

KOMUNIKASI INTERPERSONAL *YOUTUBER* VIDEO PARODI DENGAN *SUBSCRIBER* DI BANDUNG

Rahma Nabilla¹, Asaas Putra²

^{1,2}Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Program Studi Ilmu Komunikasi, Telkom University

^{1,2}Jl. Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat, 40257, Indonesia

No. Telp./HP: ¹082217762397, ²082115091302

E-mail: ¹nabalbilbul31@gmail.com, ²asaasputra@gmail.com

THE INTERPERSONAL COMMUNICATION OF PARODY VIDEO YOUTUBER AND SUBSCRIBER IN BANDUNG

Abstract. *Video makers or commonly referred to as content creators, especially videos on YouTube, are currently countless. Content creators or often called youtubers come from various regions in Indonesia with a variety of content created. One of the youtubers who achieved popularity from the work of his parody video was Kery Astina. This Youtuber from Bandung has a unique way in the video production process. Kery involved his YouTube subscribers as his talents. The purpose of this research is to find out the pattern of communication, the approach of interpersonal relation, and how the youtuber and subscribers interpret the process of interpersonal communication that occurs during the process of producing parody videos. The approach used is qualitative with case studies research method. The data collection is done through observation, in-depth interviews, documentation studies, and secondary data sources. The result of this research shows that the communication patterns that occurs are one-way, two-way or reciprocal, and multi-directional. In addition, the approach to interpersonal relation that occurs is already effective. Then the youtuber and his subscribers interpret the interpersonal communication process that occurs through five steps to determine the meaning of life.*

Keywords: *interpersonal communication, communication pattern, interpersonal relation approach, meaning of life*

Abstrak. Pembuat video atau yang biasa disebut pula *content creator* khususnya video di YouTube saat ini jumlahnya tidak terhitung. *Content creator* atau yang kerap kali dipanggil *youtuber* ini berasal dari berbagai wilayah di Indonesia dengan beragam konten yang dihasilkan. Salah satu *youtuber* yang mencapai kepopuleran berkat karya video parodi adalah Kery Astina. *Youtuber* asal Kota Bandung ini memiliki keunikan dalam proses produksi videonya. Kery melibatkan *subscriber* YouTube *channel*nya sebagai *talent*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal, pendekatan hubungan interpersonal, dan bagaimana *youtuber* dan *subscriber* memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan sumber data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal yang terjadi adalah pola komunikasi satu arah, dua arah atau timbal balik, dan multi arah. Selain itu pendekatan hubungan interpersonal yang terjadi sudah efektif. Kemudian *youtuber* dan *subscriber*nya memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi melalui lima langkah untuk menentukan makna hidup.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, pola komunikasi interpersonal, pendekatan hubungan interpersonal, makna hidup

PENDAHULUAN

Pembuat video atau yang biasa disebut pula *content creator* khususnya video di YouTube saat ini jumlahnya tidak terhitung. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Konten yang dihasilkan oleh mereka pun beragam. Hal ini dikarenakan siapapun pengguna media sosial Youtube berhak menjadi *content creator*. Kebebasan untuk berkarya menjadi salah satu karakteristik dari media sosial *video sharing* ini. Tidak bisa dipungkiri pula ada banyak *content creator* atau *youtuber* yang namanya melambung setelah aktif membuat video di YouTube. Beberapa *youtuber* Indonesia yang berhasil melambungkan namanya melalui Youtube adalah Kery Astina, Eka Gustiwan, Gamaliel & Audrey, The da Lopez Brothers (Andovi da Lopez dan Jovial da Lopez), Bayu Skak, dan masih banyak yang lainnya. Tentunya video hasil karya mereka memiliki jenis yang menjadi ciri khas masing-masing *youtuber*.

Dalam situsnya, YouTube sebagai media sosial *video sharing* memberikan penjelasan bahwa Youtube menggolongkan *channel* berdasarkan beberapa kategori. Kategori tersebut diantaranya adalah otomotif & kendaraan, mode & kecantikan, komedi, pendidikan, hiburan, hiburan keluarga, film & animasi, makanan, game, petunjuk & gaya, musik, berita & politik, nirlaba & aktivisme, orang & blog, hewan & peliharaan, ilmu pengetahuan & teknologi, olahraga, dan perjalanan & acara. Dari banyaknya kategori yang dibuat oleh Youtube, ada banyak pula turunan jenis-jenis video yang dihasilkan oleh para *content creator*. Contohnya dari kategori musik, salah satu jenis videonya adalah video parodi musik.

Salah satu jenis video yang diminati adalah video parodi. Istilah parodi biasanya digunakan untuk menggambarkan situasi atau peristiwa tertentu yang dikemas dan disajikan dalam nuansa humor atau komedi. Berkenaan dengan pengertian tersebut, video parodi dapat diartikan sebagai video yang menampilkan plesetan dari video versi aslinya sehingga menimbulkan kelucuan

(Kholifah, 2014). Dalam penelitian ini, jenis video parodi dipilih karena setelah peneliti mengamati video yang tayang di Youtube, video parodi terlebih ketika memarodikan musik ataupun kejadian yang sedang viral di masyarakat, video parodi yang lucu tersebut seringkali masuk di dalam daftar *trending* di Youtube.

Pada tahun 2016, organisasi pendidikan, keilmuan, dan kebudayaan perserikatan bangsa-bangsa (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO*) mengumumkan bahwa Kota Bandung tercatat sebagai salah satu dalam jaringan kota kreatif UNESCO *Creative Cities Network*. Profesor Fauzi Soelaiman selaku deputi wakil tetap (*Ambassador/Alternate Permanent Delegate*) RI untuk UNESCO pada saat itu mengatakan bahwa Kota Bandung mengikuti kategori bidang kerajinan dan kesenian rakyat, desain, film, gastronomy, sastra, media dan seni musik. Penghargaan yang telah diraih oleh Kota Bandung tersebut membuat peneliti tertarik meneliti di Kota Bandung.

Salah satu *youtuber* yang berhasil mencapai kepopulerannya berkat karya video parodi adalah Kery Astina. Dalam *channel* YouTubanya, Kery Kartika Fajar atau yang dikenal dengan nama Kery Astina menyebutkan bahwa *channel* YouTube miliknya tersebut merupakan *channel* parodi musik. *Youtuber* yang berasal dari Kota Bandung, Jawa Barat ini sudah membuat 110 video parodi dengan berbagai macam judul. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *channel* Youtube Kery Astina merupakan salah satu *channel* yang konsisten dengan kontennya yang bergenre parodi. 59 video diantaranya merupakan video parodi musik, sedangkan video lainnya adalah video parodi kegiatan lain seperti *tutorial make up*, *trailer film*, dan lain-lain. *Channel* Youtube Kery Astina saat ini tepatnya pada 11 Desember 2018 pukul 21.12 WIB sudah memiliki 1.349.124 *subscriber* dengan 162.885.009 kali penayangan sejak bergabung pada 3 Januari 2011. Kepopuleran *channel* Youtube berkat video parodi juga diraih oleh *channel*

YouTube *LASTDAY Production*. Channel tersebut sudah memiliki 1.465.478 *subscriber* dan 407.160.566 penayangan sejak bergabung pada 19 Maret 2014. Berbeda dengan Kery Astina, video parodi yang dihasilkan *channel* Youtube *LASTDAY Production* adalah memarodikan *trailer film* ataupun fakta sehari-hari.

Konsistensi Kery Astina sebagai *youtuber* video parodi ditunjukkan dengan jumlah video parodi musik yang telah ia hasilkan. 59 dari 110 video yang telah ia buat merupakan video parodi musik. Video parodi yang dihasilkan oleh Kery sering pula masuk dalam daftar *trending* di Youtube. Hal ini menunjukkan bahwa video parodi yang dihasilkan oleh Kery Astina memiliki jam tayang atau biasa disebut *watch time* yang tinggi.

Berbeda dengan *youtuber* lain yang biasanya sudah memiliki tim produksi, atau mengajak orang-orang disekitarnya dalam produksi video, Kery Astina justru mengajak *subscriber*nya untuk terlibat dalam videonya sebagai *talent*.

Dalam membuat video parodi, Kery Astina mengajak *subscriber*nya untuk ikut *in frame* dalam video karyanya. 2 video tersebut berjudul Hari Ini Kita Lebaran (*Music Video*) dan Tutorial Mengadakan *Meet and Greet*.

Tidak ada kegiatan yang lebih mendasar untuk kehidupan kita secara pribadi, sosial, atau profesional kecuali komunikasi (Brent D. Ruben&Lea P. Stewart, 2013). Ketika membutuhkan sesuatu dan kita meminta tolong pada orang lain, kita melakukan komunikasi. Ketika melakukan wawancara untuk suatu pekerjaan, kita melakukan komunikasi. Ketika berpidato, kita melakukan komunikasi. Bahkan ketika kita bertatap dengan kawan dan memberikan sebuah isyarat, kita melakukan komunikasi. Dan ada banyak kegiatan lainnya yang tentunya tak lepas dari komunikasi. Tentunya dalam melakukan kegiatan produksi video parodi terjadi proses komunikasi.

Proses komunikasi yang terjadi adalah komunikasi interpersonal antara *youtuber*

dengan *subscriber*nya, mulai pada saat *briefing* pra produksi hingga akhir proses produksi. Berdasarkan keterlibatan *subscriber* Kery Astina dalam pembuatan video parodi musik, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi diantara *youtuber* video parodi dan *subscriber*nya tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, identifikasi masalah penelitian ini: Bagaimana pola komunikasi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscriber*nya? Bagaimana pendekatan hubungan interpersonal antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscriber*nya? Dan Bagaimana *youtuber* Kery Astina dan *subscriber*nya memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi interpersonal, pendekatan hubungan interpersonal, dan bagaimana *youtuber* Kery Astina dan *subscriber*nya memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi.

LANDASAN KONSEP/TEORI KOMUNIKASI

Salah satu karakteristik komunikasi yang paling sering dikutip diajukan oleh ilmuwan politik Harold Lasswell pada 1948 sebagai pengembangan dari hasil karyanya di bidang propaganda politik (Brent D. Ruben&Lea P. Stewart, 2013). Lasswell mengatakan bahwa proses komunikasi dapat dijelaskan dengan sangat baik oleh pernyataan sederhana “*Who says what in which channel to whom with what effect*” yang artinya “Siapa mengatakan apa kepada siapa di dalam saluran apa dengan dampak apa”. Model Lasswell mengingatkan bahwa mungkin terdapat berbagai hasil atau efek dari komunikasi seperti menginformasikan, menghibur, memperburuk, serta membujuk.

Joseph Dominick (Morissan, 2013) mengatakan bahwa setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi, yang meliputi sumber, encoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik, dan gangguan.

1. Komunikator
Proses komunikasi dimulai dari sumber atau komunikator, yaitu dimana ide, gagasan, atau pikiran berasal, yang kemudian akan disampaikan pada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok, atau bahkan organisasi. Kadangkala pula komunikator belum tentu mengetahui siapa pihak yang akan menerima pesannya.
2. Enkoding
Enkoding adalah kegiatan yang dilakukan oleh sumber atau komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan.
3. Pesan
Dominick mendefinisikan pesan sebagai *the actual physical product that the source encodes* (produk fisik aktual yang telah di-enkoding sumber).
4. Saluran
Saluran atau *channel* adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima.
5. Dekoding
Dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima.
6. Komunikan
Komunikan seringkali disebut penerima atau *receiver* atau *audience*. Komunikan adalah target dari pesan atau penerima pesan.
7. Umpan Balik
Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan oleh sumber.
8. Gangguan
Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan.

Fungsi Komunikasi menurut Effendy (dalam Anindiastuti, 2017) ada 4, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)
2. Mengedukasi (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

Ada empat macam tipe komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*)
Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi di dalam diri individu. Dengan kata lain, komunikasi intrapersonal adalah berkomunikasi dengan diri sendiri. Proses komunikasi ini terjadi ketika seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbesit dalam pikirannya.
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)
Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Di dalam komunikasi interpersonal sendiri terdapat komunikasi kelompok kecil. Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lain.
3. Komunikasi publik (*public communication*)
Komunikasi publik adalah komunikasi berupa pidato, *public speaking*, komunikasi khalayak, dan lain lain. Komunikasi publik dilakukan oleh pembicara atau komunikator dengan tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.
4. Komunikasi massa (*mass communication*).
Komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung dimana pesan dikirimkan oleh komunikator kepada khalayak yang sifatnya massal, melalui alat seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication*) merupakan

proses pengiriman pesan antara dua orang atau lebih, dengan efek dan *feedback* langsung.

Barnlund mendefinisikan bahwa komunikasi interpersonal selalu dihubungkan dengan pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang terjadi secara spontan dan struktur (Anindiastuti, 2017). Dalam buku De Vito ada lima pendekatan agar hubungan interpersonal efektif. Lima pendekatan tersebut adalah Keterbukaan (*opened*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

1. Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada antar pribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang, dan mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah memang “milik” anda dan bertanggung jawab atasnya.

2. Empati

Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap.

3. Sikap Mendukung

Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Sikap mendukung dapat diperlihatkan contohnya dengan cara (1) deskriptif, bukan evaluative, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provosional, bukan sangat yakin.

4. Sikap Positif

Sikap positif mengacu pada komunikasi antar pribadi yang terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri sendiri dan dorongan untuk memicu rasa menghargai keberadaan orang lain.

5. Kesetaraan

Kesetaraan adalah pengakuan dari masing-masing pihak yang sama-sama bernilai, berharga dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

POLA KOMUNIKASI

Pola komunikasi didefinisikan oleh Soejanto sebagai suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Ramadhan A., 2015). Pola komunikasi menurut Effendy (dalam Raihan, 2018) adalah proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang di cakup beserta keberlangsungannya, guna memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Effendy membagi pola komunikasi menjadi tiga, yaitu pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah atau timbal balik, dan pola komunikasi multi arah.

1. Pola komunikasi satu arah

Pola komunikasi satu arah adalah proses komunikasi antara komunikator dan komunikan yang terjadi tanpa adanya umpan balik dari komunikan.

2. Pola komunikasi dua arah atau timbal balik

Pola komunikasi dua arah atau timbal balik adalah proses komunikasi antara komunikator dan komunikan yang saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka.

3. Pola komunikasi multi arah

Pola komunikasi multi arah adalah proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak, dimana komunikator dan komunikan saling bertukar pikiran secara dialogis.

MAKNA HIDUP

Pengertian makna hidup menjelaskan bahwa di dalam makna hidup juga terdapat tujuan hidup, memiliki keyakinan dan harapan bahwa ada hal-hal yang perlu didapatkan dan dipenuhi dalam kehidupan ini. Menurut Kruger makna hidup adalah “manner”, suatu cara atau gaya yang

digunakan untuk menghadapi kehidupan, untuk menunjukkan eksistensi, dan cara pendekatan individu terhadap kehidupannya sendiri berbeda-beda dan unik (Adirachman, 2013). Ada lima langkah untuk menemukan makna hidup, yaitu: Pemahaman pribadi, bertindak positif, pengakraban hubungan, pendalaman tiga nilai, dan ibadah.

1. Pemahaman pribadi
Beberapa hal yang diperoleh melalui pemahaman pribadi yaitu mengenali keunggulan dan kelemahan pribadi, menyadari keinginan dan kebutuhan, menyadari berbagai kebaikan dan kesungguhan.
2. Bertindak positif
Tindakan positif terdapat 2 jenis yaitu tindakan positif ke dalam diri dan tindakan positif ke luar diri. Tindakan positif ke dalam diri adalah tindakan yang bertujuan untuk mengembangkan diri sendiri, menumbuhkan energi positif, keterampilan dan keahlian yang maksimal. Tindakan positif ke luar adalah berupa melakukan sesuatu yang berharga untuk orang lain, membuat orang lain merasa senang dan menghindari perbuatan yang menyakiti.
3. Pengakraban hubungan
Hubungan individu dengan orang lain yang menjadi sumber nilai dan makna hidup melandasi metode pengakraban hubungan. Hubungan yang dimaksud akrab adalah hubungan yang dihayati sebagai hubungan yang dekat, mendalam, saling percaya, dan saling memahami.
4. Pendalaman tiga nilai
Pendekatan tiga nilai dikemukakan oleh Frank. Tiga pendekatan ini merupakan sumber makna hidup yang jika diterapkan dan dipenuhi maka seseorang akan menemukan makna hidupnya. Tiga pendekatan tersebut adalah:
 1. Nilai kreatif
Nilai kreatif dapat diperoleh contohnya dengan bekerja, namun bukan pada pekerjaannya, tetapi pada sikap dan cara kerja yang

memperlihatkan keterlibatan pribadi tersebut saat bekerja.

2. Nilai penghayatan
Nilai penghayatan dapat diraih dengan cara menerima apa adanya dengan penuh pemaknaan dan penghayatan yang mendalam.
3. Nilai bersikap
Nilai bersikap menekankan bahwa sikap merupakan nilai yang dianggap penting dan paling tinggi dari nilai-nilai yang lain karena penderitaan yang di alami oleh seseorang masih tetap dapat memberikan makna bagi dirinya jika disikapi dengan tepat.
5. Ibadah
Pendekatan dengan Tuhan Yang Maha Esa dapat membuat seseorang menemukan berbagai makna dalam hidupnya. Dengan beribadah kepadanya, setiap individu akan mendapatkan ketenangan dan kedamaian sehingga dapat memperoleh makna yang lebih mendalam dalam hidupnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi.

Metode penelitian kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri (Husaini Usman & Akbar, 2017). Metode penelitian kualitatif dipilih karena memiliki dasar deskriptif, yang mana penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam tentang pola komunikasi interpersonal, pendekatan hubungan interpersonal, dan bagaimana subjek memaknai komunikasi tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya

dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik (dalam Fahrizal, 2019). Pendekatan studi kasus dipilih karena peneliti melakukan penelitian pada saat proses produksi video parodi. Video parodi yang dipilih berjudul “Tutorial Meet and Greet”. Video tutorial meet and greet dipilih karena video ini adalah video Kery yang melibatkan subscriernya dengan cara mengajak melalui instastory akun Instagramnya.

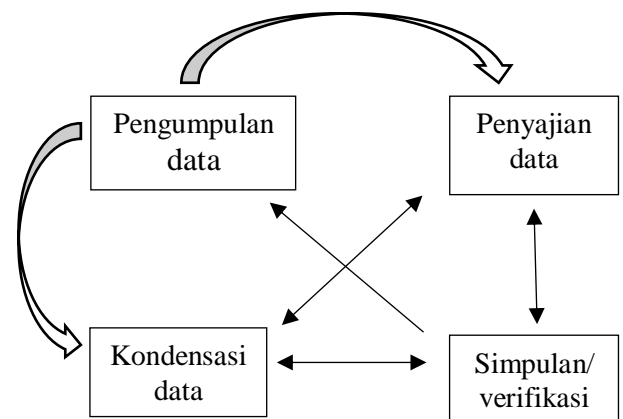
Dalam penelitian ini tentunya dilakukan pengumpulan data. Tidak mungkin penelitian dapat dilanjutkan jika tidak dilakukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2017). Dalam metode studi kasus, terdapat enam sumber bukti yang dapat dijadikan fokus pengumpulan data, yaitu: dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pemeran serta, dan perangkat fisik (dalam Yin, 2018:102).

Peneliti menggunakan sumber data primer dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Bentuk observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif (*participant observation*) dan observasi terstruktur kepada sumber data. Observasi dilakukan pada saat Kery dan *subscriber* sedang melakukan produksi video parodi. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur (*structured interview*). Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber data adalah gambar foto yang dihasilkan langsung oleh peneliti sewaktu berada di lokasi penelitian. Selain menggunakan sumber data primer, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder sebagai sumber data penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari buku, jurnal nasional, skripsi atau penelitian terdahulu yang memiliki relevansi yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Peneliti juga menjadikan media sosial *Instagram* dan *youtube* sebagai sumber data sekunder.

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (dalam Ghony, 2012). Pada penelitian ini, informan yang dipilih untuk dijadikan narasumber adalah Kery Kartika Fajar (*youtuber*), Deni Sukirna (*subscriber*), dan Ahmad Nuari Ramadhan (*subscriber*).

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman atau *interactive model*. Analisis data dengan model Miles and Huberman terdiri dari tiga alur kegiatan yang secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Husaini Usman dan Akbar, 2017).



Sumber: Olahan peneliti

Gambar 1. Alur Teknik Analisis Model Miles Dan Huberman

1. Pengumpulan data
Teknik pengumpulan data kualitatif menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi partisipasi dalam penelitian ini mulai dilakukan pada saat peneliti mengikuti kegiatan produksi video parodi berjudul “tutorial meet and greet”.
2. Penyajian data
Data yang tercatat di lapangan selanjutnya dirancang guna

menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami sehingga memudahkan untuk dirangkum.

3. Kondensasi data
Kondensasi adalah proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, pengabstrakkan, dan/atau perpindahan data yang mencerminkan keseluruhan catatan lapangan yang membuat data dapat dipercaya.
4. Simpulan/verifikasi
Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah kegiatan di akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada simpulan dan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran simpulan yang disepakati oleh subjek tempat penelitian itu dilaksanakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

POLA KOMUNIKASI

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscriber*nya saat produksi video parodi adalah pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah atau timbal balik, dan pola komunikasi multi arah.

Pola komunikasi satu arah diutarakan oleh Kery pada waktu *briefing* pra produksi, ketika dirinya menjelaskan akan seperti apa video yang akan dibuat hari itu dan melakukan pembagian peran untuk masing-masing *subscriber* tidak ada respon dari para *subscriber*. Mereka hanya mendengarkan apa yang Kery jelaskan. Sesuai dengan pengertian pola komunikasi satu arah yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator yang dalam hal ini adalah Kery kepada komunikan yang dalam hal ini adalah *subscriber* tanpa menggunakan media, tanpa ada umpan balik dari komunikan. Yang jika disimpulkan, komunikan bertindak sebagai pendengar saja.

Selain itu pola komunikasi satu arah terjadi pada komunikasi antara Rama dan Kery. Hal ini diutarakan oleh Rama yang

menjelaskan dirinya pernah memberi masukan pada Kery untuk video saat syuting video hari ini kita lebaran. Namun tidak ada respon dari Kery. Pada proses komunikasi ini Rama berperan sebagai komunikator dan Kery sebagai komunikan. Karena Kery tidak memberikan respon apapun, sehingga Kery sebagai komunikan yang tidak memberikan umpan balik atau hanya berperan sebagai pendengar.

Pola komunikasi dua arah terjadi pada saat sebelum syuting dimulai. Kery mengutarakan ada *subscriber* yang menanyakan untuk memastikan harus seperti apa adegan yang dilakukan. Pada saat ini, *subscriber* berperan sebagai komunikator dan Kery berperan sebagai komunikan. Kemudian Kery merespon pertanyaan tersebut. Pada saat ini, Kery dan *subscriber* bertukar fungsi, Kery menjadi komunikator dan *subscriber* menjadi komunikan.

Kery juga melakukan komunikasi dua arah saat *subscriber* baru tiba dirumahnya. Kery menanyakan kabar dan bagaimana perjalanan *subscriber* tersebut. Pada proses ini, Kery berperan sebagai komunikator. Kemudian ketika *subscriber* menjawab pertanyaan Kery, mereka bertukar fungsi, *Subscriber* menjadi komunikator dan Kery sebagai komunikan.

Pola komunikasi dua arah juga terjadi menurut informan 3 yaitu Rama. Rama menjawab komunikasi dua arah terjadi pada saat *youtuber* atau Kery memberinya saran untuk berdialog sesuai dengan yang Rama suka. Pada proses komunikasi ini Kery berperan sebagai komunikator dan Rama sebagai komunikan. Kemudian setelah itu mereka bertukar fungsi, Kery menjadi komunikan dan Rama sebagai komunikator.

Berdasarkan hasil observasi, ketika dalam proses produksi terdapat kendala ketika Rama kesulitan memerankan peran yang didapatkannya sehingga menyebabkan harus *retake* berkali-kali. Saat itu Rama meminta maaf pada Kery, kemudian Kery menjawab dengan "Santai santai. Ayo semangat semangat!". Pada proses tersebut, Rama awalnya berperan sebagai komunikator dan Kery sebagai komunikan.

Ketika Kery merespon omongan Rama, mereka bertukar fungsi. Kery sebagai komunikator dan Rama sebagai komunikan.

Sesuai dengan pengertian pola komunikasi dua arah yaitu komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka. Dalam hal ini jelas, pada empat proses komunikasi yang sudah dipaparkan diatas, komunikan tidak hanya berperan sebagai pendengar.

Komunikasi multi arah juga terjadi dalam proses komunikasi interpersonal antara Kery Astina dan *subscriber*. Komunikasi multi arah ini terjadi di dalam kelompok kecil yang terdiri dari *youtuber* dan beberapa *subscriber*nya.

Pola komunikasi multi arah dapat diidentifikasi dari jawaban Kery yang menjelaskan bahwa pada saat produksi video berlangsung, *subscriber*nya saling berlempar giliran untuk syuting. Pada saat saling berlempar giliran tersebut terdapat saling bertukar pikiran secara dialogis.

Informan kedua dan ketiga yaitu Deni dan Rama sama-sama menjelaskan ada proses diskusi pada saat berkumpul sebelum dimulai *briefing* dan pada saat selesai syuting. Di ruang tamu rumah milik Kery Kartika Fajar komunikasi multi arah tersebut terjadi.

Selain itu, berdasarkan observasi, para *subscriber* juga ikut berkontribusi memberikan ide tentang spot-spot yang cocok untuk digunakan sebagai lokasi syuting. Beberapa *subscriber* memberikan ide tempat yang cocok untuk dipilih menjadi tempat syutingnya seperti saat scene yang membahas hadiah mengingap, seorang *subscriber* memberikan ide tempat yang pas adalah di kamar Kery. Saat itulah komunikasi multi arah terjadi.

Menurut Effendy, komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Berdasarkan pengertian ini, sesuai dengan pengertian komunikasi multi arah, maka empat proses komunikasi tersebut merupakan komunikasi yang memiliki pola komunikasi multi arah.

PENDEKATAN HUBUNGAN INTERPERSONAL

Keterbukaan mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang.

Berdasarkan hasil wawancara, hasil observasi yang dilakukan peneliti, dan verifikasi yang dilakukan peneliti, baik *youtuber* (Kery Kartika Fajar) maupun *subscriber* (Deni Sukirna dan Ahmad Nuari Ramadhan) merupakan orang yang cukup terbuka. Mereka bukan orang yang diam dan tidak tanggap. Sehingga percakapan tidak menjadi menjemukan. Sehingga dapat disimpulkan Kery, Deni, dan Rama merupakan seorang komunikator yang melakukan pendekatan hubungan efektif, yaitu keterbukaan.

Henry Backrack mendefinisikan empati sebagai “kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada saat tertentu. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap.

Berdasarkan hasil wawancara, hasil observasi yang dilakukan peneliti, dan verifikasi yang dilakukan peneliti, Kery Kartika Fajar dan Deni Sukirna merupakan orang yang memiliki rasa empati satu sama lain. Sedangkan Rama justru merasa dirinya tidak memiliki rasa empati pada *youtuber*. Namun peneliti dapat menemukan rasa empati yang mungkin tidak disadari oleh Rama. Rasa empati tersebut adalah Rama bersedia datang ke rumah Kery untuk membantu Kery yang membutuhkan *talent* untuk video parodi karyanya. Sehingga dapat disimpulkan Kery, Deni, dan Rama merupakan seorang komunikator yang melakukan pendekatan hubungan efektif, yaitu empati.

Hubungan antar pribadi yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan

karya Jack Gibb. Dalam karyanya, Jack Gibb menyatakan seseorang memperlihatkan sikap mendukung dengan (1) deskriptif, bukan evaluative, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provosional, bukan sangat yakin.

Kery melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dukungan dirinya untuk *subscriber* adalah melalui dirinya yang mencantumkan *username Instagram subscriber* yang terlibat dalam proses produksi. Ia mengatakan pencantuman tersebut sebagai bentuk dukungannya agar para *subscriber* memiliki karya. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, Kery menunjukkan sikap mendukung untuk salah satu *subscriber*nya yaitu Rama, yang pada saat produksi merasa gugup sehingga harus *retake* berkali-kali dalam satu scene. Saat itu Kery mendukung dengan menyemangati *subscriber*nya tersebut.

Deni melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dukungan dirinya untuk *youtuber* atau Kery Kartika Fajar berupa memberikan ide untuk Kery.

Rama melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dukungan dirinya untuk *youtuber* atau Kery Kartika Fajar berupa dengan menyukai video yang diupload oleh youtube, kemudian menyebarkan kepada teman-temannya menggunakan link. Alasannya adalah agar penonton video tersebut bertambah banyak. Dan berdasarkan faktanya, memang Rama terlihat *interest* dengan Kery. Buktinya adalah peneliti pertama tahu video Kery dari Rama.

Berdasarkan fakta yang dipaparkan tersebut, maka Kery menunjukkan sikap mendukung pada *subscriber*nya, kemudian Deni dan Rama menunjukkan sikap mendukung pada *youtuber*.

Sikap positif dapat dijelaskan lebih jauh dengan istilah *stroking* (dorongan). Dorongan adalah istilah yang berasal dari kosakata umum, yang dipandang sangat penting dalam analisis transaksional dan dalam interaksi antarmanusia secara umum. Perilaku mendorong menghargai keberadaan

dan pentingnya orang lain, perilaku ini bertentangan dengan ketidakacuhan.

Kery Kartika Fajar melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dorongan positif yang ia berikan pada *subscriber* adalah berupa menyemangati para *subscriber* saat syuting berlangsung.

Deni Sukirna melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dorongan positif yang ia berikan pada *youtuber* adalah berupa dorongan untuk Kery agar membuat video baru.

Ahmad Nuari Ramadhan melalui jawabannya saat melakukan wawancara menyampaikan bahwa bentuk dorongan positif yang ia berikan pada *youtuber* adalah memberikan semangat juga doa agar apa yang dilakukan saat syuting dapat berjalan baik.

Berdasarkan fakta yang dipaparkan tersebut, maka Kery memberikan dorongan positif pada *subscriber*nya, kemudian Deni dan Rama memberikan dorongan positif pada *youtuber*.

Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai, berharga dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Peneliti menanyakan tentang kesetaraan pada Kery sebagai *youtuber*, Deni dan Rama sebagai *subscriber*. Kery mengungkapkan penilaiannya tentang kesetaraan yang terdapat pada dirinya dan *subscriber*. Alasannya adalah karena sama-sama manusia. Deni juga mengungkapkan penilaiannya tentang kesetaraan yang terdapat pada dirinya dan *youtuber*. Alasannya didasari pada Kery tidak pernah menyuruh Deni untuk mengedit video. Padahal saat itu Kery memiliki kesibukan yang lain. Berbeda dengan Kery dan Deni, Rama justru merasa ada ketidaksetaraan antara dirinya sebagai *subscriber* dengan

Kery sebagai *youtuber*, namun bukan dalam konteks komunikasi, karena alasan dari jawabannya adalah karena *youtuber* lebih profesional di bidangnya.

Berdasarkan fakta yang dipaparkan tersebut, maka Kery merasa ada kesetaraan dengan *subscriber*nya. Kemudian Deni merasa ada kesetaraan dengan *youtuber*. Namun berbeda dengan Rama yang justru merasa ada ketidaksetaraan antara dirinya sebagai *subscriber* dengan Kery sebagai *youtuber*.

MAKNA HIDUP

Pada pemahaman pribadi terdapat beberapa hal yang dapat diperoleh. Salah satu yang dapat diperoleh adalah merumuskan secara lebih jelas dan nyata mengenai hal-hal yang diinginkan untuk masa mendatang, serta menyusun rencana yang realistis untuk mencapainya.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Kery, Kery mengungkapkan apa harapan dirinya dari melibatkan *subscriber* pada videonya. Kery menjelaskan sebenarnya didasari alasan dirinya yang malas untuk collabs seperti orang lain. Kery hanya collabs ketika ada ide di waktu yang tepat. Ketika dirinya memiliki ide dan tidak tahu ingin mengajak siapa, akhirnya ia mengajak *subscriber*. Harapannya adalah selain membantu dirinya membuat video, ia juga berharap *subscriber*nya senang dan memiliki pengalaman memproduksi video parodi.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Deni, Deni mengungkapkan apa harapan yang ingin dicapai dari keterlibatan dirinya pada video Kery. Deni menjelaskan harapan dirinya adalah ingin memiliki pengalaman di bidang video, ingin melihat proses pembuatan video, dan ingin berkenalan dengan teman baru.

Melalui wawancara yang dilakukan dengan Rama, Rama mengungkapkan apa harapan yang ingin dicapai dari keterlibatan dirinya pada video Kery. Harapan dari Rama disampaikan dengan singkat yaitu agar bisa belajar dari yang sudah berpengalaman.

Berdasarkan wawancara tersebut, maka ketiga informan memiliki pemahaman pribadi tentang harapan yang diinginkan oleh dirinya masing-masing.

Terdapat dua jenis tindakan positif ke dalam diri dan tindakan positif ke luar diri. Pada penelitian ini, peneliti menekankan tindakan positif ke luar diri yang ingin diketahui. Pengertian tindakan positif ke luar diri berarti melakukan sesuatu yang berharga untuk orang lain, membuat orang lain merasa senang dan menghindari perbuatan yang menyakiti.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, *youtuber* Kery Kartika Fajar menunjukkan tindakan positif pada *subscriber*nya berupa dukungan dan menyemangati para *subscriber* saat syuting berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Deni Sukirna sebagai *subscriber* menunjukkan tindakan positif pada *youtuber* berupa dirinya seringkali menawarkan bantuan pada Kery pada saat proses editing. Deni merasa kasihan pada Kery ketika ia harus begadang untuk mengedit video padahal keesokan harinya Kery harus pergi jauh.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Ahmad Nuari Ramadhan sebagai *subscriber* menunjukkan tindakan positif pada *youtuber* dengan mengingatkan Kery saat ia terlihat lelah syuting.

Dari hasil ketiga wawancara tersebut, maka ketiga informan menunjukkan tindakan positif dari dirinya masing-masing untuk orang lain.

Hubungan akrab yang dimaksud adalah hubungan antara satu individu lain, sehingga dihayati sebagai hubungan yang dekat, mendalam, saling percaya dan saling memahami. Hubungan individu dengan orang lain merupakan sumber nilai-nilai dan makna hidup yang melandasi metode pengakraban hubungan.

Kery melakukan pengakraban hubungan dengan *subscriber* melalui cara berkenalan pada awalnya agar tidak terasa kaku, kemudian Kery menanyakan

bagaimana perjalanan ke rumahnya, dan berbincang tentang video yang ingin dibuat.

Deni melakukan pengakraban hubungan dengan *youtuber* pada awalnya dengan cara sksd (sok kenal sok dekat), kemudian selanjutnya berjalannya waktu.

Rama melakukan pengakraban hubungan dengan *youtuber* melalui cara membuat postingan video di media sosial. Selain itu Rama juga banyak bertanya-tanya seputar youtube.

Berdasarkan hasil wawancara, ternyata ketiga informan telah melakukan pendekatan hubungan satu sama lain dengan caranya masing-masing.

Frankl mengemukakan tiga pendekatan yang merupakan sumber makna hidup, yang apabila diterapkan dan dipenuhi maka seorang itu akan menemukan makna hidupnya. Ketiga pendekatan itu adalah nilai kreatif, nilai penghayatan dan nilai bersikap.

Berdasarkan hasil wawancara, nilai kreatif ditunjukkan Kery dengan dirinya memimpin proses produksi. Kery pun menjelaskan pada saat produksi, kamera yang digunakan untuk merekam biasanya dipasang pada tripod. Atau kadang ia meminta tolong temannya untuk menjadi *camera man*. Kemudian nilai kreatif ditunjukkan Deni dengan dirinya mengikuti peran yang didapatkannya dan berakting semaksimal mungkin. Nilai kreatif juga ditunjukkan Rama dengan menuruti instruksi dari *youtuber*.

Berdasarkan hasil wawancara, nilai penghayatan ditunjukkan Kery dengan dirinya sangat senang karena *subscriber* bersedia datang bahkan dengan menempuh jarak yang jauh untuk ke rumahnya dan membantu Kery yang memang sedang butuh talent. Kemudian nilai penghayatan ditunjukkan Deni dengan merasa senang karena mendapatkan pengalaman membuat video dan bisa memiliki teman baru. Nilai penghayatan juga ditunjukkan Rama dengan perasaannya yang sangat senang.

Berdasarkan hasil wawancara, nilai bersikap ditunjukkan Kery dengan tindakan yang dilakukannya ketika pada saat proses syuting terdapat masalah. Kery menekankan

masalah yang terjadi adalah pada saat ada *subscriber* yang harus retake berkali-kali, tindakan yang dilakukannya adalah dengan mengganti adegan. Kemudian nilai bersikap ditunjukkan Deni dengan tindakan yang dilakukannya ketika pada saat proses syuting terdapat masalah. Deni menjelaskan bahwa pernah ada cerita, saat itu Kery mengajaknya untuk syuting. Deni mengiyakan dan mereka sudah berdiskusi tentang video yang akan dibuat. Namun karena ada halangan di hari H yang bersifat dadakan, sehingga Deni akhirnya tidak bisa mengikuti syuting tersebut. Setelah itu sikap yang Deni ambil adalah ia meminta maaf pada Kery. Selain itu nilai bersikap juga ditunjukkan Deni pada saat peneliti melakukan observasi, pada saat produksi di halaman rumah Kery, kebetulan tetangga seberang rumahnya sedang ada pekerjaan yang cukup berisik, seperti sedang memalu kayu. Tentunya hal itu menjadi noise pada saat pembuatan video. Akhirnya Deni mengambil tindakan untuk menjelaskan pada tetangga Kery dan meminta izin serta meminta tolong pada tetangganya untuk berhenti melakukan pekerjaan memalu kayu tersebut sekitar 15 menit untuk syuting. Nilai bersikap juga ditunjukkan Rama dengan sikap atau tindakan yang dilakukannya ketika pada saat proses syuting terdapat masalah. Rama menjelaskan dirinya berkontribusi untuk memecahkan masalah bersama *youtuber* dan tim.

Dari fakta yang ditemukan di lapangan, maka ketiga informan sudah memenuhi tiga pendekatan yang dapat menjadi sumber makna hidup.

Dengan pendekatan kepada Tuhan, individu akan menemukan berbagai makna hidup yang dibutuhkan. Dengan beribadah, individu akan mendapatkan kedamaian, ketenangan dan pemenuhan harapan. Karena individu juga perlu mengembangkan kebermaknaan spiritual sehingga dapat memperoleh makna yang lebih mendalam dalam hidup.

Cara Kery bersyukur pada Tuhan atas apa yang dilakukannya dalam proses syuting adalah dengan berdoa bareng mereka pas

sebelum produksi semoga lancar sama sesudahnya.

Cara Deni bersyukur pada Tuhan atas apa yang dilakukannya dalam proses syuting adalah dengan tetap menjalankan ibadah shalat meskipun syuting sedang berlangsung.

Cara Rama bersyukur pada Tuhan atas apa yang dilakukannya dalam proses syuting adalah dengan berkata “ya tuhan makasih udah ngasih saya kesempatan belajar syuting dan terjun langsung bersama *youtuber*” di dalam hati.

Dapat disimpulkan ketiga informan menunjukkan cara bersyukur pada Tuhan telah diberi kesempatan *collabs* membuat video dengan cara masing-masing.

PENUTUP

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan, dari hasil wawancara, observasi, dan sumber data sekunder, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi interpersonal yang terjadi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya* adalah pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah atau timbal balik, dan pola komunikasi multi arah. Pendekatan hubungan interpersonal yang terjadi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya* sudah efektif. Karena lima pendekatan sudah dilakukan oleh informan. Yang terakhir adalah *youtuber* Kery Astina dan *subscribarnya* memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi melalui lima langkah untuk menentukan makna hidup.

SARAN

Melalui penelitian ini, peneliti dengan segala kerendahan hati memberikan saran kepada pihak-pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini maupun pihak yang akan menggunakan penelitian ini sebagai referensi. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan fenomena yang ada dan terlihat namun kurang atau bahkan belum pernah dibahas. Untuk peneliti

selanjutnya disarankan mengaji lebih dalam mengenai *youtuber* lain dan cara mereka berkomunikasi secara langsung dengan *subscribarnya*. Selain itu peneliti juga menyarankan untuk *youtuber* lain agar dapat membangun hubungan yang baik atau berkomunikasi secara langsung dengan *subscribarnya*. Hal ini agar terjalin hubungan yang erat dan tidak ada jarak antara *youtuber* dengan *subscriber*. Selain itu ditujukan pada masyarakat agar jangan takut untuk memiliki rasa ingin tahu, mendalami, mempelajari, dan berkontribusi dalam kegiatan yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirachman, N. (2013) *Hubungan Antara Makna Hidup Dengan Dimensi Kognitif Subjective Well Being Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang Angkatan 2010* [Online]. Malang, Universitas Islam Negeri Malang. Available from: <http://etheses.uin-malang.ac.id/1785/>.
- Anindiastuti, R. (2017) *Pola Komunikasi Kelompok Guna Menciptakan Kebersamaan di Kalangan Generasi Muda Buddha Dharma Indonesia di Makassar* [Online]. Makassar: Universitas Hasanuddin. Available from: <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/23694>.
- Fahrizal, Mohammad. (2019). *Pola Komunikasi Komunitas The Max Street (Studi Kasus pada Pola Komunikasi Komunitas The Max Street di Kota Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom. Available from: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/148917/slug/pola-komunikasi-komunitas-the-max-street-studi-kasus-pada-polakomunikasi-komunitas-the-max-street-di-kota-bandung-.html>
- Ghony, M. Djunaidi&Almanshur, Fauzan. (2012) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta, Ar-Ruzz Media.

- Gibbons, Z. (2015) *UNESCO umumkan Bandung masuk dalam jaringan kota kreatif* [Online]. 2015. Antara News. Available from:
<https://www.antaraneews.com/berita/534718/unesco-umumkan-bandung-masuk-dalam-jaringan-kota-kreatif> [Accessed: 10 April 2019.]
- Morissan. (2013) *Teori Komunikasi*. Bogor, Ghalia Indonesia.
- Raihan, Jade Putra. (2018) *Pola Komunikasi Group Discord PUBG.INDO.FUN Melalui Aplikasi Discord* [Online]. Bandung: Universitas Telkom. Available from:
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/145397/pola-komunikasi-group-discord-pubg-indo-fun-melalui-aplikasi-discord.html>.
- Ramadhan A., Djamil. (2015) *Pola Komunikasi Antarpribadi Pecinta Klub Sepakbola AC Milan di Kota Makassar* [Online]. Makassar: Universitas Hasanuddin. Available from:
<http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/14198>.
- Ruben, Brent D.&Stewart, Lea P. (2013) *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Depok, Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Yin, Robert K. (2018). *Studi Kasus Desain & Metode*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Usman, Husaini&Akbar, Purnomo Setiady. (2017) *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta, Bumi Aksara.