinya pesan ini tidak hanya ditujukan pada sekelompok orang tertentu, melainkan pesan ini ditujukan untuk semua orang.

Perlu kita ketahui bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang sifatnya satu arah. Karena penyampaian informasi pada komunikasi massa ini dilakukan

menggunakan media massa, maka komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung. Komunikasi pada komunikasi massa juga bersifat anonim dan heterogen. Dalam konteks komunikasi massa, komunikator dan komunikasinya tidak harus saling mengenal, karena pada komunikasi massa yang terpenting adalah bagaimana komunikator dapat Menyusun dan menyampaikan pesan secara sistematis dan sesuai agar komunikasi bisa memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya yaitu terdapat pada jumlah komunikasi yang dicapai relative sangat banyak dan tidak terbatas. Pesan diterima oleh komunikasi secara serempak dan bersamaan memperoleh pesan yang sama. Di sisi lain, komunikasi massa memiliki sebuah kelemahan, dan salah satunya adalah Stimuli pada Indera manusia sebagai penerima pesan atau komunikasi. Berbanding terbalik dengan Komunikasi antarpersonal yang dimana komunikator dan komunikasi dapat bertatap muka langsung dan dapat memaksimalkan alat indera yang ada, karena memang kedua belah pihak dapat melihat, mendengar, mencium secara langsung, meraba, dan bahkan merasa

Media massa merupakan sarana yang efektif dan efisien digunakan sebagai penyaluran informasi. Media massa sendiri awalnya dibagi menjadi 2 jenis yaitu ; media cetak dan media elektronik . media cetak meliputi; koran, majalah, buku , pamflet, dll. Sedangkan media elektronik meliputi; Televisi, Radio, dll. Namun seiring berkembangnya zaman, kini terciptalah sebuah media baru yang meliputi media online, media online ini berkembang beriringan dengan perkembangan internet di Indonesia. Salah satu contoh media baru yaitu Tv online, Streaming video, Streaming Radio, dsb

Dengan semakin berkembangnya internet, maka akan semakin berkembang juga media digital sebagai wadah dalam menyampaikan sebuah informasi. Sebagai produksi media kita juga harus menyeimbangkan konten dan penyampaian berita dengan gaya yang modern mengikuti perkembangan zaman. Karena sebuah media harus terus berkembang agar tidak terkesan kuno di mata para khalayak. Berdasarkan data yang dihimpun oleh DataIndonesia.id pada bulan juni 2022, Remaja Indonesia paling banyak menggunakan internet dibandingkan kelompok usia lainnya. Ini terlihat dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di mana tingkat penetrasi internet pada kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% pada 2021-2022. Posisi kedua ditempati oleh usia 19-

34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet oleh usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Tingkat penetrasi internet pada kelompok umur 5-12 tahun sebesar 62,43%. Sedangkan, persentasenya di usia 55 tahun ke atas hanya 51,73%.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sosial media, internet sebagai media baru di kalangan anak muda menyebutkan bahwa ada pola gaya hidup baru yang terjadi saat ini. Pola perilaku anak muda saat ini menurut data diatas adalah bahwa anak muda era millenials menggunakan daring sebagai aktivitas bermedia mereka sehari-hari .sebagai salah satu contohnya m pada zaman sekarang sudah jarang kita menggunakan radio untuk mendengarkan music karena sudah tersedia aplikasi aplikasi music daring seperti spotify, joox, dll. Contoh lainnya seperti penggunaan televisi sekarang sudah semakin rendah karena telah tergantikan oleh aplikasi streaming daring seperti YouTube.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode kualitatif dapat membantu peneliti untuk menggambarkan sebuah kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat terkait objek dan subjek penelitian yang peneliti akan teliti (Moelong, 2001: 3). Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah ataupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa meliputi ; bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006: 72). Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang akan diteliti dengan melakukan penggambaran subjek dan objek yang akan diteliti tersebut. Dengan teknik pengumpulan data yaitu ; wawancara dan studi literatur. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif , wawancara yang dilakukan pada penelitian ini

melibatkan manusia sebagai subjek utama penelitian yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks. Peneliti mewawancarai langsung 6 informan yakni; SP, OS, ZM , AV, AN , AP.

Studi literatur ini sangat berguna dan bermanfaat bagi penulis , karena membuat menulis mampu mengetahui konsep secara detail dan mampu membuat kerangka berfikir khususnya dalam mengatur serta memilih ,referensi yang paling relevan dengan kajian yang dibuat (Koentjaraningrat,1983). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku – buku referensi , jurnal , Website dan lain sebagainya .

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Media Baru (*New media*)

Media baru atau *new media* adalah istilah yang digunakan untuk media komunikasi masa yang berbasis teknologi digitalisasi dan ketersediaannya yang bersifat luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2011:148). Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang diperbarui menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Media baru juga memiliki karakteristik yang dimana karakteristik tersebut tidak dimiliki oleh media konvensional. Salah satunya adalah media baru dapat menyampaikan informasi dengan segera dan cepat penyebarannya, tidak harus menunggu jadwal penayangan maupun hasil cetak. Dengan perkembangan teknologi di masa sekarang, media lama seperti buku, majalah, koran , dan radio bukan berarti akan ditinggalkan dan dilupakan dan digantikan dengan media baru . Melainkan media lama tersebut diproses dan diadaptasi menjadi media baru dengan menerapkan teknologi digitalisasi didalamnya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan para audiens pada masa kini. Yang penyebarannya melalui jaringan internet.

Terry Flew mengatakan pada buku, *New Media: Teori dan Aplikasi* (Hastasari et al., 2014) Media baru sering disebut sebagai digital media yang diartikan sebagai, “forms of media contents that combine and

integrate data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks”. Dari uraian tersebut, Flew, mendefinisikan media baru yang ditekankan dalam format isi, media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam segala format digital. Kemudian juga ditambahkan, sistem penyebarannya adalah melalui internet (Hastasari et al., 2014).



Gambar 3.1 Grafik Jumlah pengguna Internet di Indonesia.

(Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Pada era sekarang tepatnya pada era digital ini , jaringan internet sangat memiliki peran penting. Menurut data diatas, semakin tahun juga semakin pesat penggunaan internet di Indonesia, hingga kini pada tahun 2021-2022 mencapai 210,03 juta pengguna internet. Karena internet dapat memudahkan orang dalam mengakses segala bentuk hal baru dari media komunikasi. Media baru juga mencakup berbagai aspek dalam kehidupan. Pertama, media baru tidak hanya untuk penyampaian informasi saja namun juga sebagai sarana hiburan, kesenangan, dan pendidikan. Kedua, media baru merupakan inovasi baru untuk merepresentasikan kepada dunia ,kita sebagai masyarakat virtual. Ketiga, media baru merupakan bentuk hubungan baru antara pengguna media dengan teknologi media. Keempat, media baru merupakan sebuah bentuk pengalaman baru dari gambaran baru seseorang, identitas dan komunitas . Dan yang terakhir, media

baru ini mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

McQuail dalam Ardianto (2011:14) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menjadi perbedaan antara media baru (*new media*) dengan media lama (konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu:

1. Interactivity; Di indikasikan dengan rasio respon atau inisiatif dari pengguna media terhadap „tawaran“ dari sumber atau pengirim (pesan).

2. Social presence (sociability); Dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media baru dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.

3. Autonomy; Seorang pengguna merasa lebih optimal dalam mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

4. Playfulness; Media baru digunakan untuk hiburan dan kenikmatan pengguna

5. Privacy; Dikaitkan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih oleh pengguna.

6. Personalization; Tingkatan dimana isi media dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Perkembangan YouTube Sebagai Media Baru

YouTube adalah sebuah situs daring yang menyediakan berbagai informasi dan juga menjadi wadah semua orang untuk berbagi video secara online kepada orang lain. Situs ini memang disediakan untuk mereka yang ingin mencari informasi dalam bentuk video dan dapat menontonnya secara langsung. Kita sebagai pengguna juga bisa mengunggah video ke server YouTube dan membaginya ke seluruh dunia (Baskoro, 2009:58). YouTube merupakan salah satu

media komunikasi dan sebagai sarana informasi yang modern pada zaman sekarang. YouTube dibuat oleh oleh [Steve Chen](#), [Chad Hurley](#) dan [Jawed Karim](#) pada tahun 2005. Lalu YouTube dibeli oleh pihak perusahaan Google pada November 2006 dan hingga sekarang Youtube merupakan milik perusahaan google.

Seiring berkembangnya zaman dari tahun ke tahun, internet juga semakin berkembang menjadi lebih canggih.. Munculnya media baru pada masa kini membuat nama YouTube menjadi perhatian utama di mata masyarakat. Bahkan semenjak kehadiran Youtube sebagai media baru , tidak sedikit pengguna dan penonton televisi beralih ke Youtube . Hal ini juga terjadi karena beberapa alasan pribadi dari para pengguna YouTube. Salah satu nya yaitu dimana YouTube sangat praktis bisa ditonton dimana saja dan kapan saja, dengan hanya bermodalkan smartphone saja kita sudah bisa menonton melalui youtube. Pada zaman sekarang, Youtube semakin memiliki banyak fitur yang memudahkan penggunaannya untuk mencari informasi , seperti disediakannya fitur pencarian sesuai dengan kategori seperti contohnya kategori music, game, memasak, dll. Selain itu YouTube juga menyediakan fitur Video siaran langsung yang dimana pemilik akun bisa berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan para penonton atau audiens, meskipun komunikasi tidak secara langsung tatap muka melainkan dengan perantara fitur chat. Mulai dari informasi berita, Pendidikan , Music. Olahraga, tips and trick, podcast ,dll semua tersedia di dalam aplikasi Youtube. Dari kelebihan youtube inilah yang menjadi daya tarik lebih dimata masyarakat. Selain untuk sarana komunikasi massa, YouTube juga bisa menghasilkan uang dengan fitur afiliasinya .maka terbentuklah peluang lapangan kerja baru dibidang YouTube seperti contohnya seperti YouTuber atau konten kreator.



Gambar 3.2 Data penggunaan Youtube di Indonesia 2022

(Sumber : Datareportal.com)

Menurut data Digital 2022: Indonesia pada laman Datareportal.com, sebanyak 191,4 juta pengguna social media pada Januari 2022. Dimana youtube menjadi social media dengan pengguna terbanyak yakni mencapai 139,0 juta pengguna dan setara dengan 50 persen penduduk Indonesia. Untuk menempatkan memperoleh angka angka tersebut, iklan aplikasi YouTube mencapai 67,9 persen dari total basis pengguna internet Indonesia (tanpa memandang usia) pada Januari 2022. Saat itu, 46,9 persen penonton iklan YouTube di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 53,1 persen adalah laki-laki.

Persepsi YouTube Sebagai Media Baru

YouTube merupakan salah satu media internet paling populer di kalangan semua umur, serta penggunaanya juga tersebar luas di seluruh dunia. Dari anak kecil hingga orang dewasa, mereka pasti mengenal YouTube. Bahkan beberapa dari mereka juga menganggap YouTube sebagai bagian dari kebutuhan sehari-hari. Namun youtube juga memiliki persepsi tersendiri bagi masyarakat. Ada yang pro dan kontra dengan beberapa alasan tersendiri bagi tiap penggunaanya sebagai media massa yang modern. Efektif atau tidaknya penggunaan YouTube tentu tergantung dari sudut pandang individu masing-masing. Apalagi dengan semakin maju dan berkembangnya teknologi yang ada, yang membuat penggunaan Media Baru ini lebih mudah diakses dan dijangkau oleh para masyarakat dimanapun dan

kapanpun daripada Media Konvensional, meskipun itu merupakan hal yang sangat relatif. Video unggahan di YouTube juga dikemas dengan bagus serta memiliki ciri khas tersendiri dari pengunggahnya. Video YouTube dikemas sangat kreatif dan mengikuti *trend zaman*. Pemilik akun yang mengunggah video sering kita sebut dengan istilah 'Konten kreator'. Konten creator pasti akan memberikan dan menyajikan video video yang dikemas secara menarik agar mendapatkan banyak penonton, dari penonton inilah para konten creator bisa menghasilkan keuntungan atau bis akita sebut dengan adsense , gaji yang diberikan YouTube kepada konten kreator Ketika konten kreator ini memenuhi syarat. Inilah yang menjadi pro kontra persepsi masyarakat terhadap YouTube, karena beberapa konten kreator hanya mencari keuntungan tanpa berfikir dampak pengaruh video yang mereka buat.

Sesuai hasil wawancara AN, AP, ZM, dan SP, mengutarakan bahwa YouTube sebagai media baru sangat membantu dalam sarana penyampaian informasi. Salah satu contohnya seperti pada saat pandemi, dimana semua pembelajaran dilakukan secara daring atau pembelajaran jarak jauh karena penerapan pembelajaran daring ini kadang membuat siswa maupun mahasiswa sulit mencerna dan memahami materi, kita bisa memanfaatkan YouTube dan mencari materi yang ingin kita cari dan pelajari.

Seperti yang kita tahu, bahwa YouTube bisa diakses hingga ke seluruh dunia. Dengan hal ini maka kita bisa mengakses video video yang dibuat oleh konten kreator luar negeri untuk menambah wawasan kita. Selain itu kita dapat menonton video video *vlog* para konten kreator yang berkunjung ke negara orang, hanya dengan menonton video melalui YouTube saja kita sudah bisa tau dan belajar banyak hal. Dimana kita bisa mendapatkan pengetahuan mengenai gaya hidup di luar negeri tanpa kita harus berkunjung secara langsung. YouTube juga bisa menjadi wadah hiburan dikala stress dan bosan , karena memang kita bisa banyak menjumpai video video sesuai dengan apa yang kita inginkan. Berbeda dengan televisi, jika pada televisi kita harus menunggu jadwal tayang sebuah acara yang kita inginkan,

bahkan tidak sedikit pula siaran di televisi sangat membosankan karena yang ditayangkan hanya itu itu saja. Salah satu kelebihan YouTube adalah kita bisa menonton acara atau siaran ulang yang ada di televisi, sedangkan di televisi belum tentu bisa menonton video yang diunggah di YouTube.

Menurut pendapat AV dan OS mereka tau bahwa YouTube ini memiliki banyak kelebihan sebagai media komunikasi dan sarana Informasi . Namun mereka juga merasa informasi yang disajikan oleh YouTube ini tidak semuanya akurat atau sering yang sering kita sebut dengan istilah *hoax*. Karena pada dasarnya YouTube bisa diakses oleh semua orang dan bahkan semua orang bisa mengunggah video yang diinginkan, meskipun ada larangan beberapa video yang tidak bisa diunggah seperti mengunggah video yang memang memiliki hak cipta. Faktor lainnya juga karena penyebaran informasi melalui youtube ini terbilang sangat cepat, sehingga informasi negatif yang belum diketahui kebenarannya ikut tersebar. Selain itu juga banyak konten-konten yang tidak pantas ditonton oleh anak dibawah umur karena isi kontennya yang menggunakan kata-kata tidak pantas . meskipun telah disediakan YouTube kids tapi tetap saja banyak anak-anak yang tetap menonton video game yang menyajikan adegan-adegan yang tidak pantas ditonton anak-anak seperti adegan tembak-tembakan, tinju, bertengkar, dan lain-lain. Banyak juga video-video yang dimana penilik video menggunakan kata-kata yang tidak pantas didengarkan oleh anak-anak, dan masih banyak lagi video yang bisa membawa pengaruh buruk untuk anak-anak.

Kesimpulan

Lahirnya media baru sangat memiliki dampak yang signifikan untuk semua orang. Dimana seiring berjalannya waktu, khalayak juga semakin mengenal YouTube sebagai media baru , sarana informasi . Baik dalam segi Pendidikan, olahraga, music, dan lain-lain. YouTube bisa mawadahi segala video yang dibutuhkan oleh masyarakat di era digital ini.

Dengan segala kelebihannya sebagai media baru , YouTube juga terus mengoptimalkan segala fiturnya yang disesuaikan dengan kebutuhan para pengguna. Semua orang juga bisa mengakses YouTube secara gratis selain itu juga YouTube mudah dioperasikan.

Tentu kelebihan-kelebihan YouTube ini tidak sepenuhnya menutupi kekurangan dari konten-konten video yang diunggah di platform YouTube. Penyaringan video harus tetap dilakukan saat pengguna ingin menonton video di YouTube, karena memang pada dasarnya semua orang dapat dengan mudah dan memiliki hak untuk mengunggah video apapun di YouTube dan unggah-unggahan tersebut belum tentu bisa kita nilai positif. Beberapa video yang ada di YouTube terkadang berisikan hal-hal negatif , seperti contohnya penyebaran informasi yang palsu. Dimana para pengguna YouTube ini sendiri dari semua kalangan, dan tidak menutup kemungkinan jika konten-konten yang negative dan menyesatkan akan mempengaruhi pola pikir seseorang.

Daftar Pustaka

- Ardianto , E., Komala, L., & Karlina , S. (n.d.). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.
- Bayu, D. (2022). *DataIndonesia.id*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/apji-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Kemp, S. (2022). *DATAREPORTAL*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Mutia, T., & Yudiastira, R. (2020). Penerapan Media Streaming Youtube Oleh Gemilang Tvsebagai Wadah Informasi Di Indragiri Hilir. *E-JOURNAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*.
- Septiani, I. (2022). PENGGUNAAN MEDIA VIDEO DALAM PEMBELAJARAN PAI KELAS VII DI SMP N 5 TERBANGGI BESAR. *UIN Raden Intan Repository*.