

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Analisis Isi

Secara umum, analisis isi merupakan teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara obyektif, sistematis, dan kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak. Menurut Eriyanto (2011:15) analisis isi didefinisikan sebagai suatu teknik penilaian ilmiah yang ditunjukkan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi, serta ditujukan mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak.

Analisis isi terbebas dari kerangka atau perspektif tertentu karena tidak berangkat dari renungan filosofis, melainkan dari sebuah kejadian atau peristiwa. Tetapi praktiknya merupakan metode kuantitatif. Metode ini berawal dari kesadaran manusia akan kegunaan simbol, angka, dan bahasa.

Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi ditempatkan sebagai metode utama. Kedua, analisis isi dipakai sebagai salah satu metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai bahan pembandingan untuk menguji kesahihan dan kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.

Menurut Eriyanto (2011:16), ciri khas dari analisis isi adalah :

a) Objektif

Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya,



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Penelitian ini bersifat menetralkan, menghilangkan keberpihakan, bias, atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Ada dua aspek penting dari objektivitas, yakni validitas dan reliabilitas.

b) Sistematis

Analisis isi selain objektif, juga harus sistematis. Sistematis ini bermakna, semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis.

c) Replikabel

Salah satu ciri penting dari analisis isi yaitu ia harus replikabel. Penelitian dengan tujuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya juga menghasilkan temuan yang sama.'

d) Isi yang tampak (*Manifest*)

Eriyanto berpendapat bahwa analisis isi hanya dapat dipakai untuk melihat isi yang tampak (*manifest*) saja. Analisis isi tidak dapat dipakai untuk menilai isi yang tidak tampak (*latent*). Sebab pertama, analisis isi harus dibedakan dari penelitian lain yang juga meneliti mengenai isi, seperti semiotika, *framing*, wacana, naratif, dan hermeneutik. Ciri khas dari analisis isi kuantitatif ialah ia hanya dapat dipakai untuk meneliti pesan yang tampak. Kedua, aspek penting dari analisis isi adalah harus objektif intersubjektif, reliabel, valid, dan replikabel.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



e) Perangkuman (*Summarizing*)

Ciri lain dari analisis isi yaitu ditujukan untuk membuat rangkuman. Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Analisis isi sebaliknya tidak berpretensi untuk menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bertipe nomotetik yang ditujukan untuk membuat generalisasi dari pesan, dan bukan penelitian jenis (*idiographic*) yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail dari suatu fenomena.

f) Generalisasi

Analisis isi tidak hanya bertujuan untuk melakukan rangkuman tetapi juga berpotensi untuk melakukan generalisasi. Ini terutama jikalau analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis isi dimaksudkan untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus.

Merumuskan tujuan analisis isi merupakan bagian yang sangat penting dalam desain analisis isi. Desain analisis isi tidak dapat dibuat tanpa adanya tujuan penelitian yang dirumuskan secara jelas. Menurut Eriyanto (2011: 46) karena desain riset merupakan bangunan konstruksi yang dibuat untuk menjawab tujuan penelitian. Penelitian yang tujuannya hanya untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian yang ingin menguji hubungan di antara variabel.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Langkah awal yang penting dalam analisis isi adalah menentukan unit analisis. Krippendorff (2007: 97) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas – batasnya dan mengidentifikasi untuk unit analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks.

Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalimat, foto, *scene* (potongan adegan), dan paragraph. Bagian - bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar kita sebagai peneliti untuk melakukan pencatatan. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat.

Unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisis isi unit analisisnya yang digunakan untuk menganalisis adalah teks, pesan atau medianya sendiri. Penelitian ini menggunakan unit analisis tematik. Namun, secara umum ada beberapa unit analisis dalam analisis isi, yaitu:

a) Unit fisik

Unit fisik dihitung berdasarkan satuan panjang, kolom, inci, waktu, dari pesan yang disampaikan. Misalnya, periset bisa menghitung panjang suatu berita dengan satuan mili kolom atau centi kolom, durasi tayangan sinetron, dll.

b) Unit sintaksis

Unit sintaksis berupa kata atau simbol, penghitungannya adalah frekuensi kata atau simbol itu. Misalnya, berapa jumlah kata-kata yang



mengandung porno dalam sebuah berita, berapa kali frekuensi kemunculan adegan kekerasan dalam film, dll.

c) Unit referensial

Unit referensial ini merupakan perluasan dari unit sintaksis. Pada unit sintaksis, yang dicatat dan dihitung adalah pemakaian dari kata atau kalimat. Masing – masing kata dilihat secara eksplisit. Sementara dalam unit referensial, kata – kata yang mirip, sepadan, atau punya arti dan maksud yang sama dicatat sebagai satu kesatuan. Misalnya mengukur opini rencana menggunakan unit referens, dengan kategori opini mendukung, netral atau tidak mendukung. Kalimat-kalimat dalam rencana yang mengandung kalimat mendukung dimasukkan dalam kategori mendukung.

d) Unit proporsional

Merupakan satu kalimat dengan kalimat lainnya yang ditautkan dan menyimpulkan pernyataan (proposisi) yang terbentuk dari rangkaian antarkalimat. Penggunaan unit proporsional dalam analisis isi membutuhkan kemampuan peneliti dalam hal logika dan tata bahasa, karena pada dasarnya unit proporsional mengubah kalimat – kalimat menjadi sebuah proposisi baru.

e) Unit tematik

Berupa satuan berita, perhitungannya berdasarkan tema berita yang diberitakan, misalnya tema apa yang sering muncul selama satu tahun, dan lain sebagainya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Media Baru (*New Media*)

a. Pengertian Media Baru (*New Media*)

Media baru (*new media*) merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Yang termasuk kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia. Tetapi, internet lebih dikenal sebagai media baru, sebenarnya internet merupakan salah satu bentuk media baru. Media cetak mengandalkan percetakan (press), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan komputer.

Menurut Vera (2016: 88) proses penyampaian pesan melalui media pun mengalami pergeseran penting. Jika media selama ini merupakan pusat informasi, dan informasi itu diberikan atau dipublikasikan dengan satu arah, kini media menjadi lebih interaktif. Menurut Nasrullah (2014: 1) khalayak tidak lagi sekedar objek yang terpapar informasi, tetapi khalayak telah dilibatkan lebih aktif karena teknologi menyebabkan interaksi di media bisa terjadi.

New media merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun *new media* sendiri tidak serta merta berarti media digital. Menurut Romli (dalam Akbar, 2014: 31) Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data digital berbentuk *byte*, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur dalam *new media*, selain ciri interaktif dan intertekstual.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Pergeseran teknologi yang tradisional ke teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Jika sebelumnya khalayak dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa, ketika perubahan teknologi itu terjadi ke arah digitalisasi maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang kini dapat berpindah ke posisi khalayak. Sehingga dominasi media sebagai penyedia konten media tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, justru sebaliknya khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri. (Tamburaka, 2013: 72-73)

Menurut Vera (2016: 89) media baru memungkinkan orang untuk membuat, memodifikasi, dan berbagi dengan orang lain, menggunakan alat yang relatif sederhana yang sering gratis atau murah. Media baru membutuhkan komputer atau perangkat mobile dengan akses. Orang-orang memiliki smartphone si mungil yang canggih, dapat mengakses internet hanya dengan menuliskan kata kunci di mesin pencarian.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 2.1

Persamaan dan perbedaan Media Massa (lama) dan Media Baru

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Media Lama	Media Baru
Memproduksi dan mendistribusikan pesan	Selain memproduksi dan mendistribusikan pesan, juga melakukan pertukaran dan penyimpanan atas pesan-pesan tersebut
Bergerak dalam ruang publik, karenanya terikat oleh aturan-aturan tertentu	Selain bergerak dalam ruang public juga ke ruang privat individu yang menggunakannya
Media massa berada dalam sebuah organisasi yang kompleks	Organisasinya tidak kompleks bahkan satu atau dua orang pun dapat menjalankannya



Biaya sangat mahal	Biaya relatif murah
Meliputi media cetak, radio, dan televisi	Meliputi media online, seperti media cetak yang diubah dalam format digital, TV online, dan radio streaming
Informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggungjawabkan	Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggungjawabkan
Harus menunggu informasi pada jam yang dijadwalkan	Mudah dalam pencarian informasi yang ingin didapatkan dan tidak terbatas pada jadwal tertentu
Khalayak tidak terhubung pada media dan sesama pengguna	Para pengguna dapat terhubung secara langsung
Umpan balik bersifat tertunda dan	Umpan balik dapat disampaikan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tidak langsung	secara langsung, seperti “komentar”
----------------	-------------------------------------



Sumber: Nawiroh Vera (2016)

Media baru menyatukan semua yang dimiliki oleh media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan *audio* dan *visual*. Melalui internet semua dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca blog, website, dapat mendengar radio melalui internet, dapat menonton berita melalui siaran streaming atau mengunduh (*download*) video. Dengan kata lain karakteristik khas media lama dapat disatukan ke dalam media baru (Tamburaka, 2013: 77)

Daya kirim yang amat cepat dan jangkauannya yang luas memang menjadikan internet langsung digemari masyarakat. Internet yang sering diistilahkan sebagai new media, juga telah mengubah pola hidup masyarakat dunia. Dunia maya di internet sudah menjadi tempat persinggahan baru bagi banyak orang, melalui *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, dan lain-lain.

b. Karakteristik New Media

Menurut Vera (2016: 90) ciri-ciri media baru yang membedakan dengan media massa lainnya adalah sebagai berikut:

- Kemampuan untuk mengatasi kurangnya waktu dan ruang. Meskipun terbatas dengan ukuran layar, waktu unduh, kapasitas server, dan lain-lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. **Fleksibilitas.** Media baru dapat menyajikan berbagai bentuk informasi yang berupa, kata, gambar, audio, video, dan grafis.
- c. **Immediacy.** Media baru dapat menyampaikan informasi dengan segera, seiring peristiwa berlangsung. Mencakup berbagai aspek berita pada waktu bersamaan.
- d. **Hypertextuality.** Media baru dapat menghubungkan satu format informasi dengan format dan sumber informasi lainnya melalui hyperlink.
- e. **Interaktivitas.** Media baru memiliki sistem komunikasi manusia mesin.
- f. **Multimediality.** tidak seperti media tradisional, media baru dapat berisi berbagai jenis media pada platform tunggal. Kita bisa menonton televisi dan mendengarkan radio, dan membaca surat kabar pada halaman web.
- g. **Biaya lebih murah.** Dibandingkan dengan media lain, produksi halaman web memerlukan biaya yang murah dan ramah lingkungan.
- h. **Perpanjangan akses.** Kita bisa mendapatkan akses ke sumber-sumber web atau media baru di manapun kita berada.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, wiki, dan jejaring sosial-utamanya facebook dan twitter merupakan bentuk media

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

sosial yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia. Tak mengherankan, kehadiran media sosial menjadi fenomenal. *Facebook, Twitter, YouTube*, hingga adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna sebuah media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah negara. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio maupun video.

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Menurut Romli (2016: 104) diperkirakan, yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni *Social, Share, and Speed*. Masyarakat bersosial saling berinteraksi terkait apa saja, membagikan hal-hal atau peristiwa yang sedang terjadi, dan kecepatan yang menjadikan media sosial ini sangat digemari oleh masyarakat.

b. Fungsi Media Sosial

Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini didapat dari media tradisional, juga telah bertambah bisa didapat di internet. Misalnya media televisi menyediakan program yang bertujuan membuat penonton terhibur. Kehadiran *YouTube* memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan tayangan *audio-visual* yang bersaing dengan program di televisi tersebut. Tidak hanya itu, waktu yang disediakan, sumber yang tanpa batas, serta bisa diakses kapan dan di mana saja, menyebabkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

kehadiran internet dan media - media di dalamnya, seperti media sosial, menjadi lebih mendominasi.

Dennis McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:

- (1) Informasi: Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
- (2) Korelasi: Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi. Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan. Mengkoordinasi beberapa kegiatan. Membentuk kesepakatan.
- (3) Kesenambungan: Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan. khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru. Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
- (4) Hiburan: Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi. Meredakan ketegangan sosial.
- (5) Mobilisasi: Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan kadang kala juga dalam bidang agama.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. YouTube

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 2.1 Logo YouTube



Sumber: www.youtube.com

a. Kategori

YouTube memiliki banyak sekali jenis video, mulai dari video tingkah laku pribadi penggunanya sampai dengan video-video yang jarang kita lihat di televisi. Secara umum kategori dalam *YouTube* adalah sebagai berikut *Autos & Vehicles* (Otomotif dan Kendaraan), *Comedy* (Komedi), *Entertainment* (Hiburan), *Film & Animation* (Film dan Animasi), *Gadgets & Games* (Peralatan dan Permainan), *Music* (Musik), *News & Politics* (Berita dan Politik), *People & Blog* (Orang dan Blog), *Pets & Animals* (Binatang dan Binatang Peliharaan), *Sports* (Olahraga), *Travel and Places* (Perjalanan dan Tempat).

Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna bisa saja memilih sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan video apa yang ingin dilihat dalam



kategori. Hal ini dikarenakan *YouTube* menyediakan kolom di mesin pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang ingin ditonton oleh penggunanya. Jika video tidak ditemukan, maka *YouTube* biasanya menyarankan video yang hampir mendekati kata pencarian yang sedang ditelusuri.

b. Fungsi *YouTube*

Pada umumnya media sosial seperti *YouTube* memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham (2011: 37) dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut:

- (1) Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing - masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
- (2) Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information*, *Sharing*, dan *Comment*.
- (3) Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk update teknologi informasi.
- (4) Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- (5) Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana *Citizen Journalism*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (6) Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

d. Kelebihan dan Kekurangan

Dikutip dari *kumparan.com*, ada kelebihan dan kekurangan menggunakan *YouTube* dibanding televisi yaitu :

1. Durasi *YouTube* bisa disesuaikan keinginan *creator*

Salah satu perbedaan paling mencolok antara televisi vs *YouTube* adalah dari segi durasi. *YouTube* punya keunggulan yakni *content creator* bisa menyesuaikan durasi konten sesuai kebutuhan. Hal ini berbeda dengan program televisi yang memiliki keterbatasan durasi. Meski begitu, seorang *creator* ada baiknya memperhatikan kebiasaan penonton. Video yang terlalu panjang bisa membuat orang bosan atau kesulitan menontonnya. Sedangkan, video yang terlalu pendek kadang kala tidak bisa memuat banyak informasi.

2. Konten *YouTube* bisa berasal dari hal - hal yang personal dan spesifik

YouTube merupakan situs atau aplikasi yang awalnya dibuat untuk berbagi video, jadi siapa saja bisa mengunggah dan menonton video yang ada di platform ini. Karena bersifat terbuka, jenis tayangannya pun bisa bervariasi bahkan yang sifatnya personal sekalipun seperti *make up tutorial* hingga mukbang. Ini tentunya jadi keunggulan yang membuat konten *YouTube* kian diminati.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Televisi memiliki segmentasi penonton yang lebih luas dibandingkan *YouTube*, sehingga tayangan-tayangannya pun lebih banyak yang bersifat umum dan bisa diterima oleh banyak kalangan. Sedangkan penonton maupun *creator YouTube* biasanya akan memilih tayangan-tayangan yang berkaitan dengan kegemaran mereka.

3. Televisi punya tim yang besar dan didukung oleh banyak ahli

Dalam sebuah produksi program TV sudah pasti akan melibatkan banyak pihak. Masing - masing pihak memiliki keahlian tersendiri, bekerja sama menghasilkan sebuah tayangan yang akan dinikmati oleh penonton. Dengan didukung oleh banyak orang, masalah kehabisan ide bisa diatasi dengan mudah.

Berbeda dengan dengan produksi konten *YouTube*. Dari segi produksi konten, kelemahan *YouTube* adalah umumnya dikerjakan oleh tim berjumlah minimalis, meskipun saat ini ada juga beberapa *content creator* yang mulai menggunakan jasa tim profesional. Namun, kelemahan tersebut tidak serta merta menjadi halangan bagi para *creator YouTube* untuk menghasilkan karya keren, karena tak sedikit video *YouTube* yang kualitasnya yahud meski digarap oleh beberapa orang saja.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Penulis, Tahun	Metode	Hasil Penelitian
	Nopri Kosuma Wijaya, “Kekerasan Dalam Program Anak (Analisis Isi Kuantitatif Adegan Kekerasan Dalam Film Kartun Spongebob Squarepants)” Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penayangan program animasi kartun anak Spongebob Squarepants pada periode tanggal 01 - 08 Mei 2013 terdapat 27 episode, terdapat unsur kekerasan fisik dan kekerasan psikologis. Dari data yang digambarkan oleh peneliti, kekerasan psikologis memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>			<p>dengan persentase kekerasan fisik.</p>
<p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Riza Ahmad Zaini, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang – Pulang Ganteng 3 - 5 di Youtube” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di YouTube edisi 2016 yakni diperoleh frekuensi keseluruhan sebanyak 9 kali pesan, dengan 3 kategori pesan dakwah. Yakni pesan aqidah, pesan akhlak, dan pesan syariah.</p>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Dari bagan diatas, kanal *YouTube* Otodriver terdapat pada bagian atas karena bagian terpenting. Otodriver adalah nama sebuah media. Dibawah Otodriver terdapat konten *review* otomotif karena konten/video tersebut yang akan diteliti. Lalu dibawahnya ada analisis isi kuantitatif karena penulis melakukan penelitian dengan metode kuantitatif. Lalu ada *review mobil* Jepang dan *review mobil* Eropa adalah tema dari video kanal *YouTube* Otodriver yang akan diteliti oleh penulis.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang kebenarannya masih harus diuji. Jadi hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya karena hipotesis dapat diterima atau ditolak. Maka dari itu penulis menggunakan Hipotesis Penelitian Hubungan yang diduga terdapatadanya hubungan suatu pernyataan kausalitas/hubungan.

Berikut adalah perumusan hipotesis dari penelitian ini:

Ada perbedaan pesan yang dibawakan jurnalis dalam ulasan mobil Jepang dan ulasan mobil Eropa dalam kanal *YouTube* Otodriver.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.