

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini perkembangan teknologi komunikasi serta informasi mengubah cara pola pikir seseorang untuk mendapatkan informasi ataupun komunikasi secara sosial. Komunikasi ialah merupakan pertukaran antara pesan dengan komunikan terhadap komunikator yang menggunakan objek yaitu media yang berisi mengenai feedback, media di dalamnya terdapat berbagai macam media, apalagi di era modern perkembangan teknologi sangat maju bisa melalui berbagai media contohnya seperti telepon, media sosial ataupun internet yang bisa disebut (new media). Di era digital percepatan dan penyampaian informasi dan komunikasi sangat mudah hampir semua kalangan bisa menggunakan internet sebagai alat menemukan informasi ataupun komunikasi untuk menjangkau seluruh dunia. Dengan cara menggunakan sistem youtube misalnya yang akan mempercepat dan memudahkan kita untuk berkomunikasi (Febriani, 2018).

Youtube bisa dipergunakan sebagai cara untuk mendapatkan informasi dan komunikasi, caranya lewat hasil video yang kita rekam lalu diunggah pada situs youtube kita. Terdapat berbagai macam konten yang berada di dalam youtube salah satunya adalah konten podcast yang menampilkan moderator dan narasumber dalam penyampaian informasinya kepada audiens. Pembuatan podcast juga relatif lebih sulit dibandingkan dengan vlog, karena tidak mengandalkan alat perekam saja kita harus juga menentukan tempat dan mendekorasi agar tempat tersebut terlihat bagus pada angle kamera. Dan juga harus membutuhkan editor, podcast biasanya tidak terpaku dengan batasan usia dan tidak memiliki kriteria khusus untuk membuat suatu podcast, semua kalangan dapat membuat podcast dengan beraneka ragam konten (Febriani, 2018).

Media sosial atau youtube bisa saja digunakan di dunia politik guna meningkatkan suatu citra terhadap masyarakat dan membangun branding yang baik di mata masyarakat. Personal branding tersebut digunakan oleh politisi untuk

membentuk pandangan Masyarakat terhadap dirinya dan mempermudah mereka untuk melakukan komunikasi politik melalui media sosial, yakni salah satunya dengan menggunakan konten youtube dengan cara podcast dan mengundang para bintang tamu ternama yang bisa saja dibalut dengan aktifitas sehari-hari yang akan dimasukan dengan strategi kampanye mereka (Rahmah,2021)

Media sosial memiliki keunggulan yang beragam dan juga strategis. Keuntungan yang dapat dihasilkan dari memanfaatkan branding yang cukup luas ialah tak perlu lagi mengeluarkan biaya yang banyak untuk melakukan kampanye, serta lebih mudah, murah, efektif, dan praktis (Anshari,2013). Partai politik di Indonesia memiliki banyak akun media sosial yang resmi serta banyak para politisi yang memanfaatkan media sosial seperti,facebook, Instagram, youtube dan twitter, dalam melakukan branding melalui media sosial pribadinya. Melakukan kampanye di media sosial tidak memiliki batasan dalam berinteraksi. Hal ini seperti ini biasanya dimanfaatkan oleh para politisi untuk mendekati diri kepada masyarakat. Era saat ini pemilih muda memiliki karakter dan latar belakang berbeda dari pemilih yang sebelumnya. Sebagian besar dari mereka adalah pelajar yang mempunyai ekonomi yang sangat mumpuni dalam memiliki media sosial pribadi. Pemilih muda ini sangat berkecimpung dalam hal teknologi dan informasi. Mereka memanfaatkan alat-alat teknologi dengan sangat mudah, mulai dari gadget, laptop dan tablet. Mereka juga sangat lihai dalam penggunaan media sosialnya. Para pemilih muda ini sangat suka dan mudah dalam mempelajari hal-hal yang baru, kritis dan tanggap akan sekitarnya. Ditambah dengan suguhan fakta bahwa pemilih muda tersebut ialah pengembalian amanah pimpinan selanjutnya untuk Indonesia pada saat 100 tahun Republic Indonesia di tahun 2045. Republic Indonesia nanti apakah akan tetap kokoh dan disegani oleh negara lain, hal inilah yang sangat ditentukan oleh para pemilih muda pada saat ini.(Kusmanto,H,2013).

Menurut penelitian pertama karya dari (Wilson,2008) yang berjudul “*Was that Supposed to be Funny? A Rhetorical Analysis of Politics, Problem, and Contradiction Stand-up Comedy*”. Didalam penelitian Wilson terdapat kemungkinan humor atau lawakan sebagai bentuk tindakan politik. Humor atau lawakan ini sudah dipelajari sejak zaman Aristoteles. Sejumlah besar teori tentang

keberhasilan humor sebagai bentuk kata retorika yang sulit untuk dimaknai. Banyaknya orang menyatakan bahwa saat penonton bahkan comician yang menyampaikan itu sendiri saat mendengar kata humor, lelucon, atau lawakan, selalu beranggapan bahwa teori yang berbau humor ialah kebutuhan yang tidak memiliki unsur politik dan tidak memiliki banyak pengaruh.

Banyak teori berkembang mengenai lawakan atau humor, termasuk di dalamnya yaitu bentuk yang disengaja maupun tidak sengaja seperti parodi dan sindiran yang membuat orang harus berpikir lagi makna yang disampaikan para comic, humor tematik memiliki kriteria yang berdasarkan akibat seperti kepuasan atau tawa. Ketika dibawa pada level institusional dan dikemukakan di depan pejabat, hal tersebut berisi tentang sekelompok aturan yang mengantisipasi hal-hal memungkinkan dalam beberapa bentuk humor dan memiliki fungsi dalam kemajuan bangsa dan negara komedian yang serius dan bukan merupakan lawakan yang asal-asalan. biasanya para comedian ini membentuk sebuah lawakan yang harus dilakukan dengan serius tapi bernuansa seperti mimic wajahnya bercanda, yang dimana para audiens diajak untuk melakukan atau mendalami hal yang disampaikan atau diparodikan oleh komedian untuk mencapai makna dalam narasi atau teatrical sebelum akhirnya tertawa.

Pesan disampaikan dengan cara yang tidak bercanda, tidak seperti komedi yang biasa dilihat masyarakat. Ini biasanya dilakukan dengan tujuan untuk memberi tahu masyarakat tentang fenomena yang terjadi di sekitarnya, tetapi dengan unsur komedi (aryawangsa, dkk.2018). Komedi di Indonesia yang saat ini populer telah menunjukkan bagaimana kritik politik, yang saat ini biasanya dikaitkan dengan emosi, dapat disampaikan dengan cara yang lucu dan jenaka sambil memanipulasi emosi penonton dan pendengar melalui perkataan linguistik dan retorika yang lucu. Jika dilihat dari beberapa aspek kebahasaan, stand-up komedi sudah mampu menunjukkan keindahan kalimat bermajas yang telah ditinggalkan generasi muda saat ini. Beberapa komedian dan komika yang memainkan tema politik dan mahir mengulti serta mengkritik suasana politik Indonesia yang masih jauh dari demokrasi, seperti perilaku politisi yang tidak melakukan tugasnya dengan baik sebagai wakil rakyat yang diharapkan. Komikan melakukan ini dengan

menggunakan analogi, ironi, paradoks, simile, dan berbagai macam majas lainnya. Menurut (Octastefani & Bayu Mitra A. Kusuma, 2020) menegaskan bahwa banyaknya biaya yang harus dikeluarkan dalam kontestasi politik atau . Politik uang masih berkembang di zaman sekarang, dan masyarakat tidak memahami politik dengan baik, yang menyebabkan fanatisme sempit dalam memilih.

Jika melihat dari tujuan retorika, para komedian telah mencapai lima tujuan kalimat, yaitu untuk memberi tahu masyarakat bahwa kondisi politik Indonesia masih jauh dari demokrasi dan dapat dipahami dengan mudah. Untuk emmbuat para comedian berhasil meyakinkan penontn dan menyampaikan para penonton bahwa ada yang tidak benar dengan kondisi politik yang ada di Indonesia saat ini, dengan menampilkan bukti yang terjadi di Masyarakat secara lucu, dan juga untuk menginspirasi para comedian denhan memberikan ide atau inspirasi kepda penikmatnya untuk lebih memahami dan kritis mengenai isu politik di sekitarnya dengan cara yang mencerdaskan. Untuk menghibur dengan cara ini, para comedian berhasil membvuat para penonton atau penikmatnya terhibur.

Dengan adanya fenomena tersebut peneliti ingin tahu bagaimana pemaknaan generasi muda dengan sistem politik yang dilakukan dengan riang gembira atau memberikan humor pada saat mereka melakukan kampanye atau branding lewat sosial media mereka dan peneliti mengambil contoh dari youtube @Kaesang Pangarep By Gk Hebat karena peneliti menemukan penggunaan media sosial youtube menyampaikan pesan politik kepada para penonton secara luas dengan menggunakan konten video yang berada dalam youtube pesan yang disampaikan oleh komedian tentunya mempunyai satu visi yang berkaitan dengan politik sehingga dapat ditanggapi oleh masyarakat luas dan pasti tidak luput dengan mahasiswa. Berkaitan dengan adanya fenomena dari yang peneliti pahami penggunaan media sosial youtube dalam penyampaian pesannya akun @Kaesang pangarep memiliki jumlah subscribe 2,47 juta subscribe dan telah mengunggah 230 video di semua video kaesang hampir mempunyai branding politik atau konteks-konteks yang berkaitan dengan politik tetapi ada yang unik di dalam semua video tersebut hampir semua video tersebut mengandung unsur komedi

atau humor.

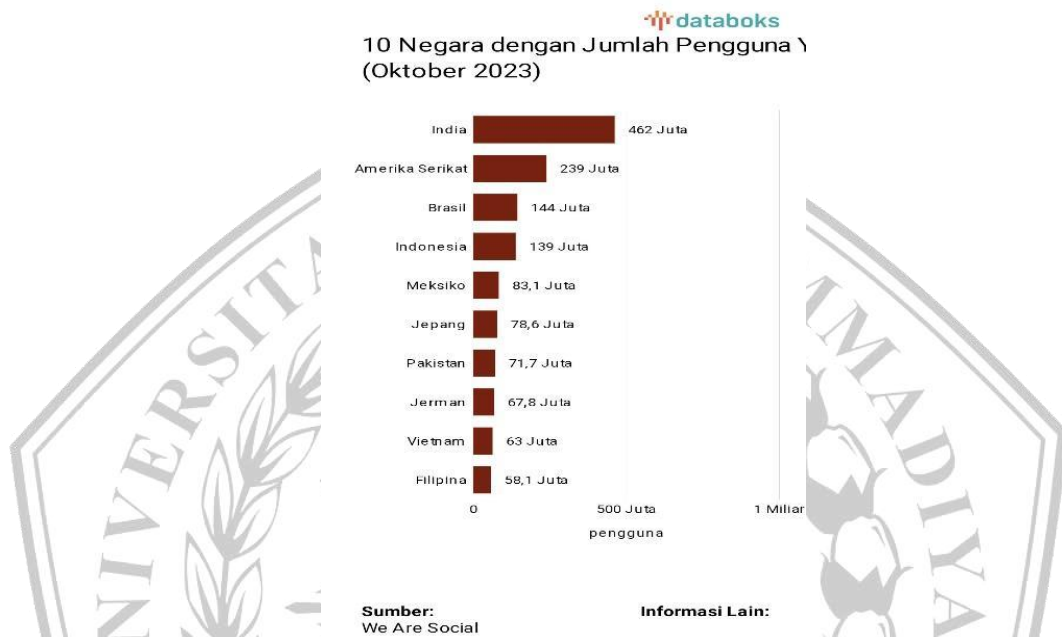


*(Sumber : Akun Youtube @Kaesang Pangarep By Gk Hebat)*

Kaesang berpidato ”dengan menggunakan simbol yang ada di film naruto dan dia mengatakan harus ada lawak lawaknya dan kita kan pelawak dan ditambahi kata Kiki Saputri minimal endingnya harus ada yang heboh terus dilanjutkan kejadian parodi oleh deni yang langsung masuk tanpa ada briefing terus diakhir pembukaan Kiki Saputri memberikan pantun” si kiki adatnya jelek kita panggil ini dia pelawak caleg.

Pesan yang tersirat dalam video “Debat Caleg Versi komedi” yang ditujukan melalui media sosial youtube @Kaesang pangarep memiliki tujuan tertentu,yaitu dengan memberikan pandangan masyarakat untuk memilih calon legislatif yang mempunyai humor atau lucu hal ini sangat berkaitan dengan latar belakang Kaesang pangarep tentang ketua umum partai solidaritas Indonesia dalam kampanye dan branding partai solidaritas kaesang selalu menyebut dengan politik riang gembira politik chill,dan politik santuy yang sangat sesuai dengan cara mengundang para komedian tersebut untuk datang dan membahas politik dengan cara gelak tawa.

Dari data penggunaan aplikasi media sosial youtube di Indonesia melaporkan bahwa YouTube memiliki peringkat nomor 4 di dunia untuk penggunaan aplikasi media sosial, berada di belakang India, Amerika Serikat, dan Brazil, dengan total 139 juta pengguna, dengan prevalensi laki-laki 54,4% dan perempuan 45,6%.



(Sumber: We Are social)

Peneliti menggunakan metode analisis resepsi dalam mengungkap penelitian ini bagaimana individu untuk memahami atau membaca isi media dalam konten tersebut melalui aplikasi media sosial youtube. (Santoso, 2021) Penelitian ini memilih konten video “Debat Caleg Versi Komedi” di akun youtube @Kaesang Pangarep By Gk Hebat sebagai objek dari penelitian karena konten tersebut memiliki branding tersendiri para caleg dalam kampanye yang menggunakan komedi didalamnya dan dilansir oleh *katadata.co.id* Indonesia merupakan negara tersantuy di dunia dan di bawahnya terdapat negara Australia dengan cara penerapan tersebut psi menarik anak muda untuk belajar memahami politik dikarenakan para pemuda ini sangat potensial karena harapan bangsa Indonesia ada tangan pemuda yang saat ini masih menjadi pemilih pemula atau biasa disebut

pelajar atau mahasiswa. data yang diungkapkan oleh indonesiabaik.id total pemuda yang ada di Indonesia saat ini sekitar 65,82 juta jiwa atau hampir seperempat (24,00%). Penduduk Indonesia yang berada di batasan umur antara 16-30 tahun atau dapat disebut sebagai pemuda Indonesia.

Hal ini didukung oleh tingginya persentase atau minat masyarakat Indonesia terhadap maraknya penggunaan media sosial di kalangan anak muda saat ini, dengan pemberitaan politik atau isu yang ramai di media sosial menjadi kerisauan bagi persepsi atau pemahaman anak muda apabila pemahaman yang mereka dapat tidak sesuai dengan pesan yang disampaikan. Melalui penyampaian dari penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana anak muda dalam menggunakan media sosial dalam mencari informasi khususnya mengenai informasi politik yang banyak beredar saat ini. Melihat dari berbagai sudut aspek dampak media sosial di kalangan anak muda khususnya generasi Z yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk mencari tahu apa saja yang menjadi faktor anak muda ini dalam mengekspresikan makna yang ditemui di media sosial. (Siregar, 2021)

Berdasarkan hasil atau penelitian ini peneliti memilih konten youtube @Kaesang pangarep By Gk Hebat sebagai objek dengan judul video Debat Caleg Versi komedi karena dalam video tersebut tergantung banyak makna dimulai dari konteks bentuk politik lewat komedi yang berkaitan dengan strategi caleg pada masa pemilu kedepan dan peneliti juga menyimpulkan subjek penelitian menggunakan mahasiswa dikarenakan mahasiswa cocok dengan karakter yang humoris dan peka akan hal isu politik yang di Indonesia, tetapi penelitian ini tidak akan mengikutsertakan semua mahasiswa yang ada di Indonesia, penelitian ini akan berfokus dengan mahasiswa UMM Angkatan 2021.

Berkaitan dengan penjelasan masalah atau latar belakang diatas peneliti akan melakukan itu sangat tertarik untuk mengambil permasalahan resepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik bertema komedi (studi pada mahasiswa UMM angkatan 2021) setelah itu akan dikaitkan dengan analisis resepsi yang memiliki pesan tertentu yang memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pesan atau informasi pada video tersebut melalui konten youtube @Kaesang Pangarep By Gk Hebat yang meliputi bagaimana rasa ingin tahu peneliti tentang bagaimana

resepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik bertema komedi di tayangan video debat caleg versi komedi yang nantinya dapat diinterpretasikan lewat video tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini untuk membatasi ruang lingkup penelitian, maka peneliti akan memfokuskan kepada bagaimana pemaknaan mahasiswa UMM terhadap tayangan komunikasi politik bertema komedi di tayangan konten Youtube @Kaesang Pangarep By Gk Hebat dalam video Debat Caleg Versi Komedi

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebagaimana kesimpulan dari rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi atau pemaknaan mahasiswa terhadap komunikasi politik bertema komedi lewat tayangan debat caleg versi komedi dalam channel @ Kaesang Pangarep By Gk Hebat.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat Akademis dari penelitian ini memberikan pandangan atau gambaran mengenai resepsi mahasiswa terhadap komunikasi politik bertema komedi di video debat caleg versi komedi dalam menginterpretasikan pandangannya tentang humor dan politik. Serta diharapkan tulisan ini mampu menjadi referensi baru bagi penulis selanjutnya yang ingin meneliti tentang komunikasi politik dan komedi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian diharapkan bisa memberikan suatu manfaat atau saran bagi mahasiswa umm bagaimana cara berpikir luas dan menambah wawasan dan bisa memahami atau memaknai tentang kejadian komunikasi politik bertema komedi lewat media sosial lain