

**PEMAKNAAN VIDEO BLOG DI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA
KREATIVITAS
(Studi Deskriptif Pada Pengguna Vlog di Medan)**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom)
Program Studi Ilmu Komunikasi*

Oleh

VEBI NOVANI
NPM: 1303110177



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

VEBI NOVANI, 1303110177, Pemaknaan Video Blog di YouTube Sebagai Media Kreativitas (Studi Deskriptif Pada Pengguna Vlog di Medan).

Perkembangan teknologi komunikasi pada masa kini menyuguhkan media komunikasi yang semakin variatif. Salah satunya adalah video blog atau vlog merupakan suatu aplikasi aktivitas blogging yang tidak lagi dengan tulisan melainkan dengan media video yang saat ini banyak dipilih masyarakat sebagai sarana menyampaikan informasi yang mudah dan menarik. Dengan ide-ide baru vlog mampu membagikan berbagai macam konten yang menarik dan memiliki unsur kreatif sehingga dapat mengembangkan kreativitas dalam diri seseorang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan video blog di YouTube sebagai media kreativitas. Narasumber yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) orang yang terdiri dari 2 (orang) vlogger dan 2 (dua) orang *viewers*. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu dimana objek penelitian dalam penelitian kualitatif ini tidak dibatasi dengan banyaknya jumlah responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan ialah teknik wawancara, yang bertujuan mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi.

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan teori fenomenologi menunjukkan bahwa pemaknaan video blog di YouTube sebagai media kreativitas memiliki pandangan yang bagus dan mampu mengembangkan kreativitas seseorang, hal ini diperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti.

Hal ini peneliti menyarankan kepada vlogger agar lebih sering *upload* video dengan konten yang sangat kreatif agar dapat membuka pikiran sekaligus menambah wawasan dan kreativitas seseorang bukan hanya sebagai kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan finansial semata.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kahadirat Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan serta rahmat dan hidayah kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMAKNAAN VIDEO BLOG DI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KREATIVITAS” sesuai dengan waktu yang telah ditentukan tidak terlepas dari hambatan dan rintangan yang menyertai dalam pembuatan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikaasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Pada kesempatan ini penulis sertakan ucapan terima kasih yang tak terhingga yang sangat teristimewa untuk kedua orang tua saya Ayahanda **SUKARNI** dan Ibunda **NARA SANTI** yang sangat saya sayangi dan cintai, mereka orang terhebat yang secara tidak langsung selalu mendukung saya, dengan sepenuh hatinya, yang selalu memberikan do'a nya kepada saya sehingga saya dapat melancarkan semuanya, karena doa merekalah penulis sampai ke tahap ini, dan untuk kakak laki-laki saya **ANJAS NOVERDI**, kakak perempuan saya **almh. DESRI NOVELA** yang selalu saya rindukan dan adik perempuan saya **SELLYNA NOVA INSANI** yang selalu memberi dukungan semangat kepada saya untuk mengerjakan skripsi ini.

Disamping itu semua penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Rudianto, S.Sos., M.Si, selaku Wakil Rektor III di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Tasrif Syam M.Si selaku Dekan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zulfahmi Ibnu, selaku Wakil Dekan II Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Abrar Adhani, S.Sos M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku Pembimbing I yang telah begitu banyak meluangkan waktunya maupun tenaga dan pikirannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Nurhasanah Nasution,. S.Sos., M.I.Kom selaku ketua Jurusan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Akhyar Anshori. S.Sos., M.I.Kom selaku sekretaris Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Puji Santoso, SS. M.SP yang telah begitu banyak meluangkan waktunya maupun tenaga dan pikirannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah banyak memberi penulis ilmu.
10. Seluruh Staff BIRO Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang utama untuk Pak Naldi, Bang Lindung, Bang Ridwan, Bang Ucok, dan Kak Ayu yang sudah membantu penulis dalam urusan kuliah.
11. Untuk sahabat-sahabat saya tercinta Inda Permata Sari Nasution, Annisa Bella Rasyidi, Dinda Aulida yang telah banyak membantu dan memberi semangat kepada saya untuk mengerjakan skripsi ini.
12. Untuk sahabat saya yang paling saya rindukan Rizky Indarini Hasibuan yang selalu mendo'akan saya agar segala urusan berjalan dengan lancar, dan juga kepada sahabat saya Ayu Syafitri dan Puteri Sarah Nasution semoga kita bisa berkumpul kembali.
13. Terima kasih buat teman seperjuangan saya Putri Septira Dhita dan Devi Sari Risky serta Humairoh Saragih, Veby Rizka, Nadya Putri Ranov, Windy Widyasmarani, Amira Rasyid, Inka Apriani, Nur Fitria Angraini yang akhir-akhir ini banyak sekali membantu saya.
14. Teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2013, khususnya untuk kelas Penyiaran D sore.
15. Terima kasih juga kepada seluruh Staf TvOne Biro Medan yang sudah memberi kesempatan untuk kami belajar dan menambah ilmu yang lebih.

16. Terima kasih kepada MedanMotovlogger terkhusus kepada Agus Suardani dan Risky Lubis yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik membangun sehingga untuk sesuatu yang baik kedepannya.

Demikianlah penulisan skripsi ini penulis buat agar dapat bermanfaat bagi semua, penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Medan, 13 April 2017

Penulis

Vebi Novani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II URAIAN TEORITIS	11
A. Komunikasi.....	11
1. Pengertian Komunikasi	11
2. Fungsi Komunikasi	11
3. Bentuk-Bentuk Komunikasi	13
B. Komunikasi Massa.....	14
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	14
2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	15
3. Komponen Komunikasi Massa.....	16
C. Komunikasi Antarpersonal.....	18
D. Interaksi Simbolik.....	21

E. Makna.....	24
F. Fenomenologi	27
G. Internet.....	36
H. <i>New Media</i>	38
I. Media Sosial	39
J. Blog	42
a. Jenis-Jenis Blog	43
b. Manfaat Blog	44
K. Video Blog.....	46
L. Kreativitas.....	48
M. YouTube	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Jenis Penelitian	53
B. Kerangka Konsep.....	53
C. Definisi Konsep	54
D. Kategorisasi	56
E. Narasumber.....	58
F. Teknik Pengumpulan Data	58
G. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Ilustrasi Penelitian.....	60
B. Analisis Data.....	61
C. Pembahasan	70

BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi pada masa kini menyuguhkan media komunikasi yang semakin variatif. Dengan kemajuan dibidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, orang dapat dengan mudah memperoleh berbagai macam informasi yang terjadi di belahan dunia tanpa harus datang ke tempat tersebut melalui internet. Informasi-informasi penting yang diinginkan itu sendiri, kini kian beragam kemudahan dalam memperolehnya, Informasi itu sendiri didapati dari sebuah alat komunikasi berupa internet.

Internet sendiri kependekan dari *interconnection networking* yaitu seluruh jaringan computer yang saling terhubung menggunakan standar sisitem global *transmission control protocol/internet protocol suite (TCP/IP)* sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching commucation protocol*) untuk melayani milliaran pengguna diseluruh dunia. Rangkaian internet terbesar itulah yang dinamakan internet itu sendiri. Internet merupakan jaringan computer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), dimana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan *hardware* dan *softwere* computer yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon.
<http://id.wikipedia.org/wiki/internet> (di akses pada 28 Desember 2016)

Internet sebagai produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi maka, internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu, masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Munculnya internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet. Interaksi antar manusia tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Internet sangat bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Shiefti Dyah Alyusi (2016 : 1)

Dari internet yang ada itu, hadir media media baru ditengah-tengah masyarakat, Kehadiran media baru (*new media*) memungkinkan perbedaan ruang dan waktu tidak lagi menjadi alasan penghambat komunikasi antar manusia. Sebuah aspek yang terbilang sudah tidak baru di dunia internet sekaligus media *online* yang mengalami inovasi yaitu blog dengan pembaruan media Vlog. Vlog itu sendiri merupakan bentuk perkembangan informasi dalam dunia komunikasi, yang mana pada masa dahulu informasi hanya dapat dilihat dari surat kabar dan televisi, serta radio semata, namun seiring perkembangan zaman, teknologi informasi kian berkembang pesat, dengan mudahnya informasi saat ini untuk didapat, hanya dari sebuah teknologi dalam bentuk yang kecil seperti *handphone*, tablet dan lain sebagainya.

Informasi yang hadir ditengah-tengah masyarakat itu sendiri, tidak hanya melulu dalam bentuk tulisan, dan gambar gambar semata, tetapi lebih dari itu, sekarang informasi dapat diperoleh dari rekaman atau hasil kamera dalam bentuk video, dari video itu sendiri terdapat suatu informasi yang lengkap, tidak seperti dalam bentuk tulisan yang dapat dirubah naskah suatu informasi itu, tetapi didalam video dapat diketahui dengan jelas suatu informasi yang disampaikan dalam video yang ditayangkan tersebut.

Video-video yang ada itu sendiri kini dapat disalurkan juga kedalam media blog sebagai media sosial, yang mana dalam buku Lea Willsen (2011 : 3) media blog pertama kali dipopulerkan oleh Blogger.com yang dimiliki oleh Pyralab sebelum akhirnya Pyralab diakuisisi oleh Google.com pada akhir tahun 2002 yang lalu. Semenjak itu banyak terdapat aplikasi- aplikasi yang bersifat sumber terbuka yang ditujukan bagi perkembangan para penulis blog tersebut maupun untuk kebutuhan media sosial masyarakat yang biasa disebut sebagai medsos. Medsos hadir dengan membawa kemudahan dalam berbagai hal termasuk dalam hal penyaluran dan pembagian informasi. Perlu diketahui informasi itu sendiri merupakan suatu hal yang berkaitan tentang suatu komunikasi.

Komunikasi sendiri merupakan kebutuhan dasar manusia. Sejak lahir dan selama proses kehidupannya, manusia akan selalu terlibat dalam tindakan-tindakan komunikasi. Tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, diantara dua orang atau lebih, kelompok, keluarga, organisasi dalam konteks publik secara lokal, nasional, regional dan global atau melalui media massa. Sehingga pada

dasarnya pengertian komunikasi sebagai proses penyampaian makna dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain melalui media tertentu. Pertukaran makna sendiri merupakan inti yang terdalam dari kegiatan komunikasi karena yang disampaikan orang komunikasi bukan kata-kata, tetapi arti atau makna dari kata-kata. Yang ditanggapi orang dalam komunikasi bukan kata-kata tetapi makna dari kata-kata.

Komunikasi dalam bentuk blog sebagai media sosial tak ubahnya komunikasi dalam bentuk media cetak, yang membedakannya dimana lewat media blog itu si pemilik, pengembang atau para penulis akan membagikan informasi-informasi yang diketahuinya kepada publik. Keunggulan dari blog bila dibandingkan dengan media cetak ialah pengelolaan blog bersifat pribadi, namun dapat dimiliki dan dinikmati/dibaca oleh setiap individu diseluruh dunia yang memiliki akses ke jaringan internet, sehingga pada dasarnya seluruh masyarakat didunia, sepanjang terhubung dengan internet dapat mengetahui segala informasi yang ada, dan dapat menyimpan informasi itu dan memiliki informasi itu didalam sebuah alat komunikasi yang ada, sekalipun hanya lewat sebuah gadget kecil seperti *handphone* dan lain sebagainya. Selain berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi atau gagasan untuk diakses oleh publik, blog juga dapat digunakan sebagai sarana mempromosikan sebuah produk yang dijual atau sekedar *diary* yang mencatat kegiatan sehari-hari seseorang.

Ditengah-tengah masyarakat sekarang ini jenis blog yang paling banyak digandrungi adalah blog pribadi. Dengan adanya blog itu sendiri, membuat masyarakat bebas dalam menyampaikan informasi dan bebas dalam

menyampaikan aspirasi. Hadirnya blog itu akan membawa kemudahan bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi atas suatu permasalahan yang sedang terjadi ditengah-tengah masyarakat, berbicara mengenai blog itu sendiri tidak terlepas dari adanya kegiatan *ngeblog* itu sendiri.

Ngeblog (istilah bahasa Indonesia dalam *blogging*) harus sering dilakukan untuk menunjukkan eksistensi pemilik blog, juga untuk mengetahui sejauh mana blog dirawat (mengganti *template*) atau menambah artikel. Sekarang ada 10 juta blog yang bisa ditemukan di internet dan masih bisa berkembang lagi, karena saat ini ada banyak sekali *software*, *tool*, dan aplikasi internet lain yang mempermudah para *blogger* (sebutan pemilik blog) untuk merawat blognya.

Selain merawat dan terus melakukan pembaruan di blognya, para blogger yang tergolong baru pun masih sering melakukan *blog walking*, yaitu aktivitas dimana para blogger meninggalkan link di blog atau situs orang lain seraya memberikan komentar. Beberapa blogger kini bahkan telah menjadikan blognya sebagai sumber pemasukan utama melalui program periklanan seperti AdSense, posting berbayar, jualan link, afiliasi dan lain lain. Sehingga kemudian muncullah istilah profesional blogger, atau problogger, orang yang menggantungkan hidupnya hanya dari aktifitas ngeblog. Karena memang faktanya banyak kanal-kanal pendapatan dana, baik berupa dolar maupun rupiah dari aktivitas ngeblog ini. Lea Willsen (2011 : 5-6)

Selain dalam bentuk tulisan pada sebuah blog juga tak jarang hadir video blog yang mana video itu biasanya berisi kegiatan sehari-hari yang dilalui oleh seseorang. Saat sekarang ini banyak video blog yang beredar di youtube yang

kebanyakan berisi tentang aktifitas sehari-hari yang dilalui oleh seseorang, seperti video blog tentang objek wisata, objek kuliner dan lain sebagainya, yang kesemuanya itu dapat dilihat oleh seluruh individu diseluruh belahan dunia sepanjang tersambung dengan jaringan internet.

Saat ini para generasi baru sudah tidak lagi mengalami kebingungan untuk menunjukkan kreativitasnya. Setiap orang dengan bebas untuk mengembangkan dan menyalurkan kreativitasnya melalui berbagai macam bentuk media seperti televisi, radio, majalah, internet bahkan media sosial sekalipun. Dan salah satu media sosial yang saat ini sangat digemari adalah vlog. Vlog sudah semakin banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia termasuk juga warga kota Medan. Di Medan sendiri banyak anak muda yang menggunakan vlog sebagai sarana hiburan dan penyampaian informasi yang dikemas secara menarik dan kreatif contohnya seperti MedanMotovlogger, Medanvidgram, BestBeforeChannel, dan lain-lain. Tak hanya masyarakat umum, petinggi Negara pun juga ikut menggunakan vlog sebagai saluran video pribadinya seperti Bapak Presiden Indonesia yang sudah memiliki viewers yang sangat banyak. Begitu fenomenalnya vlog dan mampu membangun kreativitas sehingga Pemerintah memiliki rencana untuk mengubah vlog menjadi sebuah media pembelajaran baru bagi siswa-siswi sekolah di Indonesia.

Vlog dengan penonton terbanyak di YouTube sudah mencapai 14 juta lebih dan vlog dari Indonesia sudah mencapai 600 ribu lebih. Maka fenomena vlog yang cukup viral ini bisa dimanfaatkan sebagai momen untuk memuat konten positif secara menarik dan menghibur. <http://andreas->

ginting.blogspot.co.id/2016/04/karya-tulis-ilmiah-vlog-sebagai.html (diakses pada tanggal 13 maret 2017)

Video blogging merupakan suatu format video dari aktivitas blogging, ia mulai menunjukkan eksistensi yang signifikan pada tahun 2004 dan baru menunjukkan popularitasnya yang meningkat pada awal tahun 2005. Situs berbagi video yang paling populer saat ini, YouTube. Ia termasuk dari sekian banyak situs yang dapat mengelola masukan video, dan mempersilahkan para penggunanya untuk memiliki serta mengelola halaman video mereka sendiri. Video blogging juga merupakan kategori berbagi video yang populer di situs YouTube. id.m.wikipedia.org (di akses pada 15 januari 2017)

Dengan nge-Vlog ini, kreativitas dalam diri seseorang dapat termotivasi untuk ngevlog secara berkala dengan aktivitas yang dapat memberikan kegunaan bagi diri vlogger maupun yang melihat vlog tersebut. Seperti menurut Mangunhardjana, kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya berguna (*useful*), lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik atau banyak.

Sehingga pada dasarnya Vlog tersebut dapat memberikan makna yang mendalam untuk meningkatkan kreativitas seseorang dalam memposting video dalam bentuk Vlog tersebut. Berdasarkan pemaknaan hadirnya Vlog tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan judul "Pemaknaan Video Blog di YouTube Sebagai Media Kreativitas (Studi Deskriptif Pada Pengguna Vlog di Medan)".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Pemaknaan Video Blog di Youtube Sebagai Media Kreativitas?

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas sehingga dapat mengaburkan penelitian, maka dibutuhkan pembatasan masalah yang jelas dan spesifik. Adapun yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian terbatas pada MedanMotovlogger
2. Sampel penelitian ini adalah member pada MedanMotovlogger yang terdiri dari 2 orang member dan juga pada 2 orang viewers.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pemaknaan video blog di youtube sebagai media kreativitas pada MedanMotovlogger

E. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya suatu tujuan penelitian, maka secara garis besar penelitian yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian penelitian komunikasi tentang Pemaknaan Video Blog di YouTube sebagai Media Kreativitas.
2. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam Pemaknaan Video Blog di YouTube sebagai Media kreativitas.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan kepada member MedanMotovlogger tentang pemaknaan video blog di YouTube sebagai media kreativitas.

F. Sistematika Penulisan

Untuk membahas sistematika yang ada, maka penulisan dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut :

- BAB I** : Pendahuluan, berisikan tentang: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.
- BAB II** :Uraian Teoritis, berisikan tentang: Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Antarpersonal, Interaksi Simbolik, Makna, Fenomenologi, Internet, New Media, Media Sosial, Blog, Video Blog, Kreativitas, Youtube.
- BAB III** : Metode Penelitian, berisikan tentang: Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Defenisi Konsep, Kategorisasi, Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data.

- BAB IV** : Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisikan tentang:
Hasil Penelitian yang akan dikumpulkan dari Pelaksanaan dan
Pembahasannya.
- BAB V** : Penutup, berisikan tentang: Kesimpulan dan Saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi (*communication*) adalah sebuah proses sistematis dimana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna. (Wood, 2013:3)

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide dan gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya. Secara etimologis, komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin yang berarti sama. *Communico*, *communicatio* atau *communicate* yang berarti membuat sama (*make to common*). (Hermawan, 2012:4).

Schramm (Effendy, 2003:30-31) menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, jikalau pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

2. Fungsi Komunikasi

a) Pendidikan dan Pengajaran

Komunikasi menjadi sarana penyediaan pengetahuan, keahlian dan keterampilan untuk memperlancar peranan manusia dan memberikan

peluang bagi orang lain untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

b) Informasi

Kualitas kehidupan akan menjadi miskin apabila tanpa informasi. Ada pepata mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dia lah yang menguasai dunia, dan komunikasi menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya.

c) Hiburan

Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya misalnya melalui film, televisi, radio, drama, musik, literatur, komedi, dan permainan.

d) Diskusi

Komunikasi merupakan sarana yang baik bagi penyaluran bakat untuk berdebat dan berdiskusi tentang gagasan baru yang lebih kreatif dalam membangun kehidupan bersama.

e) Persuasi

Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang *persuader* terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

f) Promosi Kebudayaan

Komunikasi membuat manusia dapat menyampaikan dan menumbuhkan kembangkan kreativitasnya dalam rangka pengembangan kebudayaan.

g) Integrasi

Melalui komunikasi, maka sejumlah orang yang melintas ruang dan waktu di muka bumi ini dapat diintegrasikan, artinya dengan komunikasi makin banyak orang yang saling mengenal dan mengetahui keadaan masing-masing. (Liliweri, 2011 :136-138).

3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Mutual understanding, perubahan pemikiran dan perilaku. Komunikasi memiliki dua jenis dalam bentuk penyampaiannya, yakni verbal dan nonverbal. Verbal itu mencakup lisan dan tulisan, sedangkan nonverbal mencakup mimik wajah, bahasa tubuh ataupun simbol.

a) Komunikasi Verbal (*Verbal Communication*)

Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol-simbol verbal. Simbol verbal bahasa merupakan pencapaian manusia yang paling impresif dalam berkomunikasi. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Menurut Deddy Mulyana (2000) bahasa juga dapat dianggap sebagai sistem kode verbal. (Harapan dan Ahmad 2014 : 25-26)

Komunikasi verbal adalah proses penyampaian pesan secara lisan dan dengan bahasa yang lebih teratur. Komunikasi verbal akan lebih jelas maknanya bila disertai dengan ekspresi wajah, gestur tubuh dan intonasi suara.

b) Komunikasi Nonverbal (*Nonverbal Communication*)

Menurut Budyatna dan Ganiem (2011 : 110) Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Komunikasi nonverbal adalah penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting dari pada apa yang kita katakan. Salah satu dari beberapa alasan yang di kemukakan oleh Richard L. Weaver II (1993) bahwa kata-kata pada umumnya memicu pada salah satu sekumpulan alat indra seperti pendengaran, sedangkan komunikasi nonverbal dapat memicu sejumlah alat indra seperti penglihatan, penciuman, perasaan, untuk menyebutkan beberapa. Nonverbal cenderung lebih kepada otak kanan yang bersifat afektif atau emosional.

Komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Pesan yang disampaikan dapat melalui gestur tubuh, penampilan dan lainnya yang dapat dipahami oleh orang lain. Pesan non-verbal juga menjadi cara berkomunikasi yang lebih cepat dalam menyampaikan gagasan, emosi dan perasaan-perasaan lainnya secara tidak langsung.

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa dari Wikipedia adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak

(publik). Organisasi-organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat.

Romli, (2016:4-5) Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas, tentu saja berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang, atau kelompok yang hanya beberapa orang. Sedangkan menurut Mulyana (2010:3) komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonym dan heterogen.

Secara sederhana, komunikasi massa ialah komunikasi yang dilakukan melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan media sosial yang dtujukan kepada masyarakat luas.

2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Menurut Romli (2016 : 9) Ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

- a) Pesan bersifat umum
- b) Komunikannya anonim dan heterogen
- c) Media massa menimbulkan keserempakan

- d) Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan
- e) Komunikasi massa yang bersifat satu arah
- f) Stimulasi alat indra yang terbatas
- g) Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Dalam banyak hal, proses komunikasi massa dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya adalah sama: seseorang membuat pesan, yang pada dasarnya adalah tindakan intrapersonal (dari dalam diri seseorang). Pesan itu kemudian dikodekan dalam kode umum, seperti bahasa. Kemudian ia ditransmisikan. Orang lain menerima pesan itu, menguraikannya dan menginternalisasikannya. Internalisasi pesan juga merupakan kegiatan intrapersonal.

Dalam hal ini komunikasi massa adalah bentuk yang berbeda. Menyusun pesan yang efektif untuk ribuan orang dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda-beda membutuhkan keahlian yang berbeda dengan sekedar bicara dengan teman. Menyusun pesan lebih kompleks karena ia harus menggunakan suatu sarana misalnya percetakan, kamera atau perekam. (Vivian, 2015 : 450-451)

3. Komponen Komunikasi Massa

- a) Komunikator Massa

Jantung komunikasi massa adalah orang-orang yang memproduksi pesan yang disampaikan lewat media massa. Orang-orang ini mencakup jurnalis, penulis naskah film, penulis lagu, penyiar televisi, *disc jockey* radio, praktisi *public relation*, dan orang-orang periklanan seperti *copy writer*. Daftarnya masih bias terus bertambah.

Komunikator massa (*mass communicator*) berbeda dengan komunikator lain karena mereka tidak dapat melihat audiennya. David Letterman tahu bahwa ratusan ribu orang sedang menonton acara Top 10-nya, tetapi dia tidak bisa melihat atau mendengar mereka tertawa dan tersenyum. Dia tidak mendapat feedback langsung dari audien massanya. Komunikasi dengan audien yang tak dilihat langsung inilah yang membedakan komunikasi massa dari bentuk komunikasi lain.

b) Pesan Massa

Item berita adalah pesan massa (*mass message*), seperti film, novel, lagu rekaman, dan iklan billboard. “pesan” (*message*) adalah bentuk paling nyata dari hubungan kita dengan media massa. Kita memerhatikan media karena ingin mendapatkan pesannya.

c) Media Massa

Media massa (*Mass Media*) adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, televisi, radio, rekaman, film, dan web. Kebanyakan ahli teori menganggap media sebagai wahana yang netral dalam membuat pesan.

d) Komunikasi Massa

Proses dimana pesan sampai ke audien melalui media massa disebut komunikasi massa (*mass communication*).

e) Audien Massa

Jumlah dan diversitas audien massa (*mass audience*) menambah kompleksitas komunikasi massa. Audien massa berubah-ubah. Tantangan dalam

melakukan komunikasi ke audien massa bahkan lebih kompleks karena orang berubah-ubah dalam memberi perhatian di sepanjang waktu mereka, dan ketika mereka sedang memerhatikan, perhatian itupun bervariasi tingkat intensitasnya. (Vivian 2015 : 451-454)

Perkembangan teknologi dewasa ini memberikan dampak yang luas bagi masyarakat. Baik dampak positif maupun dampak negatif. Terlebih dahulu dalam hal menyampaikan informasi dan berita serta kebebasan pers saat ini, sehingga masyarakat bisa dengan mudah memperoleh serta mencari informasi yang mereka butuhkan, baik dari media cetak maupun media elektronik. Masyarakatpun dapat ikut serta berpartisipasi atau menjadi sumber berita.

Dari perkembangan teknologi yang semakin canggih ini, muncullah sebuah fenomena yang unik yaitu munculnya jurnalisme internet. Melalui internet semua orang bisa menjadi wartawan, yakni melalui media blog atau menjadi blogger. Dalam proses komunikasi massa media salah satu bagian yang sangat penting termasuk didalamnya adalah internet.

C. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi Antarpersonal adalah prosedur yang membuat dua orang bertukar informasi, perasaan yang disampaikan melalui pesan verbal dan non verbal. Defenisi ini menggaris bawahi fakta penting bahwa komunikasi antarpersonal tidak hanya mementingkan tentang apa yang diucapkan, yaitu, bahasa yang digunakan, tapi bagaimana cara bahasa itu diucapkan, misalnya, pesan non verbal yang dikirim seperti nada suara dan ekspresi wajah. Komunikasi

antarpersonal sebagai komunikasi yang memiliki karakteristik khas sebagai berikut:

1. komunikasi dari satu orang kepada satu orang lain
2. komunikasi yang terjadi secara tatap muka
3. komunikasi yang mencerminkan bentuk dan isi komunikasi yang bersifat interkasi antarpersonal
4. dengan komunikasi yang mengutamakan karakteristik individu, peran individu dalam relasi sosial di antara mereka. Hartley 1999,(Alo Liliweri 2015 : 26)

Dalam komunikasi antarpersonal, kita selalu berusaha untuk membuat orang lain merasa nyaman. Sadar atau tidak sadar, ternyata dengan komunikasi antarpersonal kita membuat sesuatu yang tidak hanya menguntungkan diri sendiri tetapi juga menguntungkan orang lain. Yang dimaksudkan dengan menguntungkan adalah terciptanya suasana kebatinan yang tenang dan menyenangkan. Misalnya, jika seorang dalam team ada membuat kesalahan maka sebaiknya anda tetap fokus pada pembicaraan tentang masalah tersebut lalu bawalah dia kedalam situasi pemulihan melalui komunikasi antarpersonal persuasif.

Adapun konsep-konsep yang berkaitan dengan komunikasi antarpersonal sebagai berikut:

- a) Percakapan.

Percakapan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam menentukan suatu hubungan yang bersangkutan.

b) Speech Act

Merupakan ucapan yang sengaja di buat untuk mencapai tujuan yang dimaksudkan.

c) Kompetensi Komunikasi

Adalah kemampuan untuk berkomunikasi dalam cara yang diterima secara sosial.

d) Self-Disclosure

Proses pembuatan wahyu internal tentang diri sendiri bahwa orang lain tidak akan tahu sebaliknya. Sementara pengungkapan diri merupakan taktik komunikasi individu, hal itu mengundang timbal balik.

e) Perbedaan Gender

Beberapa perbedaan utama adalah bahwa pria menggunakan laporan bicara untuk berbagi informasi atau menunjukkan pengetahuan, sedangkan wanita sering menggunakan bicara hubungan untuk meningkatkan hubungan dan berbagi pengalaman.

Komunikasi interpersonal melibatkan semua pikiran yang berbeda cara berkomunikasi individu, ide-ide, perasaan, dan keinginan kepada orang lain atau kelompok orang. Komunikasi interpersonal adalah cara untuk mengirim pesan kemanusia lain melalui gerak tubuh, kata-kata, postur, dan ekspresi wajah. Mayoritas komunikasi interpersonal menggunakan nonverbal pesan, untuk sentuhan misalnya, kontak mata, nuansa vokal, kedekatan, gerak tubuh, postur, gaya berpakaian, dan ekspresi wajah. Mengingat bahwa orang bisa menafsirkan isyarat nonverbal berbeda, komunikasi bahkan tampak sederhana dengan orang

lain dapat membuktikan sulit dikali. Komunikasi interpersonal melibatkan dua orang yang berbeda. Liliweri (2015 : 17-19)

D. Interaksi Simbolik

Simbol (*symbols*) adalah representasi dari orang, kejadian, dan fenomena lainnya. Misalnya, kata rumah adalah simbol yang berarti satu tipe bangunan. Kunci untuk memahami simbol adalah dengan menyadari bahwa mereka merupakan cara yang sewenang-wenang, ambigu, dan abstrak untuk mewakili sesuatu. (T. Wood 2013 : 90) Interaksi simbolik merupakan suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blumer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan juga diperkaya dengan gagasan-gagasan John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H Cooley (Mulyana, 2001:68).

Teori interaksi simbolik merupakan teori yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk makna melalui proses komunikasi. Teori interaksi simbolik berfokus pada pentingnya konsep diri dan persepsi yang dimiliki individu berdasarkan interaksi dengan individu lain.

Dalam terminologi George Herbert Mead, setiap isyarat non verbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti yang sangat penting. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh orang lain, demikian pula perilaku orang tersebut. Melalui pemberian isyarat berupa simbol, maka kita dapat mengutarakan perasaan,

pikiran, maksud, dan sebaliknya dengan cara membaca simbol yang ditampilkan oleh orang lain.

Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain:

a) Pentingnya makna bagi perilaku manusia

dimana dalam teori interaksi simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya di konstruksi secara interpretif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama.

b) Pentingnya konsep mengenai diri (*self concept*)

Pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya dengan cara antara lain : individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain, konsep diri membentuk motif yang penting untuk perilaku.

c) Hubungan antara individu dengan masyarakat

Hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, dimana norma-norma sosial membatasi perilaku tiap individunya, tapi pada akhirnya tiap individu-lah yang menentukan pilihan yang ada dalam sosial kemasyarakatannya.
<http://www.google.com/amp/s/ronnifirmansyahngblog.wordpress.com/2015/09/23/teori-komunikasi-simbolik/amp/> (diakses pada tanggal 11 maret 2017).

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu diri, pikiran dan masyarakat. Ketiga konsep ini memiliki aspek yang berbeda namu berasal dari proses umum yang sama yang disebut tindakan sosial (*sosial*

act), yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat di analisis kedalam subbagian tertentu (Morissan, 2014: 225).

Menurut Mead dalam konsep pertamanya “diri” memiliki dua sisi yang masing-masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili saya sebagai subjek (*I*) dan saya sebagai objek (*me*). Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri saya yang bersifat sebagai dorongan hati (*impulsive*), tidak teratur, tidak langsung dan tidak dapat diperkirakan. Saya sebagai objek adalah konsep diri yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang anda dan orang lain pahami bersama. Saya subjek adalah tenaga pendorong untuk melakukan tindakan, sedangkan konsep diri atau saya sebagai objek memberikan arah panduan. (Morissan, 2014 : 230).

Suatu objek dapat berupa aspek tertentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi atau keadaan. Satu-satunya syarat agar menjadi objek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukkannya secara simbolis (Morissan, 2014:111).

Konsep Mead selanjutnya adalah pikiran (*mind*). Kemampuan dalam menggunakan simbol-simbol yang signifikan untuk menanggapi diri memungkinkan untuk berpikir. Pikiran bukanlah sebuah benda, tapi merupakan sebuah proses yang tidak lebih dari kegiatan interaksi dengan diri sendiri. Kemampuan berinteraksi yang berkembang bersama-sama dengan diri merupakan hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia karna menjadi bagian dari setiap tindakan. (Morissan, 2014:23)

Konsep terakhir Mead adalah masyarakat atau (*society*). Masyarakat atau kehidupan kelompok, terdiri atas perilaku yang saling bekerja sama diantara para anggota masyarakat. Syarat untuk dapat terjadinya kerjasama diantara anggota masyarakat ini adalah adanya pengertian terhadap keinginan atau maksud (*intention*) orang lain, tidak saja pada saat ini tetapi juga pada masa yang akan datang. Dengan demikian, kerjasama terdiri atas kegiatan untuk membaca maksud dan tindakan orang lain dan memberikan tanggapan terhadap tindakan itu dengan cara yang tuntas. (Morisson, 2014:227)

Dengan adanya komunikasi simbolik memudahkan seseorang dalam berkomunikasi secara cepat dengan makna yang telah disepakati bersama. Komunikasi simbolik juga membuat warna dan menjadi lebih menarik dalam berkomunikasi, namun terkadang dapat menjadi sulit untuk dipahami bila sebelumnya makna yang terkandung tidak disepakati bersama. Contohnya adalah seorang direktur yang ingin memanggil sekretarisnya namun dengan cara yang sulit dipahami yaitu memberi kode mengusap telinganya, dimana cara tersebut telah direncanakan oleh atasan dengan bawahannya tersebut.

E. Makna

Makna adalah hasil komunikasi yang penting. Makna yang kita miliki adalah hasil interaksi kita dengan orang lain. Kita menggunakan makna untuk menginterpretasikan peristiwa disekitar kita. Interpretasi merupakan proses internal dalam diri. Dengan demikian, jelaslah bahwa kita tidak dapat berinteraksi

dengan manusia tanpa memiliki makna yang sama terhadap simbol yang kita gunakan. (Morisson 2014:228)

Teori Osgood dimulai dengan asumsi bahwa individu memberikan respon terhadap rangsangan atau (stimuli) yang berasal dari lingkungannya yang membentuk hubungan stimulus *respons*. Ia percaya hubungan S-R berperan dalam pembentukan makna secara internal yang merupakan respon mental terhadap stimulus. Ketika anda mendengar suatu pembicaraan maka suatu hubungan internal akan muncul dipikiran, dan hubungan ini membentuk makna anda atas konsep yang sedang dibicarakan.

Selain itu, anda juga menerima stimulus fisik dan anda memberikan respon dalam bentuk perilaku. Respon yang anda berikan diperantarai oleh representasi internal yang ada dalam pikiran anda, dan makna yang anda berikan terletak diantara stimulus yang diterima dan tanggapan yang anda berikan. Stimulus yang diterima dari luar akan menuju kepada makna internal yang kemudian menghasilkan *respons*. (Morissan, 2014:190)

Makna adalah hubungan antara lambang bunyi dengan acuannya. Makna merupakan bentuk responsi dari stimulus yang diperoleh pemeran dalam komunikasi sesuai dengan asosiasi maupun hasil belajar yang dimiliki. Ujaran manusia itu mengandung makna yang utuh. Keutuhan makna itu merupakan perpaduan dari empat aspek, yakni pengertian (*sense*), perasaan (*feeling*), nada (*tone*), dan amanat (*intension*). Memahami aspek itu dalam seluruh konteks adalah bagian dari usaha untuk memahami makna dalam komunikasi.

Adapun jenis-jenis makna yaitu :

a) Makna leksikal

adalah makna kata atau leksem sebagai lambang benda, peristiwa, objek, dan lain-lain. Makna leksikal terbagi menjadi dua yaitu :

- Makna langsung, konseptual atau denotatif
adalah makna kata atau leksem yang didasarkan atas penunjukkan yang langsung (lugas) pada suatu hal atau objek di luar bahasa. Makna langsung atau makna lugas bersifat objektif, karena langsung menunjuk objeknya.
- Makna kiasan atau asosiatif
adalah makna kata atau leksem yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul pada penyapa dan manusia yang disapa.

b) Makna struktural

Adalah makna yang muncul sebagai akibat hubungan antara unsur bahasa yang satu dengan unsur bahasa yang lain dalam satuan yang lebih besar, baik yang berkaitan dengan unsur fatis maupun unsur musis.

Unsur fatis adalah unsur-unsur segmental yang berupa morfem, kata, frasa, kalusa, dan kalimat, sedangkan unsur musis adalah unsur-unsur bahasa yang berkaitan dengan supra-segmental seperti irama, jeda, tekanan, dan nada. Makna struktural yang berkaitan dengan unsur fatis disebut makna gramatikal, sedangkan yang berkaitan dengan unsur musis disebut makna tematis.

c) Makna gramatikal

Adalah makna yang muncul sebagai akibat hubungan antara unsur-unsur gramatikal dalam satuan gramatikal yang lebih besar.

d) Makna Tematis

Adalah makna yang muncul sebagai akibat penyapa memberi penekanan atau fokus pembicaraan pada salah satu unsur kalimat.
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Makna> (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

F. Fenomenologi

Kata fenomenologi berasal dari kata *phenomenon* yang berarti kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu. Fenomenologi (*phenomenology*) menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan. Maurice Merleau-Ponty, salah seorang pendukung tradisi ini, menulis: “*All my knowledge of the world, even my scientific knowledge, is gained from my own particular point of view, or from some experience of the world*” (seluruh pengetahuan saya mengenai dunia, bahkan pengetahuan ilmiah saya, diperoleh dari pandangan saya sendiri, atau dari pengalaman di dunia). (Morissan, 2014:39)

Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Seperti yang dikemukakan

oleh Little John bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia sekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Jika Anda ingin mengetahui apakah itu “cinta” maka Anda tidak akan bertanya kepada orang lain tetapi Anda langsung memahami cinta dari pengalaman langsung diri Anda sendiri. (Morissan, 2014:39)

Berdasar asumsi ontologis, penggunaan paradigma fenomenologi dalam memahami fenomena atau realitas tertentu, akan menempatkan realitas sebagai konstruksi sosial kebenaran. Realitas juga dipandang sebagai sesuatu yang sifatnya relatif, yaitu sesuai dengan konteks spesifik yang dinilai relevan oleh para aktor sosial. Secara epistemologi, ada interaksi antara subjek dengan realitas akan dikaji melalui sudut pandang interpretasi subjek. Sementara itu dari sisi aksiologis, nilai, etika dan pilihan moral menjadi bagian integral dalam pengungkapan makna akan interpretasi subjek.

Istilah fenomenologi pertama diperkenalkan pada abad 18 sebagai sebuah teori, namun dalam penggunaan kata fenomenologi masih mengundang berbagai pertanyaan dikalangan ilmuwan karena kata fenomenologi bersifat filosofis

ketidakjelasan dalam pendefinisian fenomenologi sehingga selalu mengundang pertanyaan apa itu fenomenologi. Namun secara leksikal atau etimologi Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *Phainomai* yang berarti ‘menampak’. *Phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk kedalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya sendiri seperti yang tampak secara kasat mata, melainkan justru ada didepan kesadaran dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini, maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Dalam *Oxford English Dictionary*, yang dimaksud dengan fenomenologi adalah :

- a) *The science of phenomena as distinct from being (ontologi).*
- b) *Division of any science which describes and classifies its phenomena*

Fenomenologi dengan demikian adalah ilmu yang mengenai fenomena yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi, atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang nampak di depan kata dan bagaiman penampakannya.

Fenomenologi dalam filsafat digunakan dalam pengertian yang utama, yakni diantara teori dan metodologi, sedangkan dalam filsafat ilmu fenomenologi tidak menggunakan pengertian yang utama sehingga pada abad 20 diabaikan sehingga sedikit sekali ilmuwan yang memahami tentang fenomenologi. Namun

saat ini, fenomenologi digunakan sebagai metode berpikir untuk menganalisis sebuah realitas namun disatu sisi fenomenologi sebagai disiplin ilmu dalam filsafat yang mempelajari fenomena manusia (*human phenomena*). Tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena itu, realitas objektifnya, dan penampakkannya. Fenomenologi tidak beranjak dari kebenaran fenomena yang tampak itu, adalah objek yang penuh dengan makna transendental. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hakikat dengan kebenaran, maka harus menerobos melampaui fenomena yang tampak itu. <http://repository.unpas.ac.id/11806/> (diakses pada tanggal 22 Maret 2017).

Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Teori komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka, sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan sangat kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjektif manusia. Pendukung teori ini berpandangan bahwa cerita atau pengalaman individu adalah lebih penting dan memiliki otoritas lebih besar daripada hipotesa penelitian sekalipun. (Morissan,2014:38)

Fenomenologi Dari Alfred Schutz

Teori Schutz kental pengaruh Weber-nya khususnya karya-karya mengenai tindakan (*action*) dan tipe ideal (*Ideal type*). Meskipun Schutz terkagum-kagum pada Weber tetapi ia berusaha mengatasi kelemahannya yang

ada didalam karya Weber dengan menyatukan ide filsuf besar Edmund Husserl dan Henri Bergson.

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan *centre* dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz-lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transendentalnya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran weber. Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transendental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji 'sesuatu yang muncul', mengkaji fenomena yang terjadi disekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologinya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai model teoritis dari realitas yang ada.

Pada Schutz memang ada berbagai ragam realitas termasuk di dalamnya dunia mimpi dan ketidakwarasan. Tetapi realitas yang tertinggi itu adalah dunia keseharian yang memiliki sifat intersubjektif yang disebutnya sebagai *the life*

world. Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world* ini, yaitu pertama, *wide-awakeness* (ada unsur kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubjektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya prespektif waktu dalam masyarakat.

The life world ini terjadi dialektika yang memperjelas konsep ‘dunia budaya’ dan ‘kebudayaan’. Selain itu pada konsep ini Schutz juga menekankan adanya *stock of knowledge* yang memfokuskan pada pengetahuan yang kita miliki atau dimiliki seseorang. *Stock of Knowledge* terdiri dari *knowledge of skills* dan *usefull knowledge*. *Stock of knowledge* sebenarnya merujuk pada *content* (isi), *meaning* (makna), *intensity* (intensitas), dan *duration* (waktu). Schutz juga sangat menaruh perhatian pada dunia keseharian dan fokusnya hubungan antara dunia keseharian itu dengan ilmu (*science*), khususnya ilmu sosial.

Melakukan pengamatan aktor bukanlah esensi utama dari kajian fenomenologi sebagai perpektif. Fenomenologi Schutz sebenarnya lebih merupakan tawaran akan cara pandang baru terhadap fokus kajian penelitian dan penggalian terhadap makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari yang terdapat di dalam penelitian secara khusus dan dalam kerangka luas pengembangan ilmu sosial. Dengan demikian, fenomenologi secara kritis dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut diantaranya menempatkan responden sebagai subyek

yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya pemahaman secara mendalam tentang pengaruh perkembangan fenomenologi itu sendiri terhadap perkembangan ilmu sosial belum banyak dikaji oleh kalangan ilmuwan sosial. Pengkajian yang dimaksud adalah pengkajian secara historis sebagai salah satu pendekatan dalam ilmu sosial.

Salah satu ilmuwan sosial yang berkompeten dalam memberikan perhatian pada perkembangan fenomenologi adalah Alfred Schutz. Ia mengaitkan pendekatan fenomenologi dengan ilmu sosial. Selain Schutz, sebenarnya ilmuwan sosial yang memberikan perhatian terhadap perkembangan fenomenologi cukup banyak, tetapi Schutz adalah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala pendekatan fenomenologi sebagai alat analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Selain itu, Schutz menyusun pendekatan fenomenologi secara lebih sistematis, komprehensif dan praktis sebagai sebuah pendekatan yang berguna untuk menangkap berbagai gejala (fenomena) dalam dunia sosial. Dengan kata lain, buah pemikiran Schutz merupakan sebuah jembatan konseptual antara pemikiran fenomenologi pendahulunya yang bernuansakan filsafat sosial dan psikologi dengan ilmu sosial yang berkaitan langsung dengan manusia pada tingkat kolektif, yaitu masyarakat.

Posisi pemikiran Alfred Schutz yang berada di tengah-tengah pemikiran fenomenologi murni dengan ilmu sosial menyebabkan buah pemikirannya mengandung konsep dari kedua belah pihak. Pihak pertama, fenomenologi murni yang mengandung konsep pemikiran filsafat sosial yang bernuansakan pemikiran metafisik dan transendental pada satu sisi. Disisi lain, pemikiran ilmu sosial yang

berkaitan erat dengan berbagai macam bentuk interaksi dalam masyarakat yang tersebar sebagai gejala-gejala dalam dunia sosial. Gejala dalam dunia sosial tersebut tidak lain merupakan objek kajian formal (*focus interest*) dari fenomenologi sosiologi.

Kualitatif, menempatkan ide dasar fenomenologi Schutz sebagai suatu teori atau pendekatan, melainkan lebih merupakan gerakan filosofis pada abad 20-an yang menjadi perhatian dari ilmu sosial sebagai ilmu humaniora. Penempatan responden sebagai aktor sosial yang menjalankan peran simultan sebagai pengobservasi sekaligus sebagai subyek pembangunan makna dalam proses penelitian bersifat fenomenologis merupakan gerakan filsafat sosial yang tidak sekedar bergulat pada tataran konseptual namun juga memiliki agenda emansipatoris untuk memberikan nilai lebih pada setiap interaksi dalam proses penelitian sosial.

Pemikiran dasar fenomenologis Schutz ini tidak asing lagi bagi kalangan ilmuwan sosial dan komunikasi karena memang sudah menjadi jiwa dan semangat dalam setiap produk teknik penelitian sosial kualitatif atau metode yang berkembang selama ini. Pemikiran fenomenologis memberikan ide dasar yang menjadi fondasi kokoh dari setiap aliran pemikiran sosial yang menekankan pemikirannya pada penyelidikan proses pemahaman. Penyelidikan terhadap pemahaman yang dimaksud adalah pemahaman yang dibangun dari makna yang melekat pada setiap individu dari setiap tindakannya. Semua tindakan teknik penelitian ini dilakukan dalam kerangka pemahaman akan setiap tindakan dan perilaku secara umum.

Selanjutnya perkembangan tradisi pemahaman terhadap pembentukan pemaknaan dari tindakan diteruskan dalam tradisi konstruktivisionis. Tradisi ini melahirkan ilmuwan sosial besar sekelas Peter L Berger dengan Konstruksi Sosial atas Realitasnya yang menggabungkan diri secara massal kedalam rumpun sosiologi pengetahuan. Namun sebelumnya tokoh ilmu sosial seperti George Herbert Mead dan Herbert Blumer juga meneruskan tradisi filsafat ini dengan secara tekun mengaitkan pemikirannya dengan pemikiran pendahulunya yaitu Husserl yang menempatkan fenomenologi sebagai disiplin filsafat. Muara dari tulisan singkat ini ingin memberikan gambaran tentang akar tradisi berfikir fenomenologi ke dalam ruang perdebatan yang secara umum tentang pemikiran perilaku informasi. Hal ini tentu saja tidak lepas dari kepentingan tulisan singkat untuk secara ilmiah mengaitkannya dengan perkembangan metode dalam penelitian ilmu komunikasi sebagai bagian integral dari ilmu-ilmu humaniora.

Inti dari tradisi fenomenologi adalah mengamati kehidupan dalam keseharian dalam suasana yang alamiah. Tradisi memandang manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungannya. Titik berat tradisi fenomenologi adalah pada bagaimana individu mempersepsi serta memberikan interpretasi pada pengalaman subyektifnya. Adapun varian dari tradisi fenomenologi ini adalah:

1. Fenomena Klasik, percaya pada kebenaran hanya bisa didapatkan melalui pengarahannya pengalaman, artinya hanya mempercayai suatu kebenaran dari sudut pandangannya tersendiri atau objektif.

2. Fenomenologi Persepsi, percaya pada suatu kebenaran bisa didapatkan dari sudut pandang yang berbeda-beda, tidak hanya membatasi fenomenologi pada objektivitas, atau bisa dikatakan lebih subjektif.
3. Fenomenologi Hermenetik, percaya pada suatu kebenaran yang ditinjau baik dari aspek objektivitas maupun subjektivitasnya, dan juga disertai dengan analisis guna menarik suatu kesimpulan. Fenomenologi ini mirip dengan fenomenologi persepsi namun dikembangkan secara lebih luas dengan menerapkannya secara lebih komprehensif dalam komunikasi. <http://repository.unpas.ac.id/11806/> (diakses pada tanggal 22 Maret 2017)

G. Internet

Internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer di seluruh dunia, melalui telepon, satelit, dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Sehingga pada dasarnya internet itu sendiri merupakan suatu sarana penghubung informasi melalui hubungan telepon, satelit, dan sistem komunikasi yang lainnya. Internet merupakan sebuah produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh orang banyak. Internet itu juga merupakan suatu sarana tempat berkumpulnya seseorang pada suatu wadah dunia maya yang dikenal dengan istilah internet.

Internet sebagai media interaksi sosial telah terjadi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Perkembangan pengguna internet juga terus bertambah, jumlah pengguna internet di Indonesia pun juga berkembang sangat pesat, dalam

waktu yang relatif singkat. Munculnya internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet. Dari jaringan internet itu sendiri nantinya akan menghubungkan satu manusia dengan manusia lainnya dalam dunia teknologi. Seperti dapatnya seorang bertukar informasi melalui jaringan internet itu, seperti bertukar informasi melalui *chatting*, *video call* dan lain sebagainya.

Masyarakat saat ini banyak menggunakan internet sebagai kebutuhan untuk mendapatkan informasi dengan cara yang lebih mudah dan lebih cepat. Dan terpenting informasi kini lebih praktis diterima oleh setiap orang. Selain itu dengan pesatnya kemajuan teknologi saat ini memungkinkan orang untuk mengakses internet kapan saja dan dimana saja karena hadirnya internet itu sendiri sesungguhnya didukung oleh kemajuan dari teknologi itu sendiri, seperti hadirnya gadget-gadget canggih ditengah-tengah masyarakat dengan bervariasi harga. Kemajuan teknologi selain berdampak bagi hadirnya gadget-gadget baru tetapi didukung pula dengan hadirnya media-media baru.

. Kemajuan teknologi yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan munculnya media baru (*new media*) sebagai media yang memiliki peran aktif dalam membantu terjadinya interaksi sosial bagi masyarakat yang menggunakannya. Media baru itu sendiri hadir pada dasarnya karena kebutuhan masyarakat itu sendiri, dari media itu nantinya akan menampilkan informasi yang terbaru pula terkait media-media baru itu sendiri. *New media* itu kian tahun kian bermunculan, seperti kehadiran facebook yang beralih dengan aplikasi blackberry

massenger, sampai kepada adanya instagram dan lain sebagainya yang merupakan bagian dari *new media* itu.

H. New Media

Perkembangan media telah mempengaruhi kita dalam kehidupan sehari-hari. Media itu sendiri adalah suatu alat bantu untuk memindahkan pesan atau menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dengan semakin pesatnya kemajuan dalam teknologi memunculkan adanya media baru (*new media*) yang memungkinkan perbedaan ruang dan waktu tidak lagi menjadi alasan penghambat komunikasi antar manusia. Dengan menggunakan media baru masyarakat menjadi lebih mudah untuk mendapatkan sebuah informasi kapanpun dan dimanapun. Selain lebih mudah, media baru juga memberikan informasi dengan cara yang menarik dan jelas untuk para penggunanya.

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja, baik sebagai penerima/ pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/ masyarakat baru melalui isi media. Alo Liliweri (2015 : 284)

Munculnya media baru itu sendiri pada dasarnya atas kebutuhan manusia itu sendiri, kebutuhan itu didukung oleh internet yang pada masanya telah meningkatkan komunikasi antara manusia di seluruh dunia. Media baru telah memungkinkan orang mengekspresikan diri melalui media sosial seperti blog,

website, gambar, video, dan lainnya. Media baru secara radikal memecahkan persoalan hubungan antara tempat fisik dan tempat sosial, artinya bahwa media baru telah membuat lokasi fisik yang sesungguhnya jauh menjadi dekat, yang pada gilirannya turut pula memengaruhi hubungan sosial kita.

Media baru itu, kian digandrungi oleh masyarakat dimana setiap harinya kian berkembang jumlah orang yang menggunakan internet, pada mulanya banyak orang yang menggunakan aplikasi sama seperti penggunaan facebook, yang kini mulai bergeser kepada adanya instagram, line, dan aplikasi aplikasi lainnya, yang kesemuanya itu didukung oleh keinginan masyarakat itu sendiri untuk menggunakan aplikasi itu.

I. Media Sosial

Situs jejaring sosial sering kali dikenal sebagai media sosial yang terdiri atas sejumlah situs internet yang dibangun untuk memungkinkan dan mendorong pengguna untuk menciptakan jaringan pertemanan dan juga berbagai pesan dan materi audiovisual yang sering kali tersedia untuk publik yang lebih luas. Contoh terkini dari media sosial yang sangat terkenal secara internasional adalah *Facebook*, *MySpace*, *YouTube*. Mereka telah menjadi alat komersial yang berharga, terutama berkaitan dengan iklan, publisitas lintas-media, dan pembuatan konten dari media. (McQuail, 2011 : G-9)

Media sosial hadir sebagai bagian dari perkembangan media baru yang kontras dengan media tradisional/industri seperti media cetakan dan media audio visual. Perbedaan yang menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan

media lama antara lain dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifatnya yang permanen, contohnya adalah internet. Pada masa sebelum hadirnya internet, informasi atau berita hanya dapat disampaikan melalui media kertas dengan bantuan kantor pos. Pada masa sekarang ini, informasi yang demikian itu telah berubah menjadi suatu hal yang dapat dilakukan secara praktis melalui kemajuan teknologi yang ada, seperti melalui handphone sebagai media yang paling mudah untuk digunakan, mengingat ukuran dari handphone itu sendiri yang berukuran kecil dan praktis dibawa kemana-mana.

Media yang digunakan masyarakat untuk kehidupan sosial pada masa dahulu dipraktikkan melalui media-media konvensional, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, media yang digunakan itu adalah kertas dengan perantara kantor pos, hal yang demikian itu merupakan suatu sejarah dari media yang digunakan oleh manusia untuk bersosialisasi, mengingat manusia pada dasarnya merupakan makhluk *zoon politicon* yang pada prinsipnya manusia merupakan makhluk sosial, dan manusia itu sendiri tidak bisa hidup tanpa manusia lainnya, jadi untuk memperlancar komunikasi itu sendiri layaknya, ada suatu media yang dapat digunakan untuk melangsungkan sosialisasi itu. Media terdahulu itu sekarang telah bergeser kepada media sosial yang lebih modern yang dapat merangkum suatu informasi secara praktis.

Media sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui *sharing* informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas virtual (Ahlqvist, Back, A., Halonen, 2008). Dalam arti luas, media sosial merupakan salah satu bentuk *platform online* dimana para pengguna

dapat memindahkan konten yang bersumber dari WordPress, Sharepoint, YouTube, Facebook. Dalam artian sempit, media sosial meliputi saluran *user-generated content* yang memandang media sosial sebagai teknologi sosial. Contohnya, YouTube, Facebook dan Twitter adalah media sosial.

Mengingat kembali arti dari media sosial itu berupa mengintegrasikan teknologi, interaksi sosial, dan pencipta informasi melalui *connect online*. Melalui media sosial, orang atau sekelompok orang menciptakan, mengorganisasikan, mengedit, memberikan komentar, dan meng-share-kan konten semuanya dalam proses untuk mencapai isi tertentu. Berikut ini beberapa contoh dari media sosial adalah sebagai berikut:

- a) Wikis, website yang mebolehkan siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, berlaku sebagai sebuah dokumen atau data base komunal. Misalnya, Wikipedia
- b) Blog, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal online, dengan pemuatan tulisan (postingan) terbalik, yaitu tulisan terbaru ada dihalaman terdepan.
- c) Microblog, situs jejaring sosial dikombinasi blog, yang memberikan fasilitas bagi penggunanya untuk mengirimkan update secara online melalui sms, pesan instant, email atau aplikasi. Contohnya, twitter.
- d) Konten, komunitas yang mengorganisir dan berbagi isi jenis tertentu.
- e) Situs Jejaring Sosial, aplikasi/situs yang mengizinkan dan memberi fasilitas kepada penggunanya untuk membangun halaman web pribadi dan kemudian terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten dan komunikasi

- f) Integrasi media sosial, sebuah situs yang mengintegrasikan semua media untuk satu aktifitas sehingga tidak perlu repot untuk posting di beberapa media. Contoh hootsuite.v, dan lain-lain.

(<http://teknologi.kompasiana.com/internet/2013/03/26/jenis-jenis-media-social-540559.html>).

Media sosial telah menarik perhatian banyak orang, terutama kalangan kaum muda. Media sosial juga mempunyai efek positif maupun negatif khususnya dalam berkomunikasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa bagaimanapun juga komunikasi dengan cara bertatap muka tetap yang terbaik, dan sudah tentu ini sangat berbeda dengan orang-orang yang sama namun terhubung dengan media sosial. Semua manusia mempunyai kebutuhan untuk terhubung dan berinteraksi dengan satu sama lain. Media sosial sebagai media komunikasi yang dikembangkan untuk membantu orang dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagi perspektif, wawasan, pengalaman, dan opini satu dengan yang lain melalui Blog, papan pesan, dan video.

J. Blog

Hikmawan Ali Nova & IslandScript (2011:1) Blog, atau weblog menurut Wikipedia berarti bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini sering kali dimuat dalam urutan terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web ini biasanya

dapat diakses oleh semua pengguna Internet sesuai dengan topik dan tujuan si pengguna blog tersebut.

1. Jenis-Jenis Blog

Adapun jenis-jenis blog yaitu:

- a) blog politik yaitu blog yang berisi tentang berita, politik, aktivis dan semua persoalan berbasis blog (seperti kampanye)
- b) blog pribadi biasa disebut juga buku harian online yang berisikan tentang pengalaman keseharian seseorang, keluhan, puisi atau syair, gagasan jahat, dan perbincangan teman.
- c) blog bertopik yakni blog yang membahas tentang sesuatu, dan focus pada bahasan tertentu
- d) blog kesehatan lebih spesifik tentang kesehatan, blog kesehatan kebanyakan berisi tentang keluhan pasien, berita kesehatan terbaru, keterangan-keterangan tentang kesehatan
- e) blog sastra lebih dikenal sebagai litblog (literary blog)
- f) blog perjalanan, biasanya focus pada bahasan cerita perjalanan yang menceritakan keterangan-keterangan tentang perjalanan/traveling
- g) blog riset biasanya berisikan persoalan tentang akademis, seperti berita riset terbaru
- h) blog hukum, biasanya bercerita tentang persoalan tentang hukum atau urusan hukum; disebut juga dengan blawgs (blog laws)
- i) blog media berfokus pada bahasan kebohongan atau ketidak konsistensi media massa; biasanya hanya untuk koran atau jaringan televisi

- j) blog agama biasanya membahas yang berkaitan tentang agama
- k) blog pendidikan biasanya ditulis oleh pelajar atau guru
- l) blog kebersamaan biasanya bertopik kepada suatu hal yang spesifik ditulis oleh kelompok tertentu
- m) blog petunjuk (*directory*) berisi ratusan *link* halaman website
- n) blog bisnis biasanya digunakan oleh pegawai atau wirausahawan untuk kegiatan promosi bisnis
- o) blog pengejawantahan biasanya berfokus tentang objek diluar manusia; seperti anjing
- p) blog pengganggu (*spam*) biasanya digunakan untuk promosi bisnis *affiliate*; juga dikenal sebagai splogs (Spam Blog). (Hikmawan, 2011:17-18).

Lea Willsen (2011: 3) blog berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi atau gagasan untuk diakses oleh publik, blog juga dapat digunakan sebagai sarana mempromosikan sebuah produk yang dijual, atau sekedar *diary* yang mencatat kegiatan sehari-hari seseorang.

2. Manfaat Blog

Blog memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Media Aktualisasi Diri. Salah satu kebutuhan manusia adalah *to be recognized* untuk diakui kehadirannya, diperhatikan dan menunjukkan siapa diri dia, apa yang dia pikirkan yang dia perhatikan, yang dia tertarik, apa yang dia senangi, dan yang apa dia benci. Berbagai dukungan dari berbagai *web app* di *world wide web* memudahkan blog

berkembang pesat dan kini dapat diaktualisasikan dalam berbagai media sosial dalam bentuk *text, image, graphic, video, audio*, dan *slide presentation*, yang dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia yang terhubung melalui jaringan internet.

2. *Personal Branding*. Blog membantu untuk menetapkan *self positioning*, atau memposisikan diri berdasarkan apa yang dapat dilakukan. Melalui strategi yang tepat maka blog dapat memberitahu semua orang yang terhubung jejaringan internet tentang siapakah anda sebenarnya.
3. Markas Besar di Dunia Maya. Blog bisa dijadikan sebagai “markas besar” atau pusat dari seluruh aktivitas di dunia maya, dari blog pula anda dapat menampilkan CV, *online portofolio*, link, *badge* atau *widget* menuju situs-situs jejaring sosial yang ada eksis seperti facebook, twitter, lintas berita, instagram dan lain lain.
4. Media Promosi. Blog menjadi ajang mendatangkan para pengguna internet agar pendatang untuk dapat mempromosikan produk (jasa informasih dan barang) kepada pengguna khususnya dan masyarakat umumnya.
5. Mendapatkan Relasi Baru. Blog sangat membantu pengunjung untuk memberi topik-topik yang diminati, pengunjung dapat memberikan komentar kepada publik dan selanjutnya dapat terjadi percakapan yang memperkaya topik tertentu.
6. Media Memberi, Media *Sharing*. Terkadang orang ingin berbagi apa yang diketahui, berbagi kebaikan, dan berbagi ilmu pengetahuan. Jika

yang di inginkan adalah share kepada orang lain maka blog dapat memfasilitasi share itu dengan *text*, *graphic*, video, audio, dan presentasi.

Sejak kemunculannya di awal 2000 lalu, jumlah blog di Indonesia telah mencapai 4,1 juta. Pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Blog yang mulai fenomenal di awal 2000-an itu kini dijadikan sebagai ajang “kopi darat” bagi para blogger atau yang lebih dikenal dengan pesta blogger, sejak tahun 2007. Kini diperoleh data bahwa lebih dari telah terbentuk 20 komunitas blogger yang mewakili seluruh di Indonesia. <http://sibukforever.blogspot.com/2011/02/jumlah-blog-di-Indonesia-capai-4-juta.html> (di akses 15 januari 2017).

Dengan adanya kegiatan ngeblog secara berkala ini para penulis dapat mengasah kemampuan tulisannya menjadi tulisan-tulisan yang lebih berkualitas dan dapat bermanfaat bagi orang lain. Saat ini blog telah berkembang bukan hanya memberikan informasi secara tulisan tetapi sudah berkembang melalui video, dibuat secara lebih jelas dan lebih menarik untuk dilihat oleh orang banyak. Blog yang dibuat melalui video biasanya disebut dengan video blog atau disingkat menjadi vlog. Dengan adanya vlog orang lebih mudah untuk memahami isi dari blog yang dibuat oleh penulis itu sendiri.

K. Video Blog

Video blog merupakan suatu aplikasi yang berasal dari blog, untuk lebih lanjutnya Raf Knowledge (2010:1-2) menjelaskan Video blogging yang sering disingkat dengan vlog atau vlogging (dibaca: VEE-log-ging) menurut istilah

Wikipedia adalah suatu bentuk blogging dimana medianya adalah video. Menurut istilah 'suka-suka kita', video blogging adalah aktivitas ngeblog tetapi konten yang dipublikasikan adalah rekaman-rekaman video. Video blogging sebetulnya bukan barang baru dan di Indonesia sendiri sudah mewabah sejak beberapa tahun terakhir. Vlog dimana orang bisa membuat blog tidak lagi dengan tulisan tetapi menggunakan video yang di *share* ke *chanel* YouTube yang bisa di tonton oleh banyak orang.

Vlog biasanya dilakukan dengan cara berbicara di depan kamera menceritakan tentang kegiatan apa yang di sukai atau kegiatan yang sedang dilakukan oleh vlogger itu sendiri. Berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas video blogging. Sekarang ini para vlogger tidak lagi mengalami kesulitan saat melakukan pengambilan gambar ditempat yang sedikit ekstrim bahkan saat mengendarai kendaraan pun mereka juga dapat mengambil video dengan mudah, karena kebanyakan para vlogger menggunakan *action camera* seperti *go pro* sebagai alat yang memudahkan mereka untuk mengambil gambar dimanapun dan kapanpun. Biasanya mereka berbagi sebuah video berisikan tentang apa yang sedang mereka lakukan dalam kehidupan mereka sehari-hari, misalnya musik, tempat wisata, tempat kuliner, berbagi tips atau pun hal yang lagi mereka sukai atau mereka tidak suka, yang kemudian di unggah dengan bantuan jaringan internet, yang mana hal bermanfaat bagi vlogger mau pun yang melihat vlog tersebut. Video blog masih dapat disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet.

Video blog atau vlog biasanya juga dilengkapi dengan teks, animasi maupun gambar atau foto dan data lainnya untuk membantu keterangan yang lebih jelas. Dengan perangkat lunak yang tersedia, para vlogger dapat mengedit video yang mereka buat dan menggabungkannya dengan audio,serta beberapa rekaman dan foto kedalam satu video sehingga menjadi suatu rekaman video yang lengkap dan siap diunggah untuk dilihat oleh khalayak umum. Para blogger menggunakan media vlog sebagai inovasi baru untuk memudahkan para pembacanya mendapatkan sebuah informasi yang lebih praktis dan juga menarik dari tulisan yang dibuatnya. Tak jarang para pengguna vlog atau vlogger mengunggah dan mempromosikan video mereka ke dalam Instagram agar *followers* mereka mengetahui video apa yang sedang mereka unggah ke YouTube. Dengan adanya media vlog ini, para blogger/vlogger dapat memicu dan melatih kemampuan kreativitas dalam dirinya atas informasi yang telah dibaca melalui video blog.

L. Kreativitas

Menurut Mangunhardjana, kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya berguna (*useful*), lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik atau banyak. Sedangkan menurut *Creative Education Foundation*, pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang (atau sekelompok orang) yang memungkinkan mereka menemukan pendekatan-pendekatan atau terobosan baru

dalam menghadapi situasi atau masalah tertentu yang biasanya tercermin dalam pemecahan masalah dengan cara yang baru atau unik yang berbeda dan lebih baik dari sebelumnya.

Kreativitas seseorang dapat diaplikasikan melalui gambar, lukisan, patung, dan lain sebagainya yang mana hal-hal demikian itu dapat meningkatkan daya kreativitas seseorang, kreativitas atas gambar, lukisan, patung dan lain sebagainya itu biasa dilakukan menggunakan media pendukung kreativitas itu sendiri, seperti kreativitas pada gambar yang pada umumnya menggunakan media kertas, begitupula media yang digunakan untuk lukisan. Kreativitas itu dimasa sekarang ini dapat dibuat lebih mudah dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih menggunakan media-media yang membuat instan masalah kreatif itu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi terbaru masa kini, seperti handphone dan gadget lain yang menyediakan ruang yang luas untuk mengembangkan kreativitas seseorang.

Kreativitas yang dibuat oleh seseorang dimasa kini dapat dipublikasikan dengan mudah, tanpa harus melulu melalui cara-cara yang menggunakan media cetak, tetapi kreativitas itu kini lebih mudah dipublikasikan dari handphone atau gadget dengan menggunakan jaringan internet yang pada akhirnya dapat dipublikasikan ke seluruh belahan dunia, yang dalam artian masyarakat internasional dapat mengetahui kreativitas yang dibuat oleh seseorang hanya dari sebuah media yang didukung dengan hadirnya internet. Sepanjang memperhatikan prinsip-prinsip kreativitas itu sendiri, guna bermanfaatnya bentuk kreativitas yang

dipublikasikan, pola berfikir yang kreatif itu sendiri nantinya akan memunculkan beberapa kegunaan yaitu:

1. Menemukan gagasan, ide, peluang dan inspirasi baru
2. mengubah masalah atau kesulitan dan kegaglan menjadi sebuah pemikiran yang cemerlang untuk langkah selanjutnya
3. menemukan solusi yang inovatif
4. menemukan suatu kejadian yang belum pernah ada hingga menjadi sebuah penemuan baru
5. menemukan teknologi baru
6. mengubah keterbatasan yang ada sebelumnya menjadi sebuah kekuatan dan keunggulan (Andi Fachruddin 2015 : 3)

Kreativitas tidak bisa ditiru/dicangkok atau dipaksakan pada orang lain, tetapi bisa dipelajari dan dilatih. Kegunaan pola berfikir yang kreatif itu sendiri sekarang telah didukung dengan adanya vlog yang memungkinkan untuk memicu perkembangan kreativitas seseorang menjadi lebih baik dalam hal memposting video tentang kreativitas yang dibuat oleh seseorang, seperti pembuatan gambar, lukisan, patung, tips-tips tentang sesuatu yang digandrungi oleh masyarakat, dan beberapa hal lainnya tersebut video blog yang dalam hal ini disebut sebagai vlog. Vlog sendiri adalah salah satu media yang dapat dijadikan tempat untuk menyalurkan ide atau gagasan yang bersifat kreatif yang akan *dishare* melalui YouTube agar orang dibelahan dunia manapun dapat melihat dan menikmati hasil dari ide atau gagasan kreatif yang kita buat sendiri.

M. YouTube

Menurut Raf Knowledge (2010:8) YouTube adalah sebuah situs *video sharing* (berbagi video) yang populer dewasa ini. Didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada tahun 2006, YouTube dibeli oleh Google dengan harga yang fantastis, 1.65 juta dollar! Para pengguna YouTube bisa menaruh, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.

YouTube mengklaim bahwa hampir sepertiga dari semua pengguna internet di dunia dan pertumbuhan waktu tonton di YouTube semakin cepat dan naik minimal 50% dari tahun ke tahun selama tiga tahun berturut-turut. Jadi jelas YouTube adalah media yang tidak bisa diremehkan pengaruhnya terhadap masyarakat Indonesia. Dan dari banyaknya konten yang disediakan oleh pengguna YouTube. Salah satu kontennya adalah Vlog. <http://andreas-ginting.blogspot.co.id/2016/04/karya-tulis-ilmiah-vlog-sebagai.html> (diakses pada tanggal 13 maret 2017)

Youtube, situs yang paling banyak dikunjungi ketiga ternyata tidak luput dari sensor di beberapa negara karena berbagai alasan. Negara-negara yang pernah memblokir ataupun masih memblokir YouTube adalah: Arab Saudi, Armenia, Brasil, Indonesia, Iran, Maroko, Pakistan, RepublikRakyat Cina, Suriah, Thailand, Turki, dan Uni Emirat Arab.YouTube versi Indonesia menonjolkan sejumlah konten lokal.Mulai dari logo, bahasa, dan juga tayangan video dalam situs tersebut.

Sejak adanya YouTube banyak orang menjadi terkenal mendadak karena video yang diunggah di YouTube menarik perhatian orang banyak. Misalnya, melalui video blog atau vlog yang diunggah ke YouTube yang disajikan secara kreatif dan menarik, dapat memikat perhatian orang banyak bahkan hingga jutaan lebih melihat video tersebut. YouTube saat ini juga banyak sekali dimanfaatkan sebagai media promosi produk/jasa untuk siapa pun baik bagi seseorang maupun bagi sebuah perusahaan. Saat ini YouTube juga sering digunakan sebagai sumber video untuk melengkapi data video yang akan ditampilkan kedalam tayangan televisi.

Youtube sebagai wadah yang menampung berbagai macam bentuk video, yang memudahkan para blogger untuk mengunggah segala macam bentuk video yang dimiliki mereka itu. Pengguna vlog atau vlogger menggunakan youtube sebagai channel untuk menyalurkan video-video mereka agar dapat dilihat oleh banyak orang. Para pengguna vlog biasanya sering memberikan video-video tentang aktifitas kehidupan sehari-hari dari si pengguna vlog itu sendiri dan dituangkan ke dalam YouTube sebagai media yang dapat mempublikasikan video-video yang dibuat para blogger. Semakin kreatif dan menarik video yang diunggah, semakin banyak pula orang yang akan melihat video tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

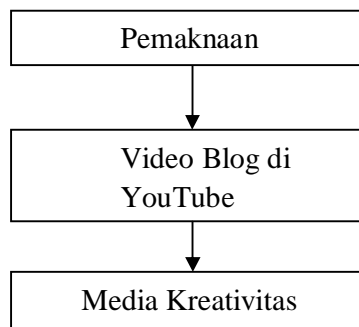
A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan analisis kualitatif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan pengamatan dengan cara menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau sebagaimana adanya.

Agar penelitian dapat memenuhi kriteria ilmiah maka cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data sampai analisis data, diusahakan tidak menyimpang dari ketentuan-ketentuan metode yang ada. Sesuai dengan perubahan metode dan prosedur penelitian ini, maka akan dibahas tentang jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

B. Kerangka Konsep

Untuk memperoleh pelaksanaan penelitian serta melakukan deskripsi terhadap permasalahan yang akan diteliti, maka permasalahan tersebut dapat diterjemahkan ke dalam kerangka konsep. Gambar kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



C. Defenisi Konsep

Konsep merupakan abstraksi yang berbentuk oleh generalisasi dari hal-hal khusus. Konsep dibangun dari defenisi. Suatu defenisi adalah terminologi, seperti kalimat, symbol, atau rumus matematik, yang menunjukkan fenomena sebagaimana dimaksudkan oleh konsep (Ardial, 2014:55). Maka konsep-konsep yang terkait dengan penelitian ini adalah :

1. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide dan gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling memengaruhi diantar keduanya. Secara estimologis, komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin yang berarti sama. *Communico*, *communicatio* atau *communicate* yang berarti membuat sama (*make to common*).

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas, tentu saja berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang, atau kelompok yang hanya beberapa orang.

3. Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi Antarpersonal adalah prosedur yang membuat dua orang bertukar informasi, perasaan yang disampaikan melalui pesan verbal dan non verbal.

4. Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik merupakan suatu aktifitas yang merupakan cirri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna.

5. Makna

Makna merupakan bentuk responsi dari stimulus yang diperoleh pemeran dalam komunikasi sesuai dengan asosiasi maupun hasil belajar yang dimiliki.

6. Fenomenologi

Fenomenologi adalah manusia menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menuju pemaknaan.

7. Internet

Internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer yang menghubungkan orang-orang dan komputer-komputer di seluruh dunia, melalui telepon, satelit, dan sistem-sistem komunikasi yang lain.

8. New Media

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja, baik sebagai penerima/pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/ masyarakat baru melalui isi media.

9. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bentuk *platform online* dimana para pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber dari WordPress, Sharepoint, YouTube, Facebook.

10. Blog

Blog, atau weblog berarti bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini sering kali dimuat dalam urutan terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian.

11. Video Blog (Vlog)

Video blog yaitu aktifitas *ngeblog* tetapi konten yang dipublikasikan adalah rekaman-rekaman video. Video blog biasanya berisikan tentang aktivitas kehidupan sehari-hari.

12. YouTube

YouTube adalah sebuah situs *video sharing* (berbagi video) yang populer dewasa ini.

13. Kreativitas

Kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya berguna (*useful*), lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik atau banyak.

D. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas pikiran, situasi dan criteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategori penelitian pendukung untuk analisa dari variabel tersebut.

Kategorisasi	Indikator
Pemaknaan Video Blog di YouTube Sebagai Media Kreativitas	<ul style="list-style-type: none"> • Video blog (vlog) • Konten • Orang yang menonton (<i>viewers</i>) • Kreativitas

1. Video blog

Video blog yaitu aktifitas ngeblog tetapi konten yang dipublikasikan adalah rekaman-rekaman video. Video blog biasanya berisikan tentang aktivitas kehidupan sehari-hari.

2. Konten

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium seperti internet, televisi, CD audio, bahkan acara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung.

3. *Viewers*

Viewers adalah orang yang melihat atau menonton sebuah karya yang ditampilkan melalui berbagai macam bentuk medium seperti video di internet, televisi, pertunjukkan panggung dan lain-lain.

4. Kreativitas

Kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya berguna (*useful*), lebih enak, lebih praktis, mempermudah, memperlancar,

mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil lebih baik atau banyak.

E. Narasumber

Narasumber adalah orang yang memberitahu dan mengetahui secara jelas tentang suatu informasi dan menjadi sumber informasi dalam suatu penelitian.

Untuk melengkapi data-data yang akan dianalisis secara kualitatif, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan individu sebagai narasumber, untuk memberikan pandangan mengenai pemakaian video blog di youtube sebagai media kreatifitas.

1. 2 orang pengguna Vlog (Vlogger)
2. 2 orang yang menonton Vlog (Viewers)

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Patton dalam Maleong (2002:103) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, dan suatu uraian dasar.

a. Data Primer

Yakni pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian atau data yang diperoleh ini disebut data primer. Dalam hal ini data diperoleh dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Wawancara, wawancara yaitu mendapatkan data dengan cara tanya jawab dengan berhadapan langsung dengan informan atau narasumber.

b. Data Sekunder

Yakni pengumpulan data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, yang diperoleh dari buku dan referensi, serta naskah lainnya. Data sekunder ini digunakan sebagai pendukung dalam analisis data.

G. Teknik Analisis Data

Moleong, (2006) data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif. Analisis data keseluruhan dilakukan dengan peringkasan data yaitu menseleksi data, disederhanakan, dan diambil makna utamanya (intinya). Data yang disajikan didasarkan fakta-fakta yang saling berkaitan yang dapat diambil sehingga memberi gambaran yang jelas tentang pemaknaan terhadap video blog di YouTube sebagai media kreatifitas, kemudian apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Ilustrasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, peneliti ini bukan hanya menggunakan studi kepustakaan saja, tetapi juga melalui wawancara. Ketika melakukan penelitian, peneliti mewawancarai narasumber untuk mengetahui bagaimana “Pemaknaan Video Blog di YouTube Sebagai Media Kreativitas”.

Setelah diadakannya penelitian dilapangan melalui wawancara, maka diperoleh data mengenai identitas narasumber. Dalam bab ini akan bahas data hasil wawancara selama penelitian dilakukan dilapangan.

Narasumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 4 (empat) orang. Dimana 4 (empat) orang narasumber ini terdiri dari yang pertama adalah pemilik akun vlog Agss Motovlog dan penggagas Medan Motovlogger, yang ke dua adalah pemilik akun RL Moto Vlog dan 2 (dua) orang *viewers*.

Berikut ini daftar nama narasumber yang berstatus sebagai vlogger dan *viewers*

1. Nama : Agus Suardani
Status : Pemilik akun Agss Motovlog
Alamat : Jalan Setia Budi
Usia : 28 tahun
Pekerjaan : Telkomsel

2. Nama : M Fathan Rizky Lubis
Status : Pemilik akun RL MotoVlog
Alamat : Ekawarni Komp. Rispa 3
Usia : 24 tahun
Pekerjaan : Freelance
3. Nama : Dinda Aulida
Status : *Viewers*
Alamat : Jalan Bukit Barisan
Usia : 20 tahun
Pekerjaan : Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Nama : Annisa Bella
Status : *Viewers*
Alamat : Jalan Setia Jadi
Usia : 22 tahun
Pekerjaan : Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti di lapangan, maka dapat dianalisis satu persatu tentang jawaban dari narasumber, sehingga diperoleh data sebagai berikut:

Narasumber pertama bernama Agus Suardani yang merupakan seorang vlogger dengan pemilik akun Agss Motovlog dan juga sebagai salah satu penggagas Medan Motovlogger. Agus mengatakan bahwa ia mengenal media sosial vlog sejak tahun 2011 mulanya ia mengetahui vlog dari google dan teman-temannya yang ingin membuat akun vlog, kemudian dari sebuah vlog yang berisikan tentang permainan sepeda. Agus sendiri memaknai vlog bahwasannya vlog itu mengenai kejadian sehari-hari yang diunggah ke dunia maya dan disimpan menjadi sebuah video.

Vlogger lainnya bernama Rizky Lubis. Ia adalah member Medan Motovlogger dengan nama akun RL MotoVlog. Rizky sudah hampir 4 tahun berkecimpung dalam dunia vlog. Mulai mengenal vlog sejak tahun 2013 dan mengetahui vlog tersebut melalui artis favoritnya yaitu Raditya Dika. Menurutnya vlog itu mengenai kejadian sehari-hari yang diunggah ke dunia maya dan disimpan menjadi sebuah video.

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa media sosial dari dulu hingga saat ini semakin beragam. Dan vlog (video blog) adalah salah satu dari bagian media sosial yang memang sudah ada sejak lama dan terus berkembang pesat. Kehadiran vlog telah diterima oleh masyarakat luas dan begitu digandrungi sehingga eksistensinya terus meningkat sampai saat ini.

Alasan utama seorang Agus untuk menggunakan vlog adalah “Yang pertama agar masyarakat bisa melihat video hasil karyanya sendiri, kemudian yang kedua adalah kita dapat mengaplikasikan proses editing ke dalam sebuah video misalnya menggunakan *software* editing *AdobePremiere* atau *SonyVegas*.

kita jadi tahu bahkan bisa menggunakannya dan di aplikasikan ke dalam video kita, apabila hasilnya sudah bagus kita dapat langsung meng-*upload* ke YouTube” ujar Agus. Tidak ada tujuan khusus untuk membuat vlog hanya memiliki *action camera* kemudian mencoba membuat video dan melakukan proses editing pada videonya lalu diunggah ke YouTube. Dengan bermodal keisengan saja, Agus tidak menyangka bahwa ia mampu membuahkan hasil.

Bagi Rizky ngevlog adalah salah satu dari hobinya yang sudah menjadi sebuah rutinitas hingga ia mampu mengunggah vlog setiap hari. Rutinitas yang ia lakukan tersebut akan menjadi terasa kurang dalam hidupnya apabila tidak dilakukan. Alasan utama Rizky menggunakan vlog adalah untuk menarik sebuah hobi yang diunggah dalam bentuk video dan menarik motivasi mereka yang tidak tahu vlog-vlog tersebut menjadi tahu. Pada awalnya Rizky memang suka dalam berbicara bahkan ia suka berbicara sendiri maka hobi ini ia salurkan kedalam sebuah video atau vlog, dan hal itulah yang menjadikan ia mengapa tertarik untuk membuat vlog dan untuk mencari sensasi dalam diri.

Kehadiran media sosial vlog (video blog) ini membuat sebagian orang tertarik untuk mendalaminya dan telah menjadikan suatu kegiatan dan hobi baru di masyarakat, bahkan juga bisa menjadi suatu kegiatan yang memberikan keuntungan besar bagi penggunanya. Selain menjadi hobi baru, vlog juga bisa menjadi wadah untuk pengaplikasian proses editing bagi orang atau pun penggunanya (vlogger) yang gemar dengan editing. Proses editing yang sangat baik akan membuat sebuah video menjadi bagus dan menarik untuk dilihat oleh orang lain atau yang biasa disebut dengan *viewers*. Banyaknya *viewers* yang

melihat video kita terkadang menimbulkan dampak bagi penggunanya maupun bagi akun vlog sendiri. Seperti yang dikatakan oleh narasumber pertama yaitu Agus, dalam wawancara Agus mengatakan : “Dampaknya banyak, nambah *subscriber* (pengikut) iya dari *viewers* itu yang sering nonton video kita pertama kali lama kelamaan beberapa kali kalau dia suka pasti di *subscribenya*.” Dan pada narasumber kedua yaitu Rizky, dalam wawancara Rizky mengatakan : “Dampak *viewers* sejauh ini belum ada yang melecehkan vlog saya dan dalam mengedit video sudah banyak yang bilang itu bagus pengeditannya itu saja.”

Adanya kolom komentar pada akun membuat *viewers* dengan mudah dan bebas dalam memberikan kritik dan saran atau bahkan pujian kepada vlogger. Hal ini juga bisa membuat *viewers* lebih dekat dan lebih mengenal vlogger-vlogger itu. Tanpa adanya *viewers* video yang di upload ke media sosial YouTube tidak akan mampu berkembang, karena seorang *viewers* terkadang mampu melihat kekurangan yang terdapat pada video tersebut. Komentar-komentar yang diberikan *viewers* terhadap vlogger memiliki banyak ragam baik itu positif maupun negatif. Seorang vlogger harus mampu menyikapi komentar yang diberikan oleh *viewers* dengan baik seperti yang dikatakan oleh Agus dan Rizky, dalam wawancara Agus mengatakan : “Kalau itu memang sering, kalau ada komentar negatif ya di cuekin saja kalau mau dibalas tapi ya dibecandain saja dibawa bercanda gitu.”

Kemudian dalam wawancara Rizky juga mengatakan : “Boleh saja karena setiap orang kan berbeda pendapat terhadap vlog saya, misalnya dalam video saya ada yang aneh seperti video yang saya unggah di youtube itu ada yang berjudul

“katanya ada maling” dan ada yang memberi komentar “mana malingnya bang? Katanya ada maling, nipu abang ya?” kan sesuai dengan judul katanya ada maling ya saya juga tidak tahu ada maling atau tidak dan menjelaskannya seperti apa jadi ya kalau ada yang komentar negatif seperti itu ya kitanya jawab positif saja.”

Berbicara mengenai konten, dalam hal ini vlog memiliki berbagai macam konten yang dapat dilihat oleh *viewers* seperti video yang mengandung unsur sinematik yang kreatif, musik, *daily vlog* dan yang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah Anda pernah menonton konten vlog di youtube dan konten seperti apa yang sering anda lihat, Dinda Aulida seorang *viewers* mengatakan “Pernah dan setiap hari saya menonton vlog tentang *beauty vlog*, *challenge*, dan *cover song*.” Annisa Bella seorang *viewers* mengatakan “Ya saya pernah menontonnya hampir setiap hari, yang paling sering saya tonton vlog tentang *beauty vlog* dan tutorial hijab.”

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah ada manfaatnya bagi diri Anda setelah melihat vlog, Dinda seorang *viewers* mengatakan “Ada, yaitu yang belum diketahui bisa menjadi tahu untuk menambah wawasan dan melatih kreativitas dalam diri.” Annisa seorang *viewers* lainnya mengatakan “Ya sangat ada manfaatnya, misalnya dengan melihat *beauty vlog* dan tutorial hijab itu saya lebih memperhatikan penampilan agar terlihat menarik.”

Dalam hal ini, tidak selamanya komentar yang ditujukan kepada vlogger itu mengandung unsur negatif, ada juga beberapa *viewers* memberikan komentar untuk membangun dan memotivasi vlogger agar membuat suatu karya yang lebih bagus dan kreatif dalam kontennya. Beberapa dari vlogger terkadang membuat

sebuah video hanya berisikan tentang kehidupan sehari-hari yang terlalu monoton dan tidak menarik untuk dilihat. Padahal nyatanya dari menonton vlog yang baik dan kreatif mampu membuat seseorang termotivasi dan memicu diri untuk melakukan sesuatu hal yang positif sama seperti apa yang ia lihat.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana menurut anda konten vlog di youtube saat ini, apakah cukup kreatif, menurut Agus Suardani seorang vlogger mengatakan “Kalau menurut aku mereka sudah banyak yang kreatif ya bisa dikatakan semualah kreatif.” Menurut Rizky yang juga seorang vlogger mengatakan “Wah kreatif banget, sampai video yang tidak penting pun di unggah. Nah itu seharusnya YouTube tidak perlu mengizinkan video-video yang tidak penting apalagi yang mengandung unsur negatif karena yang menonton di Youtube ini banyak sekali bukan cuma orang dewasa tapi anak umur 10 tahun pun juga melihatnya.” Menurut Dinda Aulida seorang *viewers* mengatakan “Untuk saat ini ya cukup kreatif.” Menurut Annisa Bella “Ya menurut saya cukup kreatif dengan berbagai macam konten yang menarik sehingga tidak bosan untuk dilihat dan penasaran ingin melihat vlog-vlog berikutnya.”

Berdasarkan hasil wawancara mengenai video blog seperti apa yang dapat dikatakan kreatif dan menarik, Agus mengatakan “Kalau dikatakan kreatif dan menarik itu yang pertama adalah hasil karya sendiri kalau menurut aku ya itu kreatif dan menarik tetapi kalau misalnya itu video *copy paste* itu sama saja tidak menarik biarpun editingnya, biarpun isinya hasil gambarnya jelek tidak HD (*High Defenition*), tetapi memang hasil karya dia sendiri itu udah menarik itu udah kreatif dan lama kelamaan dia pasti ikut ke yang lain lain pasti dia bisa melihat

dalam videonya ada yang kurang lambat laun pasti hasilnya jadi bagus.” Menurut Rizky “Yang pertama mengandung sinematik kemudian yang kedua adalah kegilaan-kegilaan kita terhadap pengeditan.” Dinda mengatakan “Vlog yang isinya lebih menarik tidak membuat orang menjadi bosan untuk melihatnya.” Menurut Annisa “Vlog yang berisi tentang hal hal yang positif dan membuat orang yang melihatnya dapat mengubah pola pikir nya menjadi lebih kreatif.”

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apa yang anda lakukan agar video yang anda unggah terlihat lebih kreatif dan menarik untuk dilihat, menurut Agus “Yang dilakukan yang pertama adalah editing, bila editingnya bagus, menarik itu udah pasti dilihat orang, kemudian yang kedua itu tampilan luarnya, jadi sebelum kita melihat atau membuka video diyoutube itu ada tampilan luar yang harus dibuat semenarik mungkin tetapi tetap tidak jauh dari isi video, lalu yang ketiga adalah judul video yang tidak lari dari isi video.” Menurut Rizky “Saya buat video saya itu berbeda dari yang lain lebih menarik contohnya dari segi kreativitas dalam pengeditan dan topik-topik yang saya bawaan.”

Pemilihan konten dalam sebuah video itu sangatlah penting digunakan untuk membuat sebuah vlog. Konten yang melalui proses editing yang baik dan berisikan ide-ide yang kreatif dan menarik itu akan sering dilihat oleh banyak *viewers*. Ini menunjukkan bahwa kreativitas menjadi hal yang utama bagi seorang vlogger dalam pembuatan vlog. Menjadi seorang vlogger yang sebenarnya bukan hanya sekedar *copy-paste* sebuah video saja tetapi membuat sebuah video dengan hasil karya sendiri. Dengan unsur kreativitas dalam konten video mampu

menarik perhatian dan rasa penasaran bagi *viewers* sehingga vlog tersebut akan terus ditonton oleh *viewers* sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai bagaimana pandangan Anda terhadap vlog sebagai media kreativitas, menurut Agus seorang vlogger mengatakan “Sebenarnya sih bagus vlog itu dibuat media kreativitas kita, karena kita bebas berkreasi tetapi tetap yang positif untuk dibahas. Walau sebebas apapun tetap harus yang positif.” Rizky mengatakan “Pandangan saya itu bagus karena mengenali sebuah editan itu tidak mudah, editor itu susah sebenarnya, karena kita bukan hanya sekedar mengunggah video ke youtube tetapi ada proses editing didalamnya maka kreativitas itu nomor 1 (satu) dibutuhkan dan vlog ini adalah salah satu media yang mendukung kreativitas seseorang.” Menurut Dinda “Pandangan saya itu bagus vlog sebagai media kreativitas generasi muda.” Menurut Annisa “Pandangan saya vlog sebagai media kreativitas itu benar, karena vlogger vlogger diyoutube itu selalu memberikan tontonan dan konten konten yang menarik yang memiliki ciri khas masing masing jadi bisa dikatakan bahwa vlog itu merupakan media kreativitas.”

Berdasarkan hasil wawancara mengenai apakah vlog berpengaruh dalam mengembangkan kreativitas anda, Agus seorang vlogger mengatakan “Berpengaruh dalam kreativitas aku sendiri karena dari vlog itu aku bisa menilai hasil karya aku sendiri, sekreatif apa sih aku selesai membuat editingnya. Pasti nanti lambat laun dari yang hasilnya biasa aja lama kelamaan ada peningkatannya.” Rizky mengatakan “Iya berpengaruh dalam kreativitas saya karena hobi saya bisa disalurkan melalui vlog.” Menurut Dinda “Iya dari vlog

seseorang dapat mengembangkan kreativitas dalam dirinya agar orang lain mengetahui kreativitas yang dimilikinya.” Menurut Annisa “Bisa, karena mengharuskannya untuk berpikir dan mengeluarkan ide kreatif yang lebih dan lebih lagi.”

YouTube adalah situs jaringan sosial yang menampung berbagai macam bentuk video dengan secara bebas untuk berkreasi, salah satunya yaitu vlog. Kita dapat mengupload video sebebas mungkin baik itu hal-hal positif maupun hal yang negatif sekalipun. Dalam hal ini vlog mampu membantu seseorang untuk meningkatkan kreativitas dalam dirinya.

Mengenai vlog yang akan dijadikan sebagai media pembelajaran baru di sekolah, Agus mengatakan “Ada setuju ada tidaknya, bila vlog itu membahas yang positif ya setuju karena dunia youtube itu luas bebas kadang kayak gini ada yang mengupload hal hal negatif walaupun misal ada satu situs yang bisa menyaring vlogger yang kreatif bagus dan positif bisa menjadi media pembelajaran.” Menurut Rizky “Sangat bagus karena mempelajari sebuah video itu tidak mudah, saya saja sampai sekarang berbicara didepan kamera masih sulit dan terbata-bata.” Sedangkan Dinda mengatakan bahwa dirinya setuju vlog menjadi media pendidikan agar sesama generasi muda saling bertukar ilmu pengetahuan lewat vlog di YouTube seperti eksperimen fisika dan kimia. Sedangkan menurut Annisa “Setuju karena tidak dipungkiri bahwa teknologi semakin canggih dan hamper semua siswa memiliki gadget yang memungkinkan mereka mengakses atau mengupload video video mereka khususnya dalam media pembelajaran.”

Selain sebagai media kreativitas vlog juga dapat dijadikan sebagai sebuah media pembelajaran baru di sekolah untuk menambah wawasan dan kreativitas dengan metode yang baru dalam pembelajarannya. Dari hasil wawancara kepada narasumber, mereka memberikan respon yang baik dalam hal ini agar generasi muda lebih maju bukan hanya urusan pelajaran tetapi juga dalam urusan teknologi.

C. Pembahasan

Perkembangan teknologi komunikasi pada masa kini menyuguhkan media komunikasi yang semakin variatif. Dengan kemajuan dibidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, orang dapat dengan mudah memperoleh berbagai macam informasi yang terjadi di belahan dunia. Informasi yang disampaikan sekarang ini sudah dapat diaplikasikan melalui sebuah media baru dengan berbagai macam bentuk, dan medium yang sering digunakan yaitu *handphone* atau gadget. Adanya media baru saat ini memunculkan banyak media sosial yang memiliki fungsi untuk berkomunikasi atau menyampaikan suatu pesan salah satunya adalah media sosial vlog di YouTube. Vlog atau video blog adalah cara baru untuk menyampaikan suatu informasi melalui sebuah video yang di unggah kedalam YouTube.

Kebanyakan orang pada mulanya membuat vlog hanya keisengan saja dan menyalurkan sebuah hobi agar bisa dilihat oleh orang lain. Namun semakin lama vlog yang mereka buat semakin berkembang dengan adanya orang yang melihat video mereka atau yang sering disebut *viewers* dan mampu membuahkan hasil.

Hal itulah yang membuat seorang vlogger termotivasi untuk terus membuat video-video baru. Vlog saat ini tengah digandrungi oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia khususnya di kota Medan. Banyak generasi muda yang menggemari dan menggunakan vlog di YouTube sebagai media kreativitas. Dengan *ngevlog* seseorang mampu mengembangkan suatu kreativitas dan menyalurkannya kedalam sebuah video sehingga orang lain dapat melihat hasil karyanya sendiri.

Untuk membuat vlog dan menjadi seorang vlogger itu tidaklah mudah. Dalam membuat vlog yang kita lakukan terlebih dahulu adalah memilih konten atau tema apa yang akan diangkat kedalam sebuah video kemudian kita melakukan *record* dan melakukan proses editing semenarik mungkin untuk menarik perhatian dan rasa penasaran dari *viewers*. Dari kesemua hal tersebut yang paling utama adalah ide kreativitas.

Vlog bukan hanya sekedar untuk memberikan video tentang kehidupan sehari-hari tetapi didalamnya harus ada unsur kreatif dan menarik sehingga *viewers* bukan hanya sekedar menonton tetapi juga bisa mendapatkan manfaat dari video yang kita buat dan juga termotivasi untuk melakukan hal-hal yang kreatif dan positif juga. Konten-konten vlog di YouTube yang sangat beragam dan mengandung unsur sinematik yang kreatif, positif dan hasil dari karya sendiri membuat orang yang melihatnya (*viewers*) akan merasa tertarik. Vlog di YouTube sebagai sebuah media kreativitas dalam pemaknaanya sudah tepat karena vlog mampu membuat pola pikir seseorang untuk terus berinovasi dan mengembangkan kreativitasnya baik dari segi vlogger maupun dari segi *viewers* itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan hasil wawancara yang telah diperoleh dari beberapa narasumber mengenai pemaknaan video blog di YouTube sebagai media kreativitas, maka kesimpulan yang dapat di ambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemaknaan vlog di youtube sebagai media kreativitas memiliki pandangan yang bagus, vlog bukan hanya sekedar mengunggah video ke youtube tetapi ada proses editing didalamnya maka kreativitas itu nomor 1 (satu) dibutuhkan dan vlog ini adalah salah satu media yang mendukung kreativitas seseorang.
2. Konten video dapat dikatakan menarik apabila video tersebut hasil dari karya sendiri dan memiliki unsur sinematik yang baik. Dengan memberikan konten terbaik menunjukkan sisi kelebihan dari video blog tersebut.
3. Dalam pemaknaannya video blog di YouTube sangatlah tepat sebagai sarana atau wadah untuk meningkatkan kreativitas sekaligus memperoleh keuntungan secara finansial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mencoba memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan bagi vlogger, *viewers* dan peneliti lain.

Adapun sarannya sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan video-video yang diupload di YouTube selalu mengutamakan kualitas dari segi editing dan konten yang diberikan di dalam video tersebut. Agar menambah ketertarikan orang yang melihatnya.
2. Dalam penyajian video blog di YouTube seorang vlogger juga harus memperhatikan konten karena konten juga merupakan faktor utama agar video blog itu menjadi tampak menarik.
3. Penulis mengharapkan video-video blog yang diupload ke youtube lebih sering mengeluarkan ide yang kreatif agar lebih menarik perhatian para *viewers* bukan hanya membuat video blog sebagai kebutuhan untuk mencari keuntungan finansial sehingga mengeyampingkan ide dan kretaitas itu sendiri.

DAFTAR WAWANCARA

PEMAKNAAN VIDEO BLOG DI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KREATIVITAS

(Studi Deskriptif Pada Pengguna Vlog di Medan)

Daftar Pertanyaan Bagi Vlogger

1. Apakah Anda pengguna sosial media vlog di youtube?
2. Sejak kapan dan dari mana Anda mengenal atau mengetahui tentang vlog?
3. Apa pengertian vlog menurut Anda?
4. Apa alasan utama Anda membuat vlog kemudian mengunggahnya ke YouTube?
5. Apa tujuan dan manfaat menggunakan vlog bagi Anda?
6. Sejauh ini apa dampak yang ditimbulkan viewers pada diri anda?
7. Seperti apa sikap anda bila ada viewers yang memberi komentar negatif terhadap vlog anda?
8. Bagaimana menurut anda konten vlog di youtube saat ini? Apakah cukup kreatif?
9. Bagaimana pandangan anda mengenai vlog sebagai media kreativitas?
10. Menurut anda apakah vlog dapat membantu seseorang dalam mengembangkan kreativitasnya? Terutama bagi diri Anda
11. Apa yang anda lakukan agar video yang anda unggah terlihat lebih kreatif dan menarik untuk dilihat?
12. Video blog seperti apa yang dapat dikatakan kreatif dan menarik?
13. Apa tanggapan anda bila vlog akan dijadikan sebagai media pembelajaran baru di sekolah? Apakah anda setuju?

Daftar Pertanyaan Bagi Viewer

1. Apakah anda pernah menonton konten vlog di youtube? Dan konten seperti apa yang sering anda lihat?
2. Apakah ada manfaatnya bagi diri anda setelah melihat vlog?
3. Bagaimana menurut anda konten vlog di youtube saat ini? Apakah cukup kreatif?
4. Video blog seperti apa yang dapat dikatakan kreatif dan menarik?
5. Bagaimana pandangan anda mengenai vlog sebagai media kreativitas?
6. Menurut anda apakah vlog dapat membantu seseorang dalam mengembangkan kreativitasnya? Terutama bagi diri Anda
7. Apa tanggapan anda bila vlog akan dijadikan sebagai media pembelajaran baru di sekolah? Apakah anda setuju?

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial Cetakan ke-1*. Prenamedia Group. Jakarta.
- Budyatna, Muhammad dan Ganiem, Leila Mona. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi Cetakan ke-1*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Effendy, O,U. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Fachruddin, Andi. 2015. *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Harapan, Edi & Ahmad, Syarwani. 2014. *Komunikasi Antarpribadi Cetakan ke-1*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Knowledge, Raf. 2010. *Video Blogging untuk Pemula*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi AntarPersonal edisi pertama*. Kencana. Jakarta.
- Moleong, Lexy. 2006. *Penelitian kualitatif*. Rosdakarya. Bandung.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana. Jakarta.
- Nova, Hikmawan Ali & Script, Island. 2011. *Gue Muda Gue Ngeblog*. PT ElexMedia Komputindo. Jakarta.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Penerbit PT Grasindo. Jakarta.
- Vivian, John. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana. Jakarta.

Willsen, Lea. 2011. *Teknik Dasar Blogspot untuk Blogger Kreatif*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Salemba Humanika. Jakarta.

Sumber lain :

<http://sibukforever.blogspot.com/2011/02/jumlah-blog-di-Indonesia-capai-4-juta.html>

(di akses 15 januari 2017).

<http://www.google.com/amp/s/ronnifirmansyahngblog.wordpress.com/2015/09/23/teori-komunikasi-simbolik/amp/>

(diakses pada tanggal 11 maret 2017)

<http://andreas-ginting.blogspot.co.id/2016/04/karya-tulis-ilmiah-vlog-sebagai.html>

(diakses pada tanggal 13 maret 2017)

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Makna> (diakses pada tanggal 20 Maret 2017)

<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/11806> (di akses pada tanggal 22 Maret 2017)

Id.m.wikipedia.org (di akses 15 januari 2017)