

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi sosial dan ekonomi di seluruh dunia. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi telah mengalami perubahan yang signifikan. Di era digital ini, perkembangan teknologi tidak hanya mempengaruhi industri dan bisnis tetapi juga kehidupan sehari-hari individu. Di Indonesia, adopsi teknologi digital dan komunikasi yang cepat telah membuka berbagai peluang baru, meningkatkan efisiensi, dan mengubah pola perilaku masyarakat (Sari & Diana, 2024).

Perubahan ini didorong oleh inovasi teknologi yang terus-menerus, seperti internet, smartphone, media sosial, dan aplikasi berbasis cloud. Internet telah menjadi tulang punggung komunikasi modern, menghubungkan miliaran orang di seluruh dunia dan memungkinkan akses informasi secara instan. Smartphone telah merevolusi cara kita mengakses dan memanfaatkan teknologi, memberikan kemampuan komputasi dan komunikasi yang kuat dalam genggaman tangan kita (Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. 2020)

Media sosial telah mengubah cara kita berinteraksi, membentuk komunitas, dan menyebarkan informasi, sementara aplikasi berbasis cloud

memungkinkan kolaborasi dan penyimpanan data yang fleksibel dan aman. Masyarakat Indonesia tidak dapat dipisahkan dari penggunaan smartphone, terutama di kalangan remaja. (Ainiyah, N. 2018). Smartphone telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, memungkinkan akses ke dunia online dengan mudah. Mereka menggunakan berbagai platform online seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, dan Line untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan hiburan. Media sosial adalah sarana media online yang dirancang untuk memfasilitasi partisipasi aktif, berbagi konten, dan menciptakan isi yang mencakup berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Maghfiroh, N. 2023).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang memanfaatkan teknologi Web 2.0 serta dasar ideologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (Nurhalim, W., Muslim, M., & Muji, M. 2023). Definisi ini menyoroti peran penting media sosial dalam memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga berkontribusi dalam pembuatannya.

Secara keseluruhan, teknologi dan komunikasi yang terus berkembang secara dinamis telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia (Setiawan, D. (2018). Inovasi-inovasi ini membawa banyak manfaat dan peluang, tetapi juga menuntut kita untuk selalu siap beradaptasi dengan perubahan yang ada. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam

tentang perkembangan teknologi komunikasi dan dampaknya menjadi semakin penting di era digital ini.

Media sosial adalah platform online yang membantu individu dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi dengan cara yang lebih efisien dan interaktif. Melalui media sosial, individu dapat memanfaatkan berbagai fitur untuk berbisnis, membangun merek pribadi, serta menciptakan dan mengelola komunitas. Platform media sosial memberikan kesempatan kepada individu dan bisnis untuk berinteraksi dengan audiens secara langsung dan personal. Ini berarti bahwa pengguna dapat berkomunikasi langsung dengan pengikut mereka atau pelanggan mereka tanpa perantara. Interaksi ini tidak hanya memungkinkan pertukaran informasi, tetapi juga memungkinkan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan bermakna. Melalui komunikasi yang langsung dan personal ini, individu dan bisnis dapat memahami kebutuhan, minat, dan preferensi audiens mereka dengan lebih baik. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat loyalitas audiens mereka terhadap merek atau komunitas yang mereka bangun di platform media sosial tersebut.

Di era digital saat ini, banyak komunitas terbentuk berawal dari interaksi dan komunikasi yang dilakukan melalui platform-platform online atau dunia maya. (Wulandari, R. S., & Sari, F. K. 2023). Fenomena ini mencerminkan perubahan dalam cara manusia berinteraksi dan terhubung

satu sama lain, di mana individu dari berbagai latar belakang geografis dan sosial dapat bersatu dalam komunitas yang berpusat pada minat atau tujuan bersama. Melalui medium digital seperti media sosial, forum online, atau aplikasi khusus, orang-orang dapat berbagi ide, pengalaman, dan pandangan mereka secara instan tanpa terbatas oleh jarak geografis. Ini tidak hanya memungkinkan pertukaran informasi yang lebih cepat dan luas, tetapi juga memperluas cakupan dan dampak dari komunitas-komunitas ini secara global. Dengan demikian, era digital membuka pintu bagi terbentuknya komunitas-komunitas yang dinamis dan inklusif yang mungkin tidak mungkin terwujud dalam skala yang sama di masa lalu sebelum adanya teknologi digital ini.

Komunitas-komunitas ini seringkali berkembang menjadi kelompok yang solid dengan tujuan dan minat yang sama. Bahkan, banyak gerakan aksi solidaritas, kampanye sosial, dan berbagai inisiatif kolektif lainnya yang berawal dari interaksi di dunia maya atau media sosial. Media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mengorganisir dan memobilisasi dukungan untuk berbagai tujuan yang berkisar dari isu-isu lingkungan seperti perlindungan hutan hujan dan pengurangan limbah plastik, hingga isu-isu hak asasi manusia seperti advokasi untuk kesetaraan gender dan kebebasan berekspresi. Dengan menggunakan platform-platform ini, aktivis dan kelompok advokasi dapat dengan cepat menciptakan kesadaran publik, membangun momentum, dan menggerakkan orang-orang untuk bertindak atau mendukung perubahan sosial yang mereka kehendaki.

Selain itu, media sosial memungkinkan mereka untuk menyebarkan informasi secara luas dan mencapai khalayak yang lebih besar daripada yang dapat mereka capai melalui metode tradisional seperti iklan atau acara publik. (Massie, B. L., Warouw, D. M., & Golung, A. M. 2021). Maka dari itu, kekuatan media sosial dalam mendukung gerakan sosial dan perubahan positif dalam masyarakat semakin diakui dan dimanfaatkan secara luas di seluruh dunia.

Dengan demikian, adalah jelas bahwa perkembangan media sosial telah mengubah secara signifikan cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan bekerja sama. Perubahan ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh teknologi dalam membentuk dinamika sosial dan budaya global, termasuk di Indonesia. Media sosial telah menjadi alat yang memfasilitasi terciptanya hubungan yang lebih dekat antarindividu dan kelompok, serta memungkinkan pertukaran ide dan informasi secara cepat dan luas di seluruh dunia. Keberadaan media sosial telah membuktikan bahwa teknologi dapat mengubah cara manusia beradaptasi dan berinteraksi dalam masyarakat yang semakin terhubung secara digital.. (Aspari, 2016).

YouTube saat ini merupakan platform media sosial terbesar dan paling populer di dunia yang dikhususkan untuk berbagi video. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten video mereka sendiri serta melakukan siaran langsung yang dapat diakses oleh pengguna lain di berbagai belahan dunia tanpa dipungut biaya. Berdasarkan survei yang

dilakukan oleh YouTube, jumlah pengguna platform ini telah melebihi 1 miliar, yang mewakili hampir sepertiga dari total pengguna internet global. Mayoritas pengguna YouTube berusia antara 18 hingga 34 tahun, dan lebih dari 70% dari waktu menonton video di platform ini dilakukan melalui perangkat seluler setiap harinya. (Anisa, 2022)

Google, pemilik YouTube, melakukan riset bersama Kantar TNS untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai perilaku pengguna YouTube di Indonesia. Hasil riset menunjukkan bahwa pengguna YouTube di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 59 menit setiap hari di platform tersebut. Lebih dari 90% pengguna internet di Indonesia menyatakan bahwa YouTube merupakan tujuan pertama mereka ketika mencari video, menunjukkan popularitas dan dominasi platform ini di kalangan masyarakat Indonesia dalam mengakses konten video online. (Anisa, 2022)

Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, tantangan besar juga muncul dalam hal pengelolaan informasi di bidang teknologi. Di Indonesia, menjadi sorotan karena menjadi satu-satunya negara yang aktif dalam mengembangkan inovasi teknologi. Pertumbuhan penggunaan smartphone juga semakin meningkat, memungkinkan akses internet yang lebih mudah di hampir setiap tempat. Saat ini, hampir 45 juta orang Indonesia telah menggunakan internet secara aktif. Penggunaan teknologi ini juga membawa dampak positif yang signifikan bagi penggunanya, memungkinkan mereka untuk dengan cepat mendapatkan informasi yang

mereka butuhkan melalui aplikasi media sosial, internet, dan berbagai alat lainnya. (Ardiansyah, 2018)

Teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang dengan dinamis dari waktu ke waktu. Perubahan ini tercermin dalam penggunaan yang semakin meluas dari berbagai media baru oleh masyarakat. Salah satu contoh utama dari media baru ini adalah media sosial. Media sosial telah menjadi faktor yang sangat signifikan dalam memfasilitasi komunikasi dalam segala tingkatan, mulai dari komunikasi antar individu hingga komunikasi yang melibatkan kelompok besar secara global.

Media sosial tidak hanya memungkinkan komunikasi yang lebih mudah dan cepat, tetapi juga menghubungkan orang-orang dari berbagai belahan dunia dalam jaringan komunikasi yang luas. Hal ini menunjukkan peran penting media sosial dalam membentuk hubungan interpersonal yang lebih erat dan menyediakan platform untuk berbagi informasi, gagasan, dan pengalaman. Dengan demikian, evolusi teknologi informasi dan komunikasi serta perkembangan media sosial telah secara signifikan mempengaruhi cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi dalam masyarakat global saat ini. (Naser, 2021).

Keberadaan media sosial memungkinkan individu untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun komunitas tanpa batasan geografis. Selain itu, media sosial juga menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan ide, produk, dan layanan, sehingga mengubah cara berkomunikasi dan berbisnis di seluruh dunia. Tim Kepios melakukan

survei dan mencatat bahwa pada Januari 2023, terdapat 5,04 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Angka tersebut setara dengan 62,3% dari jumlah total populasi dunia saat ini. Di Indonesia sendiri, tercatat bahwa pengguna aktif media sosial sebanyak 139 juta atau setara dengan 49,9% dari jumlah total populasi di Indonesia (Prayoga T.S & Rusdi, 2019). Hal ini menunjukkan betapa signifikan peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Salah satu media sosial dengan pengguna aktif bulanan terbanyak dan menempati peringkat kedua di dunia adalah YouTube.

Pada Januari 2023, tercatat bahwa terdapat 2,49 miliar pengguna aktif YouTube. Indonesia sendiri menempati peringkat keempat sebagai negara dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta (We Are Social, 2024). Statistik ini menggarisbawahi pentingnya platform ini sebagai alat komunikasi dan hiburan utama bagi banyak orang.

YouTube memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi berbagai macam konten yang bisa dinikmati oleh seluruh penggunanya. Salah satu contoh jenis konten yang ada di YouTube adalah konten musik video. Musik video merupakan bentuk visualisasi dari sebuah lagu yang tidak hanya menampilkan aspek artistik vokal dan instrumen musik, tetapi juga memperkaya pengalaman pendengar dengan elemen visual yang mendalam dan berkesan. Musik video telah menjadi sebuah medium yang penting dalam industri musik modern, tidak hanya

untuk mempromosikan lagu-lagu baru tetapi juga untuk mengekspresikan tema, narasi, dan emosi yang terkandung dalam karya musik tersebut.

Di platform seperti YouTube, musik video memiliki peran sentral dalam menarik perhatian penonton dari berbagai latar belakang. Konten musik ini tidak hanya ditonton oleh pendengar setia tetapi juga menjadi daya tarik bagi penggemar dan penikmat seni visual. Dengan adanya musik video, para artis dapat menghadirkan karya mereka dengan dimensi tambahan yang memperkuat pesan yang ingin disampaikan, baik melalui lirik, melodi, atau visual yang dipilih. Selain sebagai alat untuk memperluas jangkauan audiens, musik video juga menjadi wadah bagi kreativitas artistik, di mana seniman dapat mengeksplorasi berbagai konsep, gaya visual, dan teknik penyutradaraan untuk menciptakan pengalaman yang mendalam dan mengesankan bagi penonton. Dengan menggunakan platform digital seperti YouTube, musik video tidak hanya menjadi sarana untuk menghibur tetapi juga untuk menginspirasi, memicu diskusi, dan menghubungkan orang-orang melalui pengalaman bersama yang unik. (Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. 2016).

Dengan demikian, musik video tidak hanya menjadi bagian integral dari industri musik dan budaya populer saat ini, tetapi juga berfungsi sebagai jendela yang memungkinkan audiens untuk masuk ke dalam dunia kreativitas dan ekspresi seni dari berbagai penjuru dunia.

Musik video adalah video yang menampilkan visualisasi dari lagu tertentu, sering kali dengan narasi atau konsep artistik yang menyertainya. Musik video YouTube di Indonesia memiliki jumlah penonton yang signifikan dan beragam konten yang populer di Indonesia. (Databoks, 2020). Indonesia menempati peringkat kedua di dunia sebagai negara dengan persentase penonton musik video terbanyak (Global Web Index, 2021). Musik video di YouTube juga mengalami perkembangan, dengan berbagai artis yang merilis karya mereka secara eksklusif di platform ini. Dengan adanya YouTube, para artis memiliki kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendapatkan feedback langsung dari penggemar mereka melalui kolom komentar.

Salah satu content creator YouTube yang fokus membuat konten musik video adalah Mahalini Raharja. Mahalini Raharja merupakan seorang penyanyi yang populer di Indonesia. Saat ini, akun YouTube Mahalini Raharja telah mendapatkan jutaan subscribers. Konten utama channelnya adalah musik video dari lagu-lagu hits yang dinyanyikannya. Lagu-lagu ini sering kali membahas berbagai macam tema yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, yang membuatnya disukai oleh banyak netizen. Musik video Mahalini tidak hanya menampilkan kualitas vokal yang luar biasa, tetapi juga visual yang memukau, yang menambah nilai artistik dari setiap karyanya (Pardede, 2023). Keberhasilan Mahalini dalam menarik perhatian netizen juga mencerminkan tren musik digital saat ini, di

mana visual dan audio saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman yang lebih kaya bagi penonton.

Musik video "Sisa Rasa" oleh Mahalini Raharja telah memikat perhatian sejak diluncurkan di platform YouTube. Selain menampilkan vokal Mahalini yang memukau, video ini menggali tema-tema emosional yang mendalam melalui narasi visual yang kuat. Dalam konteks musik video ini, Mahalini Raharja tidak hanya berperan sebagai penyanyi utama, tetapi juga sebagai pemandu dalam mengembangkan cerita visual yang mengharukan bagi penonton.

Dimulai dengan latar belakang estetik dan pengaturan yang cermat, musik video ini menciptakan atmosfer yang mendukung pesan dan emosi dari lagu "Sisa Rasa". Setiap adegannya dirancang dengan teliti untuk memperkuat makna lagu dan menghasilkan kesatuan antara elemen visual dan audio. Teknik pengambilan gambar yang dramatis dan urutan adegan yang terstruktur digunakan untuk memperdalam perasaan dan memberikan pengalaman yang mendalam kepada penonton.

Di samping aspek teknisnya, musik video ini berhasil menangkap esensi lagu dengan mengkomunikasikan pesan emosionalnya melalui gambar. Mulai dari ekspresi wajah Mahalini hingga gerakan dan adegan yang dipilih, setiap elemen visual dalam "Sisa Rasa" mengandung kejujuran dan kedalaman emosional yang dapat dirasakan oleh penonton. Hal ini memungkinkan penonton untuk meresapi dan menghubungkan diri

dengan inti dari lagu tersebut, memperkuat pemaknaan dan memperkaya pengalaman mendengarkan secara keseluruhan.

Keberadaan musik video seperti "Sisa Rasa" tidak hanya signifikan dalam konteks promosi musik modern, tetapi juga dalam bidang seni visual dan ekspresi emosional. Musik video ini bukan hanya sebuah alat untuk memperkenalkan lagu, melainkan sebuah karya seni yang berdiri sendiri, mampu memberikan hiburan sekaligus membangkitkan introspeksi dan pemahaman pada penonton. Dengan demikian, Mahalini Raharja melalui "Sisa Rasa" tidak sekadar menyajikan sebuah lagu, tetapi juga memberikan pengalaman mendalam bagi semua yang menyaksikannya.

Mahalini Raharja merilis sebuah musik video dengan judul "Sisa Rasa". Video musik ini segera menarik perhatian besar dari penonton dan memicu diskusi yang hidup di kolom komentarnya. Peneliti tertarik untuk menganalisis reaksi netizen dalam kolom komentar video musik Mahalini Raharja yang berjudul "Sisa Rasa". Fokus data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komentar yang diposting dalam 20 menit pertama setelah video tersebut diunggah. Komentar-komentar ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana audiens bereaksi terhadap konten musik baru dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain dalam lingkungan digital.

Ketika publik dihebohkan dengan rilisnya video musik "Sisa Rasa" oleh Mahalini Raharja di YouTube. Video ini segera menjadi sorotan dan menarik perhatian banyak penonton, menghasilkan ribuan komentar dalam

waktu singkat. Musik video ini tidak hanya menampilkan kualitas vokal yang memukau dari Mahalini tetapi juga visual yang mengesankan, yang secara keseluruhan menciptakan pengalaman yang mendalam bagi para penonton. Keberhasilan musik video ini menunjukkan betapa kuatnya dampak media sosial dalam menyebarkan karya seni dan mempengaruhi emosi serta persepsi publik.

Beberapa hari setelah perilisan, video musik "Sisa Rasa" Mahalini sudah mencapai jutaan penayangan dan ribuan komentar. Peneliti tertarik untuk menganalisis reaksi netizen dalam kolom komentar video tersebut. Fokus data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komentar yang diposting dalam 20 menit pertama setelah video diunggah. Komentar-komentar awal ini memberikan wawasan berharga tentang reaksi spontan dan asli dari penonton. Netizen menunjukkan berbagai reaksi, mulai dari apresiasi terhadap kualitas musik dan visual, hingga berbagi pengalaman pribadi yang terkait dengan tema lagu. Selain itu, banyak yang berspekulasi mengenai inspirasi dibalik lagu tersebut, menciptakan diskusi yang dinamis di antara para penonton.

Penelitian ini menggunakan teori interaktivitas untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi antar netizen. Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dalam komentar pada video musik tersebut. Terdapat empat tema utama dengan berbagai macam pembahasan yang ditemukan, yaitu Perasaan Netizen, Apresiasi terhadap Karya, Spekulasi mengenai Inspirasi

Lagu, dan Netizen yang Membagikan Pengalaman Pribadi. Dalam setiap tema, terdapat beberapa sub-tema yang lebih spesifik, seperti ungkapan kebahagiaan, kesedihan, nostalgia, dan inspirasi yang dirasakan oleh para penonton setelah menonton video tersebut. Setiap komentar memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana konten musik dapat mempengaruhi dan memicu reaksi emosional dari audiens.

Peneliti menemukan bahwa terdapat berbagai bentuk interaksi antara pengguna di kolom komentar video musik tersebut. Interaksi ini dapat dibagi menjadi dua jenis utama berdasarkan konsep interaktivitas yang dikenalkan oleh McMillan, yaitu user to user dan user to document. User to user mengacu pada interaksi langsung antara pengguna melalui komentar di mana mereka saling membalas dan berdiskusi tentang video musik serta berbagi perasaan dan pandangan mereka. Di sisi lain, user to document mengacu pada reaksi dan respons pengguna terhadap konten video itu sendiri, seperti tanggapan terhadap tema, visual, atau pesan yang disampaikan dalam video musik tersebut. (Boer, 2013)

Bentuk interaktivitas ini menunjukkan bagaimana platform seperti YouTube bukan hanya sekadar tempat untuk mengonsumsi konten, tetapi juga sebagai ruang di mana netizen dapat aktif berpartisipasi dengan membagikan pandangan, emosi, dan pengalaman pribadi mereka. Interaksi ini tidak hanya membangun komunitas di sekitar minat yang sama tetapi

juga memperkaya pengalaman kolektif pengguna dalam menjelajahi dan menginterpretasikan konten yang mereka nikmati (Boer, 2013).

Sejak video musik "Sisa Rasa" diunggah, telah terjadi banyak interaksi yang melibatkan berbagai perspektif dari pengguna. Interaksi ini mencerminkan dinamika komunikasi di era digital, di mana media sosial memfasilitasi pertukaran ide dan perasaan secara langsung dan instan. Dalam konteks ini, penelitian mengenai interaktivitas di platform digital dapat memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana teknologi mempengaruhi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan menganalisis komentar-komentar tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang mungkin tidak terlihat secara langsung, namun memiliki dampak signifikan dalam membentuk opini publik dan pengalaman kolektif di dunia maya.

Mengkaji relevansi komentar pada video musik "Sisa Rasa" dapat memberikan sumbangan penting dalam memahami interaksi antara musisi dan penggemar melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada para praktisi industri musik tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan interaksi dan komunikasi dengan pendengar melalui platform media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melihat, bagaimana interaktivitas yang terjadi antar pengguna YouTube di dalam kolom komentar video music Mahalini Raharja yang berjudul "Sisa Rasa".

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat interaktivitas yang terjadi antar pengguna YouTube di kolom komentar video musik Mahalini Raharja yang berjudul "Sisa Rasa".

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat penelitian dari adanya suatu penelitian yang akan dibahas yakni sebagai tersebut:

- Memberikan manfaat yang lebih mengenai kajian ilmu komunikasi, khususnya untuk penelitian tematik mengenai komentar di suatu akun atau konten media sosial.
- Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya

