

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

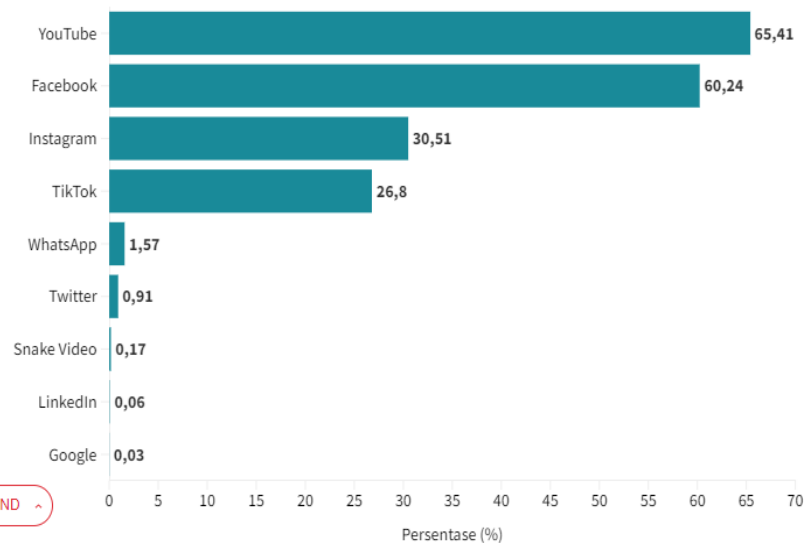
Pada saat ini teknologi telah berkembang dengan sangat pesat dan maju yang telah membawa pengaruh dalam kehidupan sehari-hari yang dapat memberikan hal positif maupun negatif. Sehingga manusia dituntut untuk menggunakan teknologi dengan bijak. Media sosial adalah bentuk dari perkembangan teknologi yang pada saat ini telah menjadi kebutuhan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Dengan adanya perkembangan teknologi pada saat ini telah terjadi perubahan yang nyata. Sehingga pada saat ini teknologi dapat membantu manusia dalam mencari berbagai macam informasi dengan menggunakan media sosial (Susilowati, 2020).

Perkembangan media sosial pada saat ini telah mengalami perkembangan dan telah diketahui dan digunakan oleh semua orang. Dengan menggunakan media sosial semua orang dapat mendapatkan informasi dengan cepat. Pada saat ini media sosial dapat digunakan dari berbagai macam kalangan mulai dari anak-anak hingga lansia, maka dari itu media sosial telah menarik perhatian banyak pengguna. Berbagai macam media yang telah berkembang pada saat ini telah memberikan banyak perubahan besar. Salah satunya adalah setiap orang dengan mudahnya untuk mendapatkan informasi terbaru serta dapat menyebarkan informasi terbaru dengan cepat. Penyebab munculnya berbagai macam media pada saat ini adalah dengan adanya internet, salah satu media sosial yang muncul pada saat ini yaitu *youtube* (Susilowati, 2020). Aplikasi *youtube* pertama kali hadir pada tahun 2005, didalamnya memiliki banyak unggahan konten yang dapat diakses sesuai dengan apa yang dicari oleh setiap penggunanya, serta dapat diakses dimana saja selama masih terhubung dalam jaringan internet. Aplikasi *youtube* merupakan aplikasi yang baru saja muncul dalam media sosial, sehingga pada saat ini banyak masyarakat Indonesia yang menyukai konten-konten dalam *youtube*. Faktor yang mempengaruhinya adalah karena semakin banyak creator pada saat ini

yang telah menuangkan segala kreativitasnya dalam menyajikan berbagai macam jenis konten.

Cara berkomunikasi dengan menggunakan *youtube* adalah dengan mengolah video lalu mengupload hasil rekaman ke dalam situs *youtube*. Awalnya *youtube* hanya digunakan secara sukarela dalam mengekspresikan diri, namun pada saat ini perkembangan teknologi *youtube* tidak hanya digunakan untuk itu saja tetapi digunakan sebagai mata pencaharian yang dapat menghasilkan pundi uang, serta menjadi platform digital yang tidak hanya untuk menghibur tetapi juga sebagai mencari informasi dan berkomunikasi dengan orang (Agushar & Sukendro, 2022). Dari berbagai macam jenis media sosial *youtube* menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Media Sosial yang Sering Digunakan Masyarakat Indonesia (2023)



Gambar 1.1 Jumlah Media Sosial yang Sering Digunakan Masyarakat Indonesia (2023)

Sumber: DataIndonesia.id Survei APJII

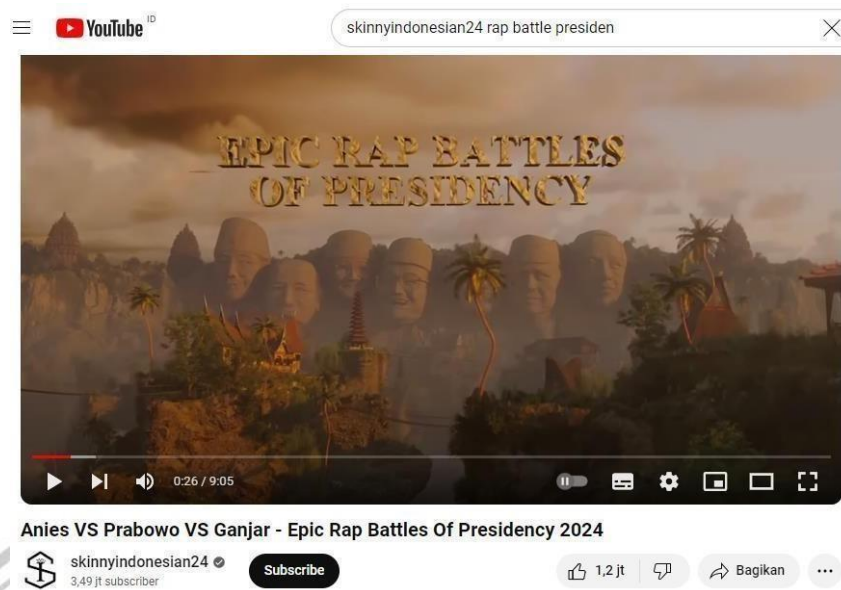
Hal itu disampaikan oleh 65,41% responden dalam survei APJII pada 10 hingga 27 Januari 2023. Kemudian disusul dengan *facebook* sebagai urutan kedua yang digunakan 60,24 % responden. Selanjutnya yaitu ada *instagram* yang telah digunakan dengan jumlah 30,51% responden dan *tiktok* 26,80% responden. Sebanyak 1,57% responden menyatakan paling sering menggunakan *whatsapp*. Kemudian, 0,91% responden mengatakan sering menggunakan *twitter* dan 0,17% responden yang sering menggunakan *snake video*. Sementara, responden yang sering menggunakan *linkedin* dan *google* masing-masing sebesar 0,06% dan 0,03%. APJII telah melakukan survei terhadap 8.510 responden di Indonesia, survei ini dilakukan dengan menggunakan metode *multistage random sampling* dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 1,14% dan tingkat kepercayaan 95%.

Pada tahun 2023, *youtube* menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yang terus meningkatnya jumlah pengguna aktif, serta tingginya tingkat interaksi dan konsumsi konten video di kalangan masyarakat Indonesia. *Youtube* tidak hanya berfungsi sebagai sarana menonton video, tetapi juga sebagai platform untuk berbagi konten kreatif serta konten inspirasi. Selain itu, *youtube* juga dimanfaatkan sebagai media untuk kegiatan pemasaran. Popularitas fenomena *influencer* di Indonesia turut berkontribusi besar pada kesuksesan *youtube* dan juga banyak pengguna yang mengikuti konten kreator favorit mereka yang menghasilkan video kreatif dan menarik. Salah satu contoh adalah channel *youtube skinnyindonesia24*.

Banyaknya jumlah pengguna *youtube* pada saat ini menciptakan sebuah fenomena di Indonesia salah satunya adalah banyaknya konten kreator di Indonesia, Konten kreator adalah orang yang mengolah video yang memiliki tujuan menghibur atau mengedukasi sesuai dengan passion yang dimiliki. Untuk dapat menjadi konten kreator tidak memandang usia sehingga dari berbagai macam generasi pun dapat menjadi konten kreator. Sebagai contoh, ada banyak konten kreator muda pada saat ini yang telah mencapai kesuksesannya. Sehingga yang menjadi persoalan adalah

bagaimana seorang konten kreator dapat menginformasikan pesan yang ingin disampaikan terhadap publik dengan baik sehingga dapat mudah dipahami (Kusuma & Prabayanti, 2022).

Konten dengan judul “Anies VS Prabowo VS Ganjar *Epic Rap Battles Of Presidency 2024*” cukup menyita banyak perhatian, konten yang diunggah selama 2 hari sudah menduduki jajaran nomor 1 trending di *youtube* pada 12 Februari 2024. Hal itu menjadi agenda rutin membuat konten dalam setiap tahun demokrasi. Adapun tujuan video tersebut berisikan tentang penyampaian pesan pesan dari calon presiden dan calon wakil presiden dengan menggunakan konsep yang menarik. Adapun deskripsi *youtube* dalam video tersebut yaitu, *we mean no violations of intellectual property and we are merely doing this for entertainment purposes, And as for the video itself, this is a fun video, not to be taken seriously by anyone, particularly, Indonesians*. Dengan menonton dari salah satu konten channel *SkinnyIndonesian24* yang memuat konten politik sehingga memunculkan pemikiran kritis masyarakat Indonesia, dengan jumlah *subscriber* hingga 3,49 juta yang mendukung *channel* tersebut agar lebih berkembang di dunia media sosial. Sejak komunikasi politik digunakan di channel *SkinnyIndonesian24*, muncul sebagai konten mainstream bagi masyarakat Indonesia yang membutuhkan pemikiran yang lebih mendalam dan komentar kritis mengenai politik. Pemikiran-pemikiran yang lebih dalam yang memuat tentang banyak hal yang digambarkan dalam konten-konten komunikasi politik juga mengandung hal-hal kritis yang juga terdapat namun dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus pada analisis respsi khalayak.



Gambar 1.2 Tampilan Youtube Rap Battles Sebagai Bahan Penelitian

Sumber: Kanal *Youtube* SI 24

Melalui konten *Rap Battles* yang dibuat oleh SkinnyIndonesian24 penulis ingin melihat bagaimana Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang memaknai pada video *youtube* Anies VS Prabowo Ganjar *Epic Rap Battles Of Presidency 2024* yang diunggah pada *youtube* @skinnyindonesian24, dengan menggunakan subjek penelitian pada BEM yang merupakan organisasi mahasiswa intra kampus, merupakan lembaga eksekutif dalam tingkat perguruan tinggi terkhusus dalam tingkat fakultas.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pemaknaan khalayak pada video *Epic Rap Battles of Presidency 2024* karya Skinnyindonesian24 pada Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perspektif

khalayak pada video *Epic Rap Battles of Presidency 2024* karya Skinnyindonesian24 pada Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan membawa manfaat baik secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Akademi

- a. Penelitian ini dapat memberikan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi dengan menganalisis pemaknaan video daalam media sosial, terhadap persepsi dalam video parodi politik. Hal ini dapat memberika peluang bagi penelitian lebih lanjut terkait resepsi dalam konteks digital.
- b. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi terkait komunikasi khususnya melalui video serta media sosial, yang dimanfaatkan dalam perubahan sosial dan dapat menambah literatur terkait aktivisme dan komunikasi media.

1.4.2 Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat memberikan dukungan tambahan bagi konten kreator yang membuat video dengan jenis parodi maupun rap battles. Sehingga dapat mendorong lebih banyak konten kreator untuk turut serta dalam pembahasan konten terkait isu politik dengan mengolah karya seni yang dapat dipahami dengan baik oleh khalayak.