

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

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 Gustiwana, 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.

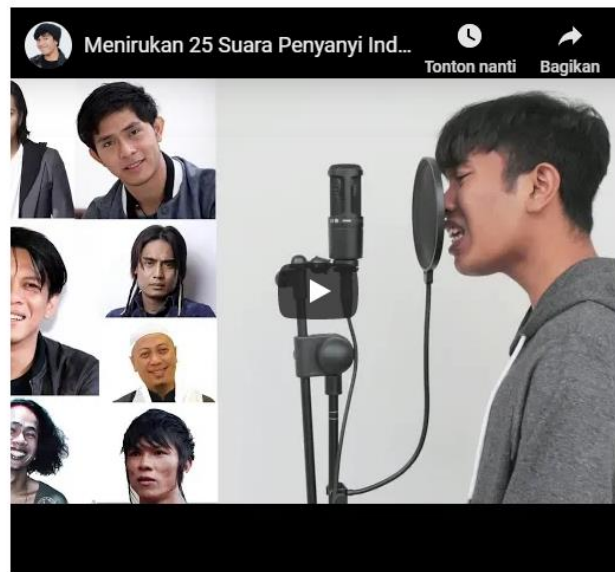
Salah satu jenis video yang diminati adalah video parodi. Istilah parodi biasanya digunakan untuk menggambarkan situasi atau peristiwa

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 (dalam 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. Salah satu portal berita online sempat pula memberitakan video parodi menduduki posisi 13 di daftar *trending* YouTube.

Gambar 1.1

Video ini juga menduduki posisi 13 trending Youtube.

Dari pada penasaran, berikut videonya:



#### Berita Trending Video Parodi

Sumber: <http://bangka.tribunnews.com/2018/07/20/tiru-25-artis-dan-sukses-masuk-jajaran-video-trending-suara-pria-ini-dicurigai?page=2>

(diakses 27 Mei 2019 pukul 10.00)

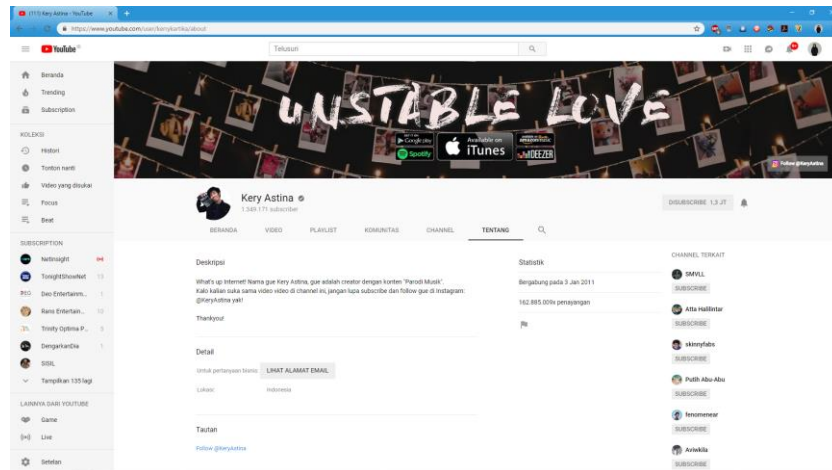
Penelitian ini dilakukan di Bandung. Tentunya pemilihan Kota Bandung dilandasi oleh alasan tertentu. Pada tahun 2016, organisasi pendidikan, keilmuan, dan kebudayaan perserikatan bangsa-bangsa (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - UNESCO*) mengumumkan bahwa Kota Bandung 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. Pada penelitian ini peneliti memilih *youtuber* Kery Astina sebagai *youtuber* video parodi yang berlokasi di Bandung.

Salah satu *youtuber* yang berhasil mencapai kepopulerannya berkat karya video parodi adalah Kery Astina. Dalam *channel* YouTube-nya, 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. Hal ini yang mendasari peneliti memilih Kery Astina sebagai subjek penelitian.

Gambar 1.2

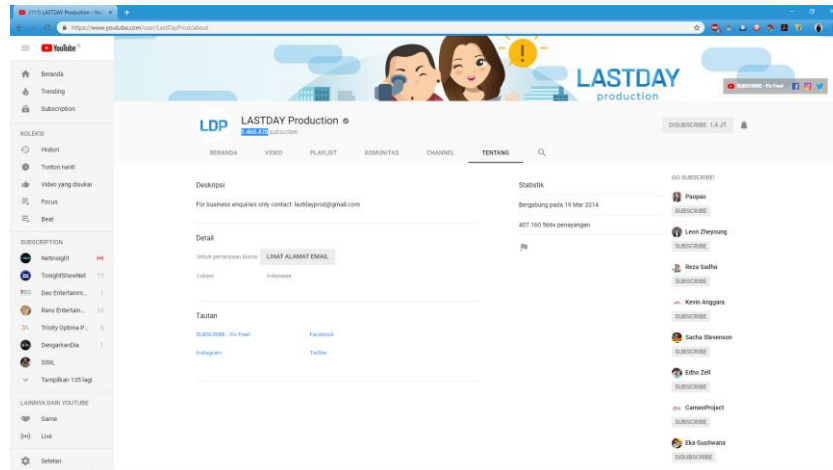


Profil *Channel* Youtube Kery Astina

Sumber: <https://www.youtube.com/user/kerrykartika/about>

(diakses 11 Desember 2018 pukul 21.12)

Gambar 1.3



### Profil Channel Youtuber *LASTDAY Production*

Sumber: <https://www.youtube.com/user/LastDayProd/about>

(diakses 11 Desember 2018 pukul 21.15)

Setelah peneliti tertarik untuk menjadikan Kery Astina sebagai subjek penelitian, peneliti melakukan riset dengan menjadi bagian dari *subscriber* yang terlibat sebagai *talent* dalam pembuatan video parodi Kery Astina yang berjudul “Video Tutorial Mengadakan *Meet and Greet*”. Peneliti memilih untuk terlibat dalam pembuatan video parodi Kery Astina agar dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung. Pada penelitian ini, peneliti akan menjadikan *subscriber* Kery Astina selain peneliti menjadi subjek penelitian.

Gambar 1.4



Video Hari Ini Kita Lebaran

Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=S\\_2klaUZ2m0](https://www.youtube.com/watch?v=S_2klaUZ2m0)

(diakses 10 November 2018 pukul 14.13)

Gambar 1.5



Video Tutorial Mengadakan *Meet and Greet*

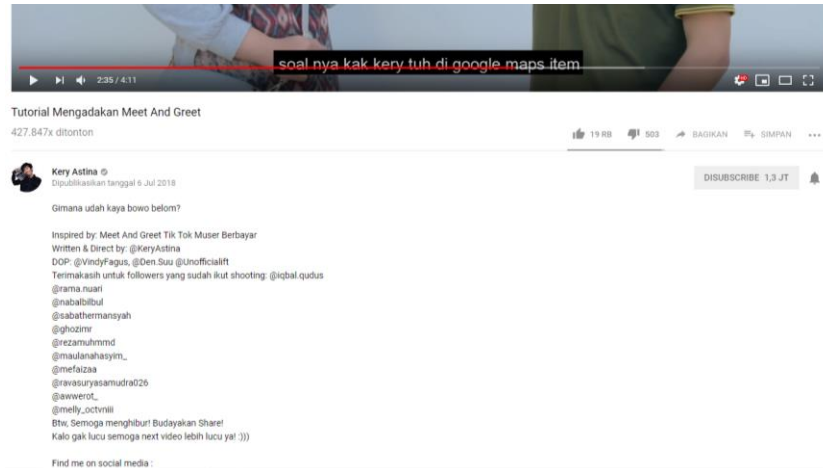
Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=Ntb\\_xdL5iY8](https://www.youtube.com/watch?v=Ntb_xdL5iY8)

(diakses 10 November 2018 pukul 14.14)

Dalam membuat video parodi, Kery Astina sebagai *youtuber* yang sudah terkenal mengajak *subscribarnya* untuk ikut *in frame* dalam video karyanya. 2 video yaitu yang berjudul Hari Ini Kita Lebaran (*Music Video*)

dan Tutorial Mengadakan *Meet and Greet* menyajikan video yang di dalamnya melibatkan para *subscriber* Kery Astina sebagai *talent*.

Gambar 1.6



Peneliti Terlibat di Video Tutorial Mengadakan *Meet and Greet*

Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=Ntb\\_xdL5iY8](https://www.youtube.com/watch?v=Ntb_xdL5iY8)

(diakses 10 November 2018 pukul 14.16)

Dalam melakukan kegiatan produksi video parodi terjadi proses 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. Peneliti menggunakan metode studi kasus pada saat pembuatan video tutorial *meet and greet*. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan membuat sebuah penelitian dengan judul **“Komunikasi Interpersonal *YouTuber* Video Parodi dengan *Subscriber* di Bandung (Studi Kasus pada Pembuatan Video Tutorial *Meet and Greet*)”**

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi, bagaimana pendekatan hubungan interpersonal, bagaimana *youtuber* video parodi dengan *subscribarnya* memaknai komunikasi interpersonal satu sama lain.

## 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pola komunikasi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya*?
2. Bagaimana pendekatan hubungan interpersonal antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya*?
3. Bagaimana *youtuber* Kery Astina dan *subscribarnya* memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pola komunikasi antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya*.
2. Untuk mengetahui pendekatan hubungan interpersonal antara *youtuber* Kery Astina dengan *subscribarnya*.
3. Untuk mengetahui bagaimana *youtuber* Kery Astina dan *subscribarnya* memaknai proses komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat proses produksi video parodi.



## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **a. Kegunaan Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan perpustakaan bagi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Bisnis Universitas Telkom. Khususnya mengenai komunikasi interpersonal *youtuber* video parodi dengan *subscribarnya*. Selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian untuk penelitian selanjutnya. Peneliti berharap agar penelitian ini mampu memberi masukan dan pengetahuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti bidang kajian yang sama dengan penelitian ini.

### **b. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para *youtuber* dan *subscriber* dalam berkomunikasi secara interpersonal sehingga dapat tercipta hubungan yang erat antara *youtuber* dengan *subscribarnya*.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1

TABEL WAKTU DAN PERIODE PENELITIAN

| Kegiatan                    | Waktu |          |          |         |          |       |
|-----------------------------|-------|----------|----------|---------|----------|-------|
|                             | Juli  | November | Desember | Januari | Februari | April |
| Observasi Lapangan          |       |          |          |         |          |       |
| Penyusunan Proposal Skripsi |       |          |          |         |          |       |
| Pengumpulan Data            |       |          |          |         |          |       |
| Pengolahan Data             |       |          |          |         |          |       |

Sumber: Olahan Peneliti, 2019