

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 URAIAN TEORI DATA-DATA EMPIRIK YANG RELEVAN

2.1.1 Analisis Tematik

Analisis Tematik (Thematic Analysis) adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif, terutama teks, untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang terkandung di dalamnya. Salah satu pendekatan analisis tematik yang paling terkenal adalah yang dikembangkan oleh Virginia Braun dan Victoria Clarke, yang memberikan panduan sistematis untuk melakukan analisis tematik pada data kualitatif. Analisis tematik, oleh Virginia Brown dan Victoria Clark, adalah pendekatan yang sangat populer untuk analisis data kualitatif, terutama dalam psikologi dan ilmu sosial. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Tema di sini tidak hanya terbatas pada kategori atau label, tetapi lebih pada pola yang lebih luas dan mendalam yang muncul dari data. Tema ini menggambarkan makna yang penting dari data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Dalam analisis ini tidak hanya mengidentifikasi tema besar, tetapi juga memperhatikan bagaimana tema tersebut bisa dibagi menjadi sub tema atau tema yang lebih kecil. Analisis tematik merupakan suatu cara untuk menganalisis data dengan mengidentifikasi pola untuk menemukan tema melalui data (Braun & Clarke, n.d.). Braun dan Clarke mengembangkan proses analisis tematik dalam enam tahapan utama, yang membantu peneliti dalam menganalisis data secara sistematis dan terstruktur:

1. Familiarisasi dengan Data

Pada tahap awal ini, peneliti membaca dan memahami data secara keseluruhan. Ini bisa berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, atau data lainnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang data sebelum mulai mengidentifikasi tema. Peneliti sering kali

membuat catatan atau memo untuk membantu mengingat reaksi awal terhadap data dan pemikiran yang muncul selama proses ini.

2. Pembuatan Kode

Setelah familiar dengan data, peneliti mulai melakukan pengkodean. Pengkodean adalah proses memberi label pada bagian-bagian data yang relevan atau menarik, yang berpotensi menggambarkan ide atau pola tertentu. Kode ini bisa sangat deskriptif (misalnya, menyebutkan kata atau frasa tertentu) atau lebih interpretatif, tergantung pada pendekatan yang digunakan. Pengkodean dilakukan pada seluruh data, dan peneliti mungkin akan menemukan banyak kode yang berbeda.

3. Mencari Tema

Setelah pengkodean selesai, langkah berikutnya adalah mencari tema-tema yang muncul dari kode yang telah dibuat. Tema adalah pola-pola yang lebih besar dan bermakna yang melampaui kode individu. Peneliti mencari keterkaitan antara kode-kode yang berbeda dan mencoba untuk mengorganisasi kode-kode tersebut ke dalam tema yang lebih luas. Proses ini melibatkan interpretasi untuk menentukan tema utama yang paling relevan atau dominan dalam data.

4. Meninjau Tema

Setelah tema awal diidentifikasi, peneliti kemudian meninjau dan memeriksa apakah tema-tema tersebut benar-benar menggambarkan data secara akurat. Ini melibatkan dua tingkat tinjauan:

- Tinjauan internal: Memeriksa apakah data dalam tema tersebut konsisten dan koheren.
- Tinjauan keseluruhan: Memastikan bahwa tema yang ditemukan mencerminkan gambaran keseluruhan data dan dapat menjawab pertanyaan penelitian.

Peneliti dapat memodifikasi atau menggabungkan tema jika perlu untuk memastikan mereka mencerminkan data secara tepat.

5. Mendefinisikan dan Menamai Tema

Setelah tema-tema final ditetapkan, peneliti mendefinisikan dan memberi nama pada masing-masing tema untuk menggambarkan dengan jelas apa yang dimaksud dengan setiap tema. Peneliti harus memastikan bahwa tema yang dipilih benar-benar merepresentasikan pola yang signifikan dalam data dan sesuai dengan tujuan penelitian. Nama tema harus jelas dan mudah dipahami, serta menggambarkan inti dari tema tersebut.

6. Menyusun Laporan

Langkah terakhir adalah menulis laporan analisis tematik. Peneliti menyusun narasi yang menggambarkan tema-tema yang telah ditemukan dalam data, memberikan bukti dan kutipan dari data yang relevan untuk mendukung analisis. Laporan ini menjelaskan bagaimana tema-tema tersebut terhubung dengan pertanyaan penelitian dan apa arti dari temuan-temuan tersebut. Dalam penulisan laporan, peneliti harus memastikan bahwa interpretasi mereka konsisten dan bahwa hasil analisis memberikan wawasan yang bermakna.

Analisis tematik sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Fleksibilitas

Analisis tematik adalah teknik yang sangat fleksibel, yang dapat diterapkan pada berbagai jenis data (seperti wawancara, transkrip, catatan lapangan, dll.) dan berbagai pendekatan penelitian (induktif atau deduktif). Ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan metode ini sesuai dengan kebutuhan penelitian mereka.

b. Data yang Terstruktur dan Tidak Terstruktur

Analisis tematik dapat diterapkan pada data terstruktur, seperti survei terbuka atau wawancara, serta data yang tidak terstruktur, seperti catatan lapangan atau posting media sosial.

c. Induktif dan Deduktif

Pendekatan analisis tematik dapat bersifat induktif, di mana tema-tema muncul dari data tanpa teori atau konsep awal. Sebaliknya, ini juga

bisa deduktif, di mana peneliti menggunakan teori atau kerangka konsep untuk mengarahkan analisis.

d. Pemahaman Konteks

Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk memahami data dalam konteks yang lebih luas dan mendalam, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman, pandangan, atau pola yang ada dalam data.

2.1.2 Teori Roda Emosi Robert Plutchick

Teori emosi Robert Plutchick dimana teori roda emosi ini menjelaskan berbagai bentuk emosi manusia. Teori roda emosi Robert Plutchick adalah sebuah model yang dikembangkan oleh psikolog Robert Plutchick untuk menjelaskan dan mengkategorikan emosi manusia dengan cara yang terstruktur dan visual. Dalam teori ini, Robert Plutchick menggambarkan emosi-emosi dasar yang dimiliki manusia dalam bentuk roda, mirip dengan roda warna dalam teori warna. Model ini menyajikan emosi dalam bentuk roda yang terdiri dari berbagai macam emosi dasar yang saling berhubungan. Dalam model ini, emosi manusia dipresentasikan dalam bentuk roda delapan emosi yang meliputi inti dari semua emosi manusia yaitu:

1. Kebahagiaan (Joy)
2. Kepercayaan (Trust)
3. Takut (Fear)
4. Surprise (Keterkejutan)
5. Sedih (Sadness)
6. Disgust (Jijik)
7. Marah (Anger)
8. Antisipasi (Anticipation)

Dalam teori roda emosi Robert Plutchick terdapat 4 elemen roda emosi yaitu:

1. Primary

Dalam Teori Roda Emosi Robert Plutchik, bagian "primary" mengacu pada emosi dasar.

2. Secondary

Bagian secondary emotions merujuk pada emosi kompleks yang terbentuk dari kombinasi dua atau lebih emosi dasar. Emosi secondary ini tidak muncul secara langsung, tetapi merupakan hasil dari interaksi atau gabungan emosi dasar yang ada. Oleh karena itu, emosi secondary lebih kompleks dan bisa lebih spesifik, mencerminkan nuansa yang lebih halus dari perasaan seseorang.

3. Tertiary

Emosi tertiary ini merujuk pada emosi yang lebih kompleks yang terbentuk dari kombinasi emosi dasar dan emosi sekunder. Emosi tersier adalah perasaan yang lebih halus dan bisa mencakup perasaan campuran yang lebih spesifik, yang timbul sebagai respons terhadap berbagai pengalaman atau situasi yang lebih mendalam.

4. Opposite

Emosi opposite merujuk pada emosi yang berlawanan atau berseberangan di dalam roda emosi. Plutchik menyarankan bahwa setiap emosi dasar memiliki emosi yang berlawanan yang terletak di sisi berlawanan roda. Emosi yang berlawanan ini menunjukkan dua respons emosional yang sangat berbeda terhadap rangsangan atau situasi yang sama, dengan salah satu emosi menunjukkan perasaan positif dan yang lainnya menunjukkan perasaan negatif. Berikut adalah emosi dasar beserta emosi yang berlawanan menurut teori roda emosi Robert Plutchik:

- a. Kebahagiaan (Joy) ↔ Kesedihan (Sadness)
- b. Kepercayaan (Trust) ↔ Jijik (Disgust)
- c. Takut (Fear) ↔ Marah (Anger)
- d. Antisipasi (Anticipation) ↔ Kejutan (Surprise)

Di dalam roda, emosi-emosi ini juga disusun berdasarkan intensitasnya. Semakin dekat emosi ke pusat roda, semakin intens emosinya. Sebaliknya, semakin jauh emosi dari pusat, semakin ringan intensitasnya. Misalnya, emosi Takut di bagian pusat roda bisa menjadi lebih intens, sementara emosi yang lebih ringan, seperti Cemas, terletak lebih jauh dari pusat. Teori ini bertujuan untuk memberi pemahaman yang lebih jelas tentang hubungan antar emosi dan bagaimana emosi-emosi ini bisa saling bergabung atau berubah seiring waktu dan pengalaman. Teori Roda Emosi juga membantu menjelaskan bagaimana emosi dapat membentuk perilaku manusia, serta bagaimana perasaan kita bisa lebih kompleks dari sekadar satu emosi dasar.

Secara keseluruhan, Teori Roda Emosi Plutchik memberikan gambaran yang terstruktur dan mudah dipahami tentang bagaimana emosi manusia berinteraksi, baik dalam intensitas maupun dalam hubungan antar emosi dasar dan emosi yang lebih kompleks.

2.1.3 Teori Dimensi Interaktivitas Quiring dan Schweiger

Interaktivitas dalam konteks ini merujuk pada kemampuan media atau teknologi untuk memungkinkan dua arah komunikasi atau respons yang saling memengaruhi antara pengirim dan penerima pesan. Interaktivitas bukan hanya soal pengiriman pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dapat diterima, diproses, dan dibalas dalam cara yang dinamis.

Teori dimensi interaktivitas Quiring dan Schweiger merupakan pendekatan untuk menjelaskan interaktivitas dalam konteks komunikasi digital, khususnya interaksi pengguna dengan media digital seperti website, media sosial, dan aplikasi interaktif lainnya. Teori ini dikembangkan oleh Quiring dan Schweiger dengan fokus pada aspek interaktivitas yang lebih luas dan bagaimana elemen-elemen tersebut mempengaruhi komunikasi antara pengguna dan platform. Teori interaktivitas Quiring dan Schweiger menekankan kontrol pengguna, umpan balik, personalisasi, dan dampak interaktivitas terhadap proses

emosional pengguna. Interaktivitas berkaitan erat dengan istilah ‘interaksi’ yang merupakan peran sentral dalam konteks ilmu sosiologi, dan dimaknai sebagai tindakan manusia yang ditujukan satu sama lain, demikian pula hubungan antara dua manusia atau lebih (TenHouten, 2023). Dimensi Interaktivitas Quiring and Schweiger terdapat 4 unsur atau dimensi dalam penyampaian pesan (Quiring & Schweiger, 2008) yakni:

1. Playfulness

Gaya komunikasi dengan individu lainnya yang merujuk untuk hiburan yang menyenangkan, Dimana seseorang memberikan komentar atau memberi reaksi pada komentar orang lain yang dirasa lucu untuk dijadikan hiburan.

2. Connectedness

Ketika suatu komentar individu satu dengan individu yang lainnya yang dirasa sama dalam membahas suatu topik mereka berkomentar pada suatu komentar yang mengarah pada isu yang sama hingga akhirnya mereka menjalin komunikasi dua arah yang baik.

3. Sense of presence

Seorang individu yang memiliki rasa kehadiran sehingga mereka memiliki suatu wawasan dan informasi hingga akhirnya mereka hadir untuk membagikan informasi tersebut.

4. Immersion

Suatu Upaya kehadiran seseorang untuk memberikan komentar dimana ia melibatkan perasaan emosional yang dimiliki. Seseorang yang memiliki karakter ini memiliki hasrat emosi yang tinggi dalam menyampaikan informasi atau pesan karena mereka melibatkan diri sendiri maupun orang lain dalam meluapkan seluruh emosional perasaan.

2.1.4 Film

Film merupakan sebuah karya seni gabungan dari gambar bergerak dan suara yang menceritakan suatu kisah atau media untuk menyampaikan suatu pesan. Film sering kali dibuat dengan menggunakan teknologi sinematografi, di mana gambar-gambar tersebut direkam menggunakan kamera dan kemudian diproses untuk menghasilkan sebuah karya visual yang utuh. Film juga dapat melibatkan berbagai elemen lainnya seperti musik, efek suara, dan animasi. Menurut Wibowo (dalam Rizal, 2014) film adalah suatu alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui media cerita, dan juga dapat diartikan sebagai media ekspresi artistik bagi para seniman dan insan perfilman untuk mengungkapkan gagasan dan ide cerita yang dimilikinya. Secara umum, film terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Film Fiksi

Film yang mengisahkan cerita yang diciptakan atau dibayangkan, seperti drama, aksi, komedi, atau horor. Biasanya, film ini mengikuti plot yang telah ditentukan dan karakter-karakter yang dikembangkan oleh penulis naskah.

2. Film Dokumenter

Film yang bertujuan untuk menggambarkan kehidupan nyata, kejadian aktual, atau orang-orang di dunia nyata. Film ini biasanya bersifat informatif dan bertujuan untuk mendidik atau menginspirasi penonton dengan fakta-fakta yang disajikan.

3. Film Animasi

Film yang menggunakan teknik animasi untuk menciptakan gambar bergerak, baik itu animasi dua dimensi (2D) maupun tiga dimensi (3D). Film animasi sering kali disukai oleh anak-anak, namun juga bisa ditujukan untuk penonton dewasa.

4. Film Eksperimental

Film yang mengeksplorasi teknik-teknik baru dalam pembuatan film dan sering kali tidak mengikuti struktur cerita konvensional. Tujuan

utamanya adalah untuk menciptakan pengalaman estetika atau menggugah pikiran penonton.

Film dapat dibedakan berdasarkan genre, yaitu kategori berdasarkan tema, cerita, dan elemen dan lainnya. Berikut adalah beberapa genre film yang umum dikenal yaitu:

1. Drama: Fokus pada perkembangan karakter dan hubungan emosional, sering kali dengan tema kehidupan yang realistis.
2. Komedi: Film yang bertujuan menghibur dan membuat penonton tertawa dengan humor dan situasi lucu.
3. Aksi: Berfokus pada adegan aksi fisik yang cepat dan intens, seperti perkelahian, pengejaran, atau bencana besar.
4. Horor: Dirancang untuk menakut-nakuti penonton dengan unsur supranatural atau situasi mencekam.
5. Romantis: Mengangkat kisah cinta dan hubungan pribadi antara karakter.
6. Petualangan: Biasanya mengisahkan perjalanan karakter dalam menghadapi tantangan dan eksplorasi dunia baru.
7. Sci-Fi (Fiksi Ilmiah): Melibatkan elemen ilmiah atau teknologi futuristik, dunia luar angkasa, atau konsep-konsep yang belum ada.
8. Fantasi: Berfokus pada elemen magis dan imajinatif, seperti sihir, makhluk mitos, dan dunia lain.
9. Dokumenter: Menyajikan cerita nyata berdasarkan fakta atau peristiwa sejarah, dengan tujuan mendidik atau menginformasikan penonton.
10. Animasi: Film yang menggunakan teknik animasi, baik 2D, 3D, atau stop-motion untuk membuat gambar bergerak.

Film dokumenter merupakan film yang menyajikan sebuah rekaman kejadian sesungguhnya tanpa rekayasa dan sesuai fakta (Borish et al., 2021; Friend, 2021; Lees, 2024). Film dokumenter biasanya berkisah tentang realitas, khususnya dalam bentuk kehidupan nyata, untuk memberikan informasi, menginspirasi dan

memberi kesadaran tentang isu tertentu. Dalam proses pembuatan film dokumenter menggunakan sudut pandang tertentu agar film semakin menari dan nampak nyata. Dengan adanya film dokumenter dapat memberikan pemahaman menyeluruh tentang isu yang biasa diabaikan oleh media. Film dokumenter tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi dapat membangkitkan penonton untuk terlibat dalam perubahan sosial dan politik. Film dokumenter memiliki ciri-ciri yaitu:

1. Fakta dan Kenyataan: Berbeda dengan film fiksi, film dokumenter lebih berfokus pada hal-hal yang nyata dan mengandung informasi yang berbasis fakta. Meskipun terkadang ada elemen naratif atau dramatisasi, inti dari film dokumenter adalah menggambarkan realitas.
2. Tujuan Edukasi dan Informasi: Film dokumenter dibuat dengan tujuan untuk mendidik atau memberikan pengetahuan kepada penonton mengenai topik atau isu tertentu, seperti politik, sejarah, lingkungan, atau kehidupan masyarakat.
3. Tanpa Skenario Tetap: Film dokumenter sering kali tidak mengikuti skenario tetap seperti film fiksi. Sebaliknya, proses pembuatan film dokumenter lebih bersifat observasional, dengan pengambilan gambar yang bersifat spontan atau berdasarkan fakta yang ada.
4. Narasi atau Voice-Over: Beberapa film dokumenter menggunakan narasi atau voice-over untuk memberikan konteks atau penjelasan lebih lanjut tentang gambar yang ditampilkan, meskipun tidak semua dokumenter mengandalkan narasi.
5. Menyajikan Beragam Perspektif: Dokumenter sering kali mencoba menunjukkan berbagai sudut pandang tentang suatu masalah atau peristiwa, memberikan kesempatan bagi penonton untuk membentuk pendapat mereka sendiri.

Film dokumenter dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan pendekatan dan gaya pembuatan film:

1. Dokumenter Observasional (Observational Documentary)

Dokumenter ini berfokus pada pengamatan langsung terhadap subjek tanpa interaksi yang terlihat antara pembuat film dan subjek.

2. Dokumenter Partisipatoris (Participatory Documentary)

Pembuat film terlibat langsung dengan subjeknya, sering kali melalui wawancara atau berinteraksi secara langsung dengan orang-orang yang terlibat dalam cerita.

3. Dokumenter Reflektif (Reflexive Documentary)

Dokumenter ini mengajak penonton untuk berpikir kritis tentang proses pembuatan film itu sendiri, serta mempertanyakan representasi dan realitas yang ditampilkan di layar.

4. Dokumenter Ekspositori (Expository Documentary)

Jenis dokumenter ini berfokus pada menyampaikan informasi yang jelas dan faktual, sering disertai dengan narasi yang menjelaskan subjek. Ini adalah bentuk dokumenter yang paling tradisional.

5. Dokumenter Kinerja (Performative Documentary)

Dokumenter ini lebih menekankan pada pengalaman emosional dan subyektif pembuat film. Pendekatan ini cenderung lebih artistik, dengan menggali perasaan dan interpretasi pribadi tentang suatu subjek.

6. Dokumenter Pembuatan (Poetic Documentary)

Dokumenter ini mengandalkan citra visual yang kuat, serta sering menggunakan gaya narasi yang lebih bebas atau eksperimen. Lebih menekankan pada estetika daripada narasi yang terstruktur.

Film dokumenter adalah salah satu genre film yang paling kuat dalam hal memberikan dampak sosial, politik, dan budaya. Dengan menggunakan fakta, gambar nyata, dan teknik sinematik, dokumenter memberikan cara bagi penonton untuk melihat dunia dengan cara yang berbeda, membuka mata

terhadap realitas yang sering kali tersembunyi, dan menyajikan cerita-cerita yang memiliki potensi untuk menginspirasi perubahan.

2.1.5 Youtube

Youtube merupakan sebuah platform yang menyediakan pengguna untuk membagikan informasi berupa video dan audio (de Nadal, 2024; Jia, 2019; Pattier, 2021). Platform Youtube merupakan platform yang paling sering digunakan karena menyuguhkan berbagai macam informasi dari hiburan, entertainment, edukasi dan sebagainya (Honkomp-Wilkens et al., 2024; Pires et al., 2021; Yusuf & Agung, 2021). Dalam youtube pengguna tidak hanya bisa mengunggah video dan menonton saja, namun bisa juga membagikan video dan meninggalkan komentar pada konten video tersebut. Hal tersebut membuat youtube menjadi salah satu situs web terbesar di dunia, dengan miliaran pengunjung yang mengakses video setiap harinya. YouTube telah menjadi platform video paling populer dan berpengaruh di dunia, yang tidak hanya menawarkan hiburan tetapi juga menyediakan ruang untuk edukasi, informasi, dan interaksi sosial. YouTube adalah salah satu platform terbesar dan paling berpengaruh di dunia, dengan dampak yang besar terhadap hiburan, pendidikan, pemasaran, dan budaya. Meskipun memiliki banyak keuntungan dan menawarkan peluang besar untuk pembuat konten dan bisnis, YouTube juga menghadapi tantangan besar dalam hal moderasi konten dan pengawasan. Namun, YouTube tetap menjadi alat yang sangat kuat dalam membentuk cara kita berkomunikasi dan mengonsumsi media. Youtube sendiri memiliki dampak negative dan juga positif yaitu:

1. Positif

- Memberikan kesempatan untuk belajar dan berbagi pengetahuan secara gratis.
- Menyediakan platform bagi kreativitas dan ekspresi diri.
- Menyediakan hiburan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

2. Negatif

- Dapat menjadi tempat penyebaran informasi yang salah atau tidak akurat (misinformasi).
- Konten yang tidak pantas atau berbahaya dapat tersebar.
- Dapat menyebabkan ketergantungan atau gangguan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan anak muda.

2.1.6 Podcast

Podcast merupakan sebuah media audio digital yang diunggah ke sebuah platform online dan bisa didengarkan oleh khalayak umum (Phillips, 2017; Samuel-Azran et al., 2019). Secara sederhana podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima dan mendengarkan konten secara audio ondemand yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015). Bentuk podcast sendiri berupa audio digital yang dimana biasanya pembawa acara akan berbicara atau mengobrol dengan santai membahas topik tertentu dengan mewawancarai narasumber yang berhubungan langsung dengan topik yang di ambil. Ciri ciri podcast yaitu:

1. Format Audio

Podcast umumnya berupa file audio, meskipun ada beberapa podcast yang juga menyertakan video.

2. On-Demand

Pendengar dapat memilih untuk mendengarkan episode kapan saja dan di mana saja, baik itu melalui aplikasi podcast, platform streaming, atau website.

3. Seri atau Episode

Podcast biasanya dirilis dalam bentuk seri atau episode dengan topik tertentu. Setiap episode bisa berdurasi bervariasi, dari beberapa menit hingga beberapa jam.

4. Distribusi via Internet

Podcast dapat diakses melalui berbagai platform distribusi online, seperti Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts, dan banyak aplikasi podcast lainnya.

5. Interaktif

Beberapa podcast memungkinkan interaksi dengan pendengar, seperti melalui komentar, media sosial, atau bahkan mengundang pertanyaan dari audiens.

Podcast hadir dalam berbagai jenis, yang masing-masing memiliki audiens dan tujuan yang berbeda. Beberapa jenis podcast yang umum meliputi:

1. Podcast Cerita atau Narasi: Jenis podcast ini menceritakan sebuah cerita atau narasi tertentu, bisa berupa fiksi atau non-fiksi. Contohnya adalah podcast dokumenter atau cerita serial.
2. Podcast Wawancara: Dalam jenis podcast ini, pembawa acara mewawancarai tamu dari berbagai latar belakang, seperti pakar, selebritas, atau orang biasa yang memiliki cerita menarik.
3. Podcast Pendidikan atau Tutorial: Podcast ini bertujuan untuk mengajarkan sesuatu kepada pendengarnya. Biasanya, podcast ini membahas topik-topik seperti bisnis, teknologi, sejarah, keterampilan, atau bahasa.
4. Podcast Hiburan: Podcast hiburan mencakup berbagai topik santai dan menghibur, seperti komedi, review film atau musik, obrolan sehari-hari, atau diskusi tentang budaya pop.
5. Podcast Berita atau Politik: Jenis podcast ini menawarkan analisis mendalam tentang peristiwa-peristiwa terkini di dunia politik atau berita internasional.

Podcast adalah media yang sangat fleksibel dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja, menawarkan berbagai macam topik yang bisa dipilih sesuai dengan minat pendengar. Dengan beragamnya konten yang tersedia, podcast telah menjadi pilihan populer untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan

edukasi. Selain itu, semakin mudah bagi siapa saja untuk membuat podcast, menjadikannya platform yang inklusif untuk banyak orang yang ingin berbagi cerita atau pengetahuan mereka.

2.1.7 Komentar

Komentar adalah pendapat, tanggapan, atau ulasan yang diberikan seseorang terkait dengan suatu topik, kejadian, atau konten tertentu. Komentar biasanya diberikan secara tertulis dan dapat ditemukan di berbagai platform, seperti media sosial, blog, forum, situs web, atau aplikasi seperti YouTube, Instagram, dan Twitter. Komentar dapat berupa kritik, pujian, pertanyaan, atau klarifikasi yang memberikan perspektif tambahan atau menanggapi konten yang ada. Terdapat beberapa jenis komentar:

1. **Komentar Positif:** Berisi pujian atau apresiasi terhadap suatu hal, seperti karya, tindakan, atau opini.
2. **Komentar Negatif:** Berisi kritik atau ketidaksetujuan terhadap sesuatu. Meskipun demikian, kritik yang konstruktif dapat membantu untuk perbaikan.
3. **Komentar Konstruktif:** Berisi kritik yang diiringi dengan saran atau rekomendasi untuk perbaikan. Komentar ini bertujuan membangun dan memberikan solusi.
4. **Komentar Menggugah Diskusi:** Komentar yang berisi pertanyaan atau pemikiran yang dapat memicu diskusi lebih lanjut.
5. **Komentar Emosional:** Komentar yang dipengaruhi oleh perasaan atau emosi, seperti marah, sedih, atau bahagia.

Komentar memiliki beberapa fungsi penting dalam konteks dunia digital, antara lain:

1. **Interaksi Sosial**

Komentar memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain. Di platform media sosial atau video, seperti Instagram, YouTube, atau

Facebook, komentar memungkinkan audiens untuk memberikan pendapat, bertanya, atau berdiskusi tentang konten yang dibagikan. Pembuat konten juga dapat terlibat langsung dengan audiens mereka melalui komentar, membangun koneksi dan komunitas yang lebih kuat.

2. Memberikan Umpan Balik

Komentar sering digunakan untuk memberikan umpan balik terhadap suatu konten. Pengguna bisa memberikan kritik konstruktif atau memuji karya yang telah diunggah. Di platform seperti YouTube, komentar sering digunakan untuk menilai kualitas video atau memberikan masukan tentang topik yang dibahas.

3. Meningkatkan Visibilitas Konten

Di beberapa platform, komentar yang aktif dapat meningkatkan visibilitas konten. Misalnya, jika sebuah video di YouTube atau postingan di Instagram memiliki banyak komentar, hal ini bisa menunjukkan bahwa konten tersebut menarik perhatian banyak orang, yang dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi lebih lanjut.

4. Membantu Algoritma

Banyak platform digital, seperti YouTube atau Facebook, menggunakan komentar sebagai indikator seberapa banyak interaksi yang terjadi dengan konten. Semakin banyak komentar yang diterima oleh sebuah postingan atau video, semakin besar kemungkinan konten tersebut akan ditampilkan kepada lebih banyak orang melalui rekomendasi atau algoritma.

5. Sarana Diskusi dan Berbagi Wawasan

Komentar juga sering digunakan untuk berdiskusi lebih lanjut tentang suatu topik. Pengguna dapat saling berbagi wawasan, pengalaman, atau pengetahuan mereka terkait dengan konten yang ada, seperti dalam artikel berita, video tutorial, atau postingan blog.

Terdapat etika dalam berkomentar meliputi:

1. Hormati Orang Lain

Selalu jaga kesopanan dan hindari komentar yang bersifat menghina, merendahkan, atau memprovokasi. Kritik yang membangun lebih dihargai daripada komentar yang merugikan.

2. Relevansi

Pastikan komentar yang diberikan relevan dengan konten yang dibahas. Komentar yang tidak sesuai atau tidak berhubungan bisa dianggap sebagai spam dan mengganggu diskusi.

3. Hindari Hate Speech

Komentar yang berisi ujaran kebencian, diskriminasi, atau pernyataan yang menyinggung kelompok tertentu sebaiknya dihindari, karena bisa melanggar pedoman platform dan merusak suasana diskusi yang sehat.

4. Jangan Berlebihan dengan Promosi

Jika ingin mempromosikan sesuatu (misalnya, produk atau layanan), pastikan untuk melakukannya dengan cara yang sopan dan relevan. Jangan spam komentar dengan promosi berlebihan.

Di dalam komentar dapat menimbulkan interaksi dengan pembuat konten, memunculkan diskusi, dapat memberikan umpan balik. Platform yang menggunakan fitur komentar salah satunya yaitu Youtube. Komentar youtube merupakan sebuah teks yang ditulis pengguna dengan bentuk tanggapan atau pendapat mereka terhadap video yang mereka tonton di Youtube. Komentar-komentar yang diberikan pengguna terdapat pada bagian bawah video. Dalam kolom komentar Youtube terdapat beberapa karakteristik umum yaitu diskusi atau opini, adanya feedback, tanggapan kreatif dan lucu antar pengguna, dan pengguna dapat like atau dislike komentar seseorang.

Komentar merupakan bagian integral dari komunikasi digital yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan pandangan, bertanya, memberikan umpan balik, dan berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, penting untuk menjaga etika dalam berkomentar, menghindari perdebatan

yang tidak sehat, serta memastikan komentar yang diberikan bersifat positif dan konstruktif.

2.1.8 Interaktivitas

Interaktivitas adalah konsep yang mengacu pada kemampuan dua pihak atau lebih untuk saling berkomunikasi atau berinteraksi satu sama lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam suatu konteks atau platform tertentu. Dalam dunia teknologi dan media digital, interaktivitas menggambarkan hubungan timbal balik antara pengguna dan sistem, di mana pengguna dapat memberikan input atau respons yang mempengaruhi pengalaman atau hasil yang ditampilkan oleh sistem tersebut. Interaktivitas sangat memungkinkan terjadi dalam platform Youtube mulai dari antar pengguna hingga antara pengguna lainnya (Dubovi & Tabak, 2020; Gee et al., n.d.; Lange, 2018). Interaktivitas mengacu pada kemampuan pengguna dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan sistem, sesama pengguna, dan lingkungan secara langsung. Dalam interaktivitas timbul timbal balik antara pengguna dan teknologi yang selanjutnya menimbulkan respon atau umpan balik terhadap tindakan pengguna. Aspek dalam interaktivitas yaitu terdapat timbal balik, keterlibatan pengguna, adaptabilitas, interaksi sosial dan real time. Dengan adanya media, teknologi, dan internet masyarakat lebih leluasa untuk mengutarakan pendapat dan pandangan mereka. Masyarakat sekarang banyak yang mulai melakukan interaksi antar sesama melalui teknologi dan internet. Interaktivitas merupakan tahapan individu maupun kelompok yang memiliki kaitan satu sama lain atau saling memengaruhi yang menghasilkan suatu tindakan berupa respon (Kuang, 2020; Pius Nedumkallel, 2020). Interaktivitas merujuk pada suatu keadaan dimana dua pihak atau lebih melakukan komunikasi yang menimbulkan interaksi satu sama lain atau menghasilkan timbal balik antara dua pihak atau lebih. Konsep tersebut menjadikan media sosial dan teknologi digital memiliki pengaruh yang begitu penting dalam komunikasi. Bentuk interaktivitas sendiri biasanya seperti memberikan komentar, menyukai dan berpartisipasi dalam forum diskusi

secara real-time. Digital culture atau budaya digital merupakan suatu konsep gagasan dimana teknologi dan internet secara signifikan membentuk cara berinteraksi, berperilaku, berfikir, dan berkomunikasi dalam lingkungan masyarakat. Sedangkan menurut Turkoglu dan Turkoglu secara singkat budaya digital adalah bentuk budaya baru yang terbentuk dengan digitalisasi (Türkoğlu & Türkoğlu, 2018). Terdapat beberapa jenis interaktivitas:

1. Interaktivitas Pengguna dengan Media (User-Media Interaction)

Interaksi di mana pengguna berinteraksi langsung dengan media, seperti aplikasi, video game, atau situs web. Pengguna dapat mengubah atau memanipulasi konten media tersebut melalui pilihan atau input mereka.

2. Interaktivitas Pengguna dengan Pengguna (User-User Interaction)

Interaksi ini terjadi ketika dua atau lebih pengguna berkomunikasi satu sama lain melalui platform digital. Ini dapat terjadi dalam bentuk pesan, komentar, forum, atau platform media sosial.

3. Interaktivitas Pengguna dengan Sistem (User-System Interaction)

Ini merujuk pada interaksi pengguna dengan perangkat atau aplikasi yang mereka gunakan, di mana input pengguna akan mempengaruhi sistem. Misalnya, klik, gesek layar, atau perintah suara yang mengubah tampilan atau fungsi dari perangkat atau aplikasi tersebut.

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat interaktivitas antara pengguna dan sistem atau media meliputi:

1. Desain Sistem

Platform atau aplikasi yang didesain dengan interaktivitas tinggi memungkinkan pengguna untuk lebih terlibat, seperti melalui fitur komentar, pemilihan pilihan, atau kustomisasi tampilan. Sebaliknya,

sistem yang pasif (misalnya, membaca artikel statis) memberikan sedikit kesempatan untuk interaksi.

2. Jenis Media

Media sosial, video game, dan aplikasi multimedia menawarkan tingkat interaktivitas yang tinggi karena memungkinkan interaksi langsung dari pengguna. Media tradisional seperti televisi atau radio lebih terbatas dalam hal interaktivitas karena cenderung bersifat satu arah.

3. Tujuan Pengguna

Pengguna yang memiliki tujuan aktif (seperti belajar, berkomunikasi, atau bermain) cenderung lebih terlibat dalam pengalaman interaktif dibandingkan dengan mereka yang hanya mengonsumsi informasi secara pasif.

4. Kebijakan dan Fitur Platform

Banyak platform menawarkan fitur yang meningkatkan interaktivitas, seperti komentar, polling, atau live streaming, yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dan memberi feedback langsung.

Interaktivitas menjadi penting karena berbagai alasan:

1. Meningkatkan Keterlibatan Pengguna

Dengan meningkatkan interaktivitas, pengguna menjadi lebih terlibat dalam pengalaman mereka. Mereka tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi atau konsumsi konten.

2. Personalisasi Pengalaman Pengguna

Interaktivitas memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan pengalaman mereka sesuai dengan preferensi mereka, seperti memilih konten yang ingin mereka lihat atau berinteraksi dengan orang lain berdasarkan minat yang sama.

3. Peningkatan Pembelajaran dan Peningkatan Pemahaman

Dalam konteks pendidikan atau pelatihan, interaktivitas dapat meningkatkan pemahaman pengguna. Misalnya, dalam e-learning, pengguna yang berinteraksi dengan materi belajar, mengajukan pertanyaan, atau terlibat dalam simulasi cenderung lebih memahami dan mengingat materi.

4. Memperkuat Hubungan Sosial

Pada platform sosial, interaktivitas memperkuat koneksi antara individu, memungkinkan percakapan, kolaborasi, dan berbagi informasi secara langsung.

2.1.9 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, ide, atau perasaan antara dua pihak atau lebih, baik secara verbal (lisan dan tulisan) maupun non-verbal (Effendy, 2011). Proses ini tidak hanya melibatkan pengiriman pesan, tetapi juga penerimaan, pemahaman, dan respons terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi berfungsi untuk membangun hubungan, mengatasi perbedaan, menyelesaikan masalah, serta mencapai tujuan tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi atau pesan antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan) dengan tujuan untuk menghasilkan pemahaman yang sama. Proses komunikasi melibatkan beberapa elemen penting yang saling berhubungan:

1. Komunikator

Pihak yang menyampaikan pesan. Komunikator ini bisa berupa individu, kelompok, atau organisasi yang mengirimkan informasi kepada pihak lain.

2. Pesan

Informasi, ide, atau perasaan yang ingin disampaikan. Pesan ini bisa berbentuk kata-kata, gambar, suara, atau simbol lainnya.

3. Saluran (Media)

Cara atau medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Saluran ini bisa berupa suara (pembicaraan langsung), tulisan (email, surat), gambar (grafik, foto), atau media elektronik (televisi, internet).

4. Penerima (Komunikan)

Pihak yang menerima pesan dan menginterpretasikan maknanya. Penerima dapat memberikan respons terhadap pesan yang diterima, yang disebut umpan balik (feedback).

5. Umpan Balik (Feedback)

Tanggapan atau reaksi dari penerima pesan setelah menerima pesan yang disampaikan. Umpan balik ini bisa berupa tindakan, kata-kata, atau ekspresi tubuh yang memberi tahu pengirim pesan apakah pesan tersebut dipahami atau tidak.

6. Gangguan (Noise)

Segala bentuk hambatan yang mengganggu kelancaran komunikasi, baik yang bersifat fisik (suara bising), psikologis (emosi atau sikap negatif), atau teknis (gangguan dalam perangkat komunikasi).

Komunikasi dapat dibedakan berdasarkan cara atau bentuk penyampaian pesan, antara lain:

1. Komunikasi Verbal

Lisan: Pengiriman pesan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan, seperti berbicara langsung, percakapan telepon, atau pidato.

Tertulis: Penyampaian pesan menggunakan tulisan, seperti surat, email, artikel, atau pesan teks.

2. Komunikasi Non-Verbal

Melibatkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, bahasa tubuh, dan nada suara yang dapat menyampaikan pesan tanpa

menggunakan kata-kata. Komunikasi non-verbal ini sering kali mengungkapkan perasaan atau emosi yang lebih mendalam daripada komunikasi verbal.

3. Komunikasi Visual

Penggunaan gambar, simbol, atau grafik untuk menyampaikan pesan. Misalnya, logo perusahaan, iklan, diagram, atau grafik statistik.

Komunikasi adalah aspek esensial dalam kehidupan manusia, baik dalam konteks pribadi maupun profesional. Keterampilan komunikasi yang baik sangat penting untuk memperlancar interaksi sosial, menyelesaikan masalah, dan mencapai tujuan. Dalam era yang serba digital ini, penting bagi setiap individu untuk menguasai berbagai bentuk komunikasi dan memahami hambatan-hambatan yang mungkin terjadi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan menghasilkan pemahaman yang sama.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Sepanjang penelusuran penulis mengenai judul ini, adapun peneliti terdahulu yang hampir serupa yaitu:

1. Penelitian mengenai konsep interaktivitas sebelumnya pernah dilakukan dengan judul “Interaktivitas Netizen 24 Jam Pasca Deklarasi Bacapres AMIN”, analisis tematik penelitian ini menggunakan milik Braun & Clarke dan konsep interaktivitas milik Qiring & Schweiger. Hasil penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya memahami wacana publik dalam konteks politik mengingat banyaknya pemanfaatan media sosial sebagai sarana kampanye (Sanjaya & Nasvian, 2024). Pada penelitian lain yang membahas komentar netizen digunakan pada judul “Bahasa Sarkasme Netizen Dalam Komentar Akun Instagram “Lambe Turah””. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa sarkasme komentar netizen dalam akun Instagram Lambe Turah menyebabkan adanya pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa yang meliputi maksim

kebijaksanaan, kemurahan, penerimaan, kerendahan, kecocokan dan kesimpatian (Inderasari et al., 2019).

2. Pada penelitian yang membahas komentar pada youtube digunakan dengan judul “Analisis sentimen komentar youtube terhadap Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 menggunakan metode naive bayes classifier”. Hasil penelitian itu mengatakan Komentar mengenai anies baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 banyak dijumpai pada media sosial youtube. Youtube memfasilitasi pengguna untuk memberikan komentar dalam menanggapi video yang dapat dijadikan sebuah informasi analisis sentimen untuk mengetahui komentar positif serta komentar negative (Chely Aulia Misrun et al., 2023).
3. Penelitian lain yang menggunakan analisis tematik berjudul “Analisis Tematik Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Siswa dalam Pembelajaran Sains”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebuah keberhasilan dalam proses pembelajaran sains tergantung pada aspek-aspek yang ada di dalamnya meliputi kolaborasi yang baik antara siswa dan guru, manajemen diri, metode yang digunakan dalam pembelajaran, strategi evaluasi yang diterapkan, juga faktor-faktor eksternal yang secara tidak langsung menjadi penentu keberhasilan pembelajaran seperti konteks budaya, sosial, dan lingkungan dimana individu tersebut tumbuh dan berkembang (Felisima Tae et al., 2019).
4. Selanjutnya, terdapat penelitian Film Dokumenter “Ice Cold” lainnya yang berjudul “Jejak Virtual: Peran Media Sosial Dalam Mengangkat Kasus Kopi Sianida Melalui Film Dokumenter 'Ice Cold'”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Media sosial berperan sebagai penyelaras di mana media sosial memiliki kemampuan untuk menyatukan perspektif dari respon publik yang beragam di jejaring media sosial (Geral Lyshady et al., 2024).
5. Peneliti lain yang membahas komentar pada youtube juga digunakan dengan judul “Analisis sentimen komentar youtube terhadap Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 menggunakan metode naive

bayes classifier”. Hasil penelitian ini Youtube memfasilitasi pengguna untuk memberikan komentar dalam menanggapi video yang dapat dijadikan sebuah informasi analisis sentimen untuk mengetahui komentar positif serta komentar negatif. Algoritma yang dipakai pada penelitian ini ialah naïve bayes classifier. menggunakan algoritma lain untuk menentukan seberapa bagus kinerja algoritma tersebut dibandingkan algoritma naïve bayes classifier guna menyelesaikan klasifikasi sentimen komentar youtube pada topik Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 (Chely Aulia Misrun et al., 2023)

