

YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM

Fatty Faiqah¹, Muh. Nadjib², Andi Subhan Amir³

¹²³Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

ABSTRACT

The purpose of this research are: (1) To find out how the community of Makassarvidgram utilize YouTube as a media of communication; (2) To find out what are the strengths and weaknesses youtube as a media of communication for the community of Makassarvidgram. This research was conducted for approximately three months, ie May-July 2016 which was held in the city of Makassar. The population of this research is Makassar vidgram community. The respondents of this research are determined at random on some community members joined in Makassar vidgram. This type of research uses a qualitative method by using the theory of New Media as a research platform. Mechanical depth interviews with informants to collect primary data. Secondary data is done by observation, library research both from books and Internet sites that are relevant to the focus of the problem. The results showed that the use youtube as a means of communication for Communities Makassarvidgram categorized quite helpfull. The response of the informants regarding the advantages and disadvantages are more to the excess one, that will make youtube looks very priceless, effective and efficient as a communication media for this community.

Keywords: *Youtube; Media of Communication; Makassarvidgram*

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk : (1) untuk mengetahui bagaimana komunitas Makassarvidgram memanfaatkan Youtube sebagai sarana komunikasi; (2) untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kelemahan youtube sebagai suatu sarana komunikasi bagi komunitas Makassarvidgram. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih tiga bulan, yaitu mei-juli 2016 yang dilaksanakan di Kota Makassar. Adapun populasi penelitian ini adalah komunitas Makassar vidgram. Responden penelitian ini ditentukan secara acak pada beberapa anggota yang tergabung dalam komunitas Makassar vidgram. Tipe penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori *New Media* sebagai landasan penelitian. Teknik wawancara mendalam terhadap narasumber untuk mengumpulkan data primer. Data sekunder dilakukan dengan observasi, studi pustaka baik itu dari buku-buku, dan situs internet yang relevan dengan dengan focus permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan youtube sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram termasuk kategori cukup membantu. Penelitian ini juga menemukan karakteristik youtube berdasarkan pemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna, berdasarkan masing-masing kebutuhan pengguna Respon dari para informan mengenai kelebihan dan kekurangan youtube sebagai sarana komunikasi yang lebih condong pada kelebihannya, membuat youtube ternilai sangat efektif dan efisien sebagai sarana komunikasi bagi komunitas ini.

Keywords: *Youtube; Sarana Komunikasi; Makassarvidgram*

PENDAHULUAN

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para

penggunanya sendiri. (Tjanatjantia. Widika, 2013)

Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi pengguna untuk mengupload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya YouTube memang bukan

dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain.

Saat ini Youtube menjadi situs online Video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 Jam durasi video di upload ke Youtube setiap menitnya dengan 6 miliar *views* per hari. Youtube kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi Youtube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. YouTube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di Dunia.

Jumlah jam yang diluangkan orang-orang untuk menonton video (alias waktu tonton) di YouTube naik 60% per tahunnya, dan merupakan pertumbuhan terpesat yang pernah dilihat dalam kurun waktu 2 tahun terakhir. Jumlah orang yang menonton YouTube per hari naik sebesar 40% per tahun sejak Maret 2014. Jumlah pengguna yang mengunjungi YouTube dan memulainya dari beranda YouTube, naik lebih dari 3 kali lipat per tahun. (youtube, 2016)

Ada 14 Web Video Selain YouTube yang berkembang di dunia maya saat ini diantaranya : Metacafe, Yahoo! Screen, Dailymotion, Vuclip, Vimeo, Hulu, Metatube, MyVideo.de, Sidereel.com, Youku.com Tudou.com, Kivvi.kz, Blip.tv,

Veoh.com. Namun di antara ke 14 tersebut Youtube tetaplah menjadi pilihan utama ketika ingin mengunjungi laman video *sharing*.

Sebagai perbandingan (DeCesare, 2014) mengatakan YouTube dan Vimeo adalah sumber daya yang sangat baik untuk video online. Situs ini sangat berbeda dalam penawaran mereka untuk pengguna upload. Panjang video, penonton, dan alat-alat yang tersedia bervariasi. "*Streaming Resources* Video untuk Pengajaran, *Learning*, dan Penelitian," akan juga mencakup beberapa sangat baik akses terbuka, seluruh negara bagian, dan inisiatif video online kelembagaan, serta interdisipliner situs dengan koleksi video online besar dalam berbagai kategori dan topik. .

Penelitian kali ini, penulis mengambil sampel yaitu Komunitas Makassar Video Instagram atau Makassarvidgram. Komunitas yang dikembangkan oleh anak-anak muda Makassar ini, berdiri sejak tahun 2014 ini sudah memiliki anggota aktif sekitar 80 orang. Di kategorikan dalam dua kelompok yaitu kategori "*Watcher*" atau penonton dan "*Creator*" atau si pembuat dari video-video tersebut. Komunitas yang aktif dalam memproduksi video-video singkat berdurasi 15 detik ini, banyak menggunakan youtube sebagai sarana komunikasi dan juga tempat *sharing* video. Namun berbeda dengan instagram, durasi yang di unggah pada Youtube pun berbeda.

Karakteristik Youtube

Terdapat karakteristik dari youtube yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya. Berdasarkan hasil wawancara kepada para informan dan penelitian yang dilakukan,

penulis mengelompokkan menjadi 5 bagian :

1. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan youtube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
2. System pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana-dimana, youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton maka akan diberikan honorarium. (Theoldman, 2011)
4. System offline. Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu system offline. System ini memudahkan para pengguna untuk memonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu.
5. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

Pemanfaat Youtube yang lebih nyata dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna seperti yang tertera dibawah ini :

1. Memberikan Layanan Gratis

Secara umum, Youtube menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya. Ini berarti bahwa untuk mengakses video apapun, seorang pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar sejumlah uang dalam skala waktu tertentu. Paling banter, seorang pengguna harus membeli pulsa dan menggunakan kuotanya untuk mengakses video-video yang menarik perhatiannya. Selain itu, pengguna dapat mengakses video-video tersebut secara gratis.

Ketentuan yang sama juga berlaku pada layanan mengunggah atau menampilkan video dan membuatnya *acesible* oleh pengguna dan khalayak ramai.

2. Men-download (Unduh) Beberapa Video Tertentu

Youtube memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian biasanya berukuran HD atau High Definition sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya. Setelah berhasil terunduh, sebuah video dapat disimpan di gadget masing-masing untuk dinikmati kapanpun tanpa menggunakan sambungan internet.

3. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis

Banyak pengguna yang mengakses Youtube untuk mengetahui cara-cara melakukan beberapa hal tertentu, seperti demo memasak, cara menggunakan aplikasi dalam komputer atau telepon pintar, meracik jamu dan obat herbal, mendaur ulang sampah, cara praktis melakukan berbagai hal yang awalnya

rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai skill dan lain sebagainya.

4. Mengakses Video Streaming

Mengakses video streaming, baik live maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan Youtube. Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional bisa diakses melalui Youtube, baik siaran tersebut tengah atau telah disiarkan.

5. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Sebagian besar pengguna Youtube juga menggunakan media sosial ini untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola. Memasarkan sebuah produk di dunia daring tak ubahnya membuka gerai baru yang dapat melayangi pelanggan dan konsumen dalam jumlah yang lebih besar. Ini utamanya cocok untuk para pebisnis online yang memasarkan dan mengenalkan produknya bermodal gadget dan sambungan internet. Hal ini juga semakin membuktikan bahwa manfaat jaringan komputer sangatlah dibutuhkan untuk mengkoneksikan banyak orang dalam satu lingkup, yaitu internet.

6. Mengakses Video Informatif

Jika kita memerhatikan acara dan siaran TV belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan Courtesy: Youtube di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan Youtube sebagai referensi dalam menyusun konten acaranya. Ini sekaligus juga menandakan bahwa ada banyak sekali informasi yang bisa didapatkan hanya dengan mengakses Youtube, mulai dari video tentang berita

terkini, berita lawas atau sejarah, video dokumenter mulai dari yang profesional hingga amatir, video tematik hingga video ensiklopedik dan lain sebagainya.

7. Mendukung Industri Hiburan

Youtube membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video clip dari penyanyi atau band kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video tersebut merupakan video bergenre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran Youtube di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan. Itulah mengapa, para insan industri hiburan juga memanfaatkan keadaan yang demikian dengan mengiklanlan siarannya di Youtube.

8. Menguatkan Branding Lembaga / Insititusi

Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, Youtube juga digunakan sebagai media branding lembaga atau organisasi. Ini utamanya terkait dengan penguatan profil lembaga serta ekspansi untuk mendapatkan peluang kerjasama atau suntikan dana dari lembaga penyandang dana. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-lambaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih utuh mengenai suatu organisasi tertentu.

9. Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak

Fitur ‘suka’ dan ‘komentar’ dalam Youtube sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagi sebuah video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya. Ini tentu sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi dalam membuat video berikutnya

10. Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video

Youtube memungkinkan mereka—secara otodidak—belajar mengutak-atik video dan menambah kualitasnya. Ini misalnya dapat dilihat dalam fitur Youtube Editor. Meskipun fitur yang ditawarkan jauh lebih sederhana dan sedikit dibanding aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Minimal, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, slow motion hingga menemukan hak cipta musik gratis untuk ditambahkan kepada video yang dibuat pengguna.

Fitur-fitur lain juga sangat membantu dan memanjakan pengguna untuk lebih nyaman dan mudah menikmati video-video yang masuk dalam sistem Youtube. Beberapa di antaranya adalah Feather Beta Youtube, Youtube Charts, Youtube Disco, Youtube Leanback, YoutubeMySpeed, Youtube Live dan lain sebagainya.

New Media

Menurut (McQuail, 2011) dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter

yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayah dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan informan modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

Membandingkan media baru untuk mencetak, fotografi, atau televisi tidak akan pernah memberitahu kita keseluruhan cerita. Karena meskipun dari satu sudut pandang media baru memang jenis lain dari media, dari lain itu hanya jenis tertentu dari data komputer. (Roiu, 2008) Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi social membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Kedua, pandangan integritas sosial : pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyatukan masyarakat dalam bentuk rasa saling memiliki., yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Teori ini mempunyai asumsi bahwa karena bentuk dan kecanggihan serta kemanjaan yang ditawarkan oleh

media baru, audience lebih cenderung untuk pasrah dan secara konstan menerima dirinya untuk 'disuntik' oleh pesan yang disampaikan media. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (wikipedia, 2007)

Kategori dari New Media terdiri dari 6 bagian:

1. Interaktif (*Interactive*), media baru diakui paling interaktif meskipun di media lama sudah banyak yang dapat bersifat dua arah seperti kuis, ngobrol, dan sebagainya dengan penonton dirumah tetapi itu tetap melalui tahap seleksi atau gatekeeping dari media tersebut.
2. Hipertekstual (*Hypertextual*), berarti setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar kembali dimasukkan kedalam media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan dengan tampilan media baru. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan media dari media lama ke media baru sehingga informasi yang dahulu tidak hilang begitu saja
3. Jaringan (*Network*), jaringan berarti didalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi. Jaringan-jaringan ini antara lain adalah The World Wide Web (www), Website perusahaan/negara/pejabat, Website edukasi, MPORPGs, 'persistent worlds', Situs Media Sosial, blog

networks, Forum Online dan sebagainya. Jaringan ini memperkuat media baru dan juga mejadi salah satu kunci dari media baru.

4. Dunia Maya (*Virtual*), Karakteristik ini menjadi karakteristik yang melemahkan bagi media baru internet, karena sifatnya yang maya sehingga identitas seseorang atau kelompok di dalam media baru internet ini menjadi tidak jelas dan tidak bisa dipercaya sepenuhnya. Proses gatekeeping yang bebas mengakibatkan hal ini menjadi masalah bagi media baru internet

5. Simulasi (*Simulated*). Dalam zaman digital memiliki hubungan yang dekat dengan peniruan atau simulasi.. Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bisa diangkat dimasukan kedalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang dia dapat didalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.

6. Digital, dalam dunia digital semua diproses menggunakan mesin yang digerakkan oleh sistem informasi yang diolah oleh kode atau nomor yang dibuat oleh manusia. Dalam hal ini media komunikasi dan representasi biasanya terbentuk dari suara dan cahaya yang telah dikodekan dalam suatu sistem. Seperti foto yang dulunya analog menjadi foto digital, dan sebagainya. Kode-kode ini kemudian dimasukkan kedalam sebuah memori digital yang digunakan sebagai database.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk

memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian akan berlangsung sekitar 2-3 bulan, yaitu dimulai pada bulan Maret hingga Mei 2016. Lokasi penelitian akan dilakukan sesuai lokasi pertemuan MakassarVidGram (disesuaikan).

Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* yaitu sampel dipilih sebagai informan berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu mampu memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Informan yang dipilih pada penelitian kali ini yaitu Komunitas Makassar Video Instagram (MakassarVidGram).

Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

1. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Metode wawancara yang peneliti gunakan yaitu wawancara mendalam karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Wawancara akan dilakukan dengan informan yang telah dipilih dengan mengajukan pertanyaan mulai dari yang umum hingga yang lebih mendalam.

2. Observasi

Selain wawancara mendalam, peneliti juga akan melakukan observasi lapang.. Observasi yang dilakukan adalah observasi Non-Participasi dimana dalam observasi ini peneliti hanya mengamati dan tidak berpartisipasi dalam proses kerja.

b. Data Sekunder

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis hasil-hasil kerja yang dibuat oleh informan. Dokumen tersebut dapat berupa catatan harian, dokumen resmi internal maupun eksternal.

Teknik Analisis data

Tahapan ini dimaksud untuk menganalisis data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, pendokumentasian dan observasi langsung dilapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kualitatif deskriptif yaitu melakukan penafsiran data dengan menggunakan tataran ilmiah atau logika. Prosesnya diawali dengan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti yang tercantum dalam teknik pengumpulan data.

Data diperoleh dari Komunitas MakassarVidgram tentunya dengan menggunakan surat izin resmi yang dikeluarkan oleh Universitas Hasanuddin. Data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam uraian atau laporan lengkap dan rinci. Penyajian data juga diperlukan agar peneliti mudah untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian.

HASIL

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar terhadap Komunitas Makassarvidgram yang menggunakan youtube sebagai sarana komunikasinya. Peneliti melakukan eksplorasi mendalam agar dapat menjawab pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana pemanfaatan youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas MakassarVidgram. Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari hasil wawancara langsung.

Dengan kemampuan untuk membuat dan mengunggah video baik grafis maupun animasi, peluang baru terbuka pada setiap orang untuk memperluas pengajaran mereka dengan berbagai gaya komunikasi yang dapat diimplementasikan. (Roodt, 2013)

Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti dan telah disusun untuk diajukan kepada informan penelitian. Informasi yang diperoleh dibuat dalam bentuk transkrip, pertanyaan-pertanyaan yang penting, dan kemudian di analisis.

1. Pemanfaatan Youtube dalam sebagai sarana komunikasi

Dari beberapa informan yang telah diwawancarai oleh peneliti, pemanfaatan youtube sebagai sarana komunikasi oleh masing-masing informan memiliki tingkatan yang berbeda. Hal yang membedakan karena masing-masing dari informan memiliki kebutuhan yang berbeda akan objek yang dicari di youtube yang tak lepas dari konten mereka saat membuat video-video untuk instagram. Dari informan IB, ia lebih banyak menggunakan youtube untuk mencari tehnik-tehnik melakukan editing video, tools-tools yang digunakan apa saja, dan apa perkembangan atau berita terbaru saat ini.

Referensi terbesar bagi saya yang bisa di dapat di Youtube adalah tehnik ngeditnya, kebutuhan produksi lah, rekaman, software, toolsnya, giftnya, dan sebagainya. Yang seperti itu belum ada di instagram. (WWC/I/30072016)

Sedikit berbeda dengan informan FP yang lebih sering menggunakan youtube untuk kebutuhan *recording voice*, ia

cenderung menggunakan youtube untuk mencari instrument-instrumen lagu yang banyak tersedia di akun youtube. Juga melihat beberapa cover lagu dari orang-orang lain di dunia maya yang ia jadikan sebagai referensinya dalam melakukan cover. Mengunggah videonya sendiri ke akun youtubanya pun pernah ia lakukan, namun hal itu ia hentikan karena melihat respon dan interaksi dan minat penggemarnya melalui instagram lebih banyak. Kali ini ia informan memang sedang mempersiapkan beberapa hal seperti studio baru, dan beberapa fasilitasnya yang kemudian akan ia jadikan sebagai lokasi rekaman dan shooting video yang akan di unggah di akun youtubanya. Jadi memang untuk yang satu ini difokuskan pada youtube.

Yang dilakukan oleh informan ketiga yaitu AB mengenai pemanfaatannya dengan youtube yaitu ia lebih sering mencari bahan untuk keperluan desain grafis. Karena informan juga mempunyai minat terhadap desain grafis, jadi mencari bahan editing, toolsnya dan lain-lain itu adalah salah satu alasan utama ketika ia melakukan browsing di youtube. Selain itu informan juga memanfaatkan akun youtubanya untuk mengunggah karya yang ada pada instagramnya, namun tak sebanyak dan serutin yang di instagram. Hal itu dikarenakan respon dari penggemarnya lebih banyak ia dapatkan juga melalui akun instagramnya. Informan juga merasa lebih nyaman melakukan interaksi dengan para followersnya di instagram. "*Selain itu kalau diinstagram lebih gampang sosialisasi dengan followers, bisa saling balas-balas komen, atau bisa juga lewat dm.*" (WWC/III/01082016)

Informan keempat yaitu yusuf lebih sering memanfaatkan youtube untuk

mencari sesuatu yang sedang *IN* atau yang sedang viral di dunia maya. Ia juga sangat suka melihat video-video blogger yang sedang marak-maraknya meramaikan youtube saat ini. Ia juga jadi bisa memantau update-an aktris-aktris idola di youtube yang sudah menjadi langganan channelnya. Memanfaatkan youtube sebagai hiburannya saja untuk bersenang-senang sekaligus untuk melepas kepenatan itulah yang dilakukan oleh informan keempat. *“karena sekarang kan sudah ramai tuh artis-artis ngerakam aktifitas mereka sehari-hari, nge-vlog gitu. Jadi itu yang bikin sering nge-youtube.”* (WWC IV/29092016)

Informan kelima, rezky memanfaatkan youtube sebagai salah satu tempat ekisistensi dirinya juga. hal itu dikarenakan ia juga aktif mengunggah video-videonya di akun youtubanya sendiri. Selain untuk kepentingan pribadi videonya, ia juga biasa menggunakan youtube untuk mencari sesuatu yang baru seperti trailer film-film baru ataupun music-music video terbaru yang sedang hits. Atau menurutnya ia juga bisa melihat ketertinggalan acara tv yang biasanya tidak sempat ia tonton di televisi tapi ia bisa menemukannya di channel youtube. Ia juga menganggap bahwa youtube sangat memudahkan segalanya, karena sudah banyak tutorial yang secara bebas tersedia di channel-channel youtube. *“terus kalau mau belajar sesuatu gampang, banyak tutorial yang tersedia. Apalagi sekarang lagi banyak orang eksis-eksis di youtube, ngevlog dll.”* (WWC/V/29092016)

Informan terakhir yaitu triananta menjadikan youtube sebagai salah satu teman setelah ia bekerja tugas. *“Bukan suka sih, tapi sering. Misalnya ada tugas kan, apalagi kalau kerja tugas juga tempatnya pasti di warkop yang wifi*

available. Jadi sembari kerja tugas, paling larinya nonton youtube.” (WWC/VI/30092016).

Ia juga menyatakan bahwa tayangan atau video-video yang ia dapatkan diyoutube tidak semua bisa didapatkan melalui tayangan televisi. Dan memang kebanyakan kebutuhan yang di cari oleh informan yang satu ini hanya bersumber oleh link-link yang disediakan di youtube. Tapi ia juga berasumsi bahwa tidak semua bisa langsung didapatkan diyoutube dengan perumpamaan seperti ini :

Sebenarnya apa yang kita cari juga biasanya tidak langsung ada, tergantung yang kita butuhkan. Misalnya kalau genre saya kan suka nonton video dance, terus semisal ada video perlomba ngedance dari luar negeri yang waktu lombanya itu baru kemarin, kita cari besoknya juga belum tentu ada. Paling ada rentan sekitar seminggu dulu. Jadi mesti nunggu dulu.(WWC/VI/30092016)

Beberapa pemanfaatan bagi anggota komunitas makassarvidgram tentu berbeda-beda sesuai kebutuhan masing-masing. Intensitas penggunaan youtube juga bergantung seberapa butuhnya informan terhadap informasi yang disediakan oleh youtube.

1. Kelebihan dan kelemahan youtube sebagai sarana komunikasi

Masing-masing informan mempunyai penilaian tersendiri terhadap kelebihan dan kekurangan youtube sebagai media komunikasi mereka. Hal itu berkaitan langsung dengan pemanfaatan youtube bagi masing-masing personal. Memberikan penilaian pun secara informatif tergantung dari seberapa bermanfaatnya youtube bagi masing-masing informan. Mengenai kelebihan dan

kekurangan youtube sebagai sarana komunikasi bagi informan IB sendiri lebih menekankan kepada kelebihannya yang beranggapan bahwa youtube sangat memudahkan segala terdapat banyak sekali pilihan konten yang tidak hanya satu, meskipun penyediannya juga dari orang lain, dan video-video di youtube itu bisa di cari hanya dari judulnya, ini yang memudahkan orang-orang untuk menemukan apa yang mereka cari.

Kelebihannya, menurut saya di youtube itu ramai sekali, soal tips and trik, tutorial, dan itu tidak hanya satu tapi banyak sekali. Tidak mungkin yang seperti ini di dapat di instagram, cobami search video di insta, kan tidak bisa. (WWC/I/30072016)

Menanggapi pertanyaan seputar kekurangan dan kelebihan youtube oleh informan FP, ia lebih mengkhawatirkan kekurangannya pada masih banyaknya konten-konten yang berbau negative seperti pornografi dan video-video yang mengandung unsur sara. Tapi ia merasa sangat terbantu dengan banyaknya video-video youtube yang menawarkan instrument-instrument lagu dan video-video yang menurutnya sangat membantunya dalam menambah referensi, itu yang menjadi kelebihan youtube menurut informan FP.

Kalau saya sih terus terang yang negativenya itu banyak seperti yang porno-porno atau yang berbau sensual itukan tidak baik, tapi manfaatnya bagi saya itumi yang bantuka dapat instrument, terus banyak juga video-video cover di youtube yang buat motivasi untuk cover lebih bagus lagi dan sebagainya. (WWC/II/31072016)

Tak jauh beda dengan pendapat dari informan lainnya, informan ketiga yaitu barka juga merasa kelebihan youtube

dalam hal menyediakan konten yang begitu banyak, beragam, dan dari mana saja sumbernya yang tak terbatas sangat membantunya dalam kaitannya dengan desain grafis.

Informan kelima yaitu yusuf melihat kelebihan dan kekurangan youtube sebagai berikut :

Kelebihannya itu mudah diakses, kan sekarang itu youtube ada apps nya sendiri jadi sudah bisa buka di hp, nggak perlu harus lewat laptop atau computer lagi kayak dulu. Terus kekurangannya, biasanya kalau ada orang ngupload karyanya, banyak sekali tuh muncul dikolom komentar yang negative-negative. Seharusnya dari pihak youtube adalah larangan-larangan orang jangan sampai berkomentar yang kasar di social media juga. karena itu bsia menjadi bullying bagi si pemilik karya itu. (WWC/IV/29092016)

Ia tak begitu menyukai dengan tanggapan negative yang lebih banyak dilayangkan oleh orang-orang bersosial media khususnya di youtube, menurutnya itu bisa menimbulkan cyber bullying yang berdampak tidak baik bagi para pengguna di dunia maya.

Rezky akbar atau informan kelima lebih melihat banyak kelebihan pada youtube karena menurutnya youtube sangat membantu khususnya bagi para generasi muda untuk meng-eksiskan diri, salah satu media untuk menyalurkan bakatnya juga. *“Yang untuk anak muda membantu buat eksis, wadah tempat eksis lah, banyak teman di dunia maya.”* (WWC/V/29/2016)

Sementara informan keenam yaitu muhammad tri ananta melihat kelebihan dan kekurangan youtube seperti ini :

Kelebihannya sih banyak video-video yang bisa dinonton yang kita tidak dapat lihat di tv, istilahnya beragam lah. Belajar

bahasa orang lain juga. kalau kurangnya, biasa banyak orang-orang kurang kerjaan yang upload video tidak penting atau kontennya yang tidak sesuai itu mestinya tidak usah. (WWC/VI/30092016)

Menurut ananta juga youtube sangat memudahkan dalam komunikasi seputar bahasa. Karena di televisi kita hanya terbatas menemukan bahasa asing hanya kebanyakan berpusat pada bahasa inggris, namun di youtube segala jenis bahasa yang ingin dipelajari pun tersedia. Dan hal inilah yang membuat informan sangat menyukai youtube.

3. Kelebihan dan kelemahan youtube sebagai sarana komunikasi

Masing-masing informan mempunyai penilaian tersendiri terhadap kelebihan dan kekurangan youtube sebagai media komunikasi mereka. Hal itu berkaitan langsung dengan pemanfaatan youtube bagi masing-masing personal. Memberikan penilaian pun secara informatif tergantung dari seberapa bermanfaatnya youtube bagi masing-masing informan. Mengenai kelebihan dan kekurangan youtube sebagai sarana pembelajaran bagi informan IB sendiri lebih menekankan kepada kelebihannya yang beranggapan bahwa youtube sangat memudahkan segala terdapat banyak sekali pilihan konten yang tidak hanya satu, meskipun penyediannya juga dari orang lain, dan video-video di youtube itu bisa di cari hanya dari judulnya, ini yang memudahkan orang-orang untuk menemukan apa yang mereka cari.

Kelebihannya, menurut saya di youtube itu ramai sekali, soal tips and trik, tutorial, dan itu tidak hanya satu tapi banyak sekali. Tidak mungkin yang seperti ini di dapat di instagram, cobami search video di insta, kan tidak bisa. (WWC/I/30072016)

Menanggapi pertanyaan seputar kekurangan dan kelebihan youtube oleh informan FP, ia lebih mengkhawatirkan kekurangannya pada masih banyaknya konten-konten yang berbau negative seperti pornografi dan video-video yang mengandung unsur sara. Tapi ia merasa sangat terbantu dengan banyaknya video-video youtube yang menawarkan instrument-instrument lagu dan video-video yang menurutnya sangat membantunya dalam menambah referensi, itu yang menjadi kelebihan youtube menurut informan FP.

Kalau saya sih terus terang yang negativanya itu banyak seperti yang porno-porno atau yang berbau sensual itukan tidak baik, tapi manfaatnya bagi saya itumi yang bantuka dapat instrument, terus banyak juga video-video cover di youtube yang buat motivasi untuk cover lebih bagus lagi dan sebagainya. (WWC/II/31072016)

Informan kelima yaitu yusuf melihat kelebihan dan kekurangan youtube sebagai berikut :

Kelebihannya itu mudah diakses, kan sekarang itu youtube ada apps nya sendiri jadi sudah bisa buka di hp, nggak perlu harus lewat laptop atau computer lagi kayak dulu. Terus kekurangannya, biasanya kalau ada orang ngupload karyanya, banyak sekali tuh muncul dikolom komentar yang negative-negative. Seharusnya dari pihak youtube adalah larangan-larangan orang jangan sampai berkomentar yang kasar di social media juga. karena itu bisa menjadi bullying bagi si pemilik karya itu. (WWC/IV/29092016)

Ia tak begitu menyukai dengan tanggapan negative yang lebih banyak dilayangkan oleh orang-orang bersosial media khususnya di youtube, menurutnya itu bisa menimbulkan cyber bullying yang

berdampak tidak baik bagi para pengguna di dunia maya.

Rezky akbar atau informan kelima lebih melihat banyak kelebihan pada youtube karena menurutnya youtube sangat membantu khususnya bagi para generasi muda untuk meng-eksiskan diri, salah satu media untuk menyalurkan bakatnya juga. “Yang untuk anak muda membantu buat eksis, wadah tempat eksis lah, banyak teman di dunia maya.” (WWC/V/29/2016)

Sementara informan keenam yaitu muhammad tri ananta melihat kelebihan dan kekurangan youtube seperti ini :

Kelebihannya sih banyak video video yang bisa dinonton yang kita tidak dapat lihat di tv, istilahnya beragam lah. Belajar bahasa orang lain juga. kalau kurangnya, biasa banyak orang-orang kurang kerjaan yang upload video tidak penting atau kontennya yang tidak sesuai itu mestinya tidak usah. (WWC/VI/30092016)

Menurut ananta juga youtube sangat memudahkan dalam pembelajaran seputar bahasa. Karena di televisi kita hanya terbatas menemukan bahasa asing hanya kebanyakan berpusat pada bahasa inggris, namun di youtube segala jenis bahasa yang ingin dipelajari pun tersedia. Dan hal inilah yang membuat informan sangat menyukai youtube.

PEMBAHASAN

Youtube sebagai sarana komunikasi

Youtube merupakan sebuah wujud dari salah satu social media yang masuk kedalam kategori Media Baru. Media baru sendiri merupakan bagian dari teori komunikasi massa, dimana komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa dalam penyampaian informasi kepada khalayak

banyak. Berdasarkan macam-macam teori komunikasi massa, media baru masuk sebagai salah satu kategori yakni media yang mempunyai ciri khas yang menonjol dalam penggunaan membiaskan massa historis apapun, mengikat waktu, dan mengikat ruang. Dimana media tersebut muncul sebagai sebuah pikiran manusia yang diciptakan untuk memaksakan manusia dikuasai oleh media. Teori ini juga berkaitan dengan teori kritis, dimana media dijadikan alat untuk kepentingan hiburan, politik, informasi, Entertainment. Jadi teori new media baru muncul kemudian setelah teori komunikasi massa berkembang.

Dikaitkan dengan teori uses and gratification yang juga merupakan bagian dari Teori Komunikasi Massa, menurut Herbert Blummer dan Elihu Katz , Teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Ada beberapa asumsi dasar tentang teori *Uses and Gratification* ini, diantaranya :

1. Audiens adalah aktif, dan penggunaan media berorientasi pada tujuan.
2. Inisiatif yang menghubungkan antara kebutuhan kepuasan dan pilihan media spesifik terletak di tangan audiens

3. Media bersaing dengan sumber-sumber lain dalam upaya memuaskan kebutuhan audiens
4. Orang-orang mempunyai kesadaran-diri yang memadai berkenaan penggunaan media, kepentingan dan motivasinya yang menjadi bukti bagi peneliti tentang gambaran keakuratan penggunaan itu.
5. Nilai pertimbangan seputar keperluan audiens tentang media spesifik atau isi harus dibentuk.

Berbeda dengan teori media baru, Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.

Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang

<i>COMEDY</i>	<i>ART</i>	<i>FOOD</i>
9,5 %	2,3 %	2,3 %
<i>BEAUTY</i>	<i>TRAVELLI</i>	<i>SPORT</i>
2,3 %	<i>NG</i>	2,3 %
	2,3 %	

diperoleh (*gratification*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak sosial. Sama halnya dengan komunitas makassarvidgram yang memilih media youtube sebagai salah satu media yang dipilih sebagai sarana komunikasi

dengan menyalurkan rasa humor masyarakat Makassar.

1. Kelebihan dan kekurangan youtube sebagai sarana komunikasi

Terlepas dari segala konten yang tersedia diyoutube, sekiranya tak selalu menjadi sempurna sesuatu hal. Walaupun saat ini youtube masih menjadi primadona saat memilih video laman sharing, namun hal itu juga tak terlepas dari berbagai macam kekurangan yang terdapat pada social media laman video sharing tersebut. Karena kebutuhan dari masing-masing individu dalam pencariannya berbeda-beda pada youtube, maka sesuai komunitas makassarvidgram dibagi menjadi beberapa bagian, diantaranya :

Dengan persentase *repost* atau mengupload ulang video dilaman akun instagram pada table diatas, dalam seminggu video komedi mendapat bagian untuk di *repost* kembali sebanyak 4 kali, sedangkan video lainnya hanya bisa di *repost* kembali sekali dalam seminggu.

Rumus umum :

Misalkan n = jumlah repost per kategori

$\frac{n}{42} \times 100\% = \text{persentase repost per kategori}$

Hasilnya :

$$\frac{4}{42} \times 100\% = 9.5\% \text{ (Besarnya minat viewers terhadap video komedi)}$$

$$\frac{1}{42} \times 100\% = 2.3\% \text{ (Besarnya minat viewers pada tema video lainnya)}$$

Table 1. Pembagian video harian yang direpost

Dimasukan dalam perkalian sederhana, video komedi mempunyai persentasi 9.2% sedangkan video lainnya hanya mendapatkan 2.3%. Ketentuan merepost ini ditentukan sesuai dari banyaknya permintaan dari *followers* atau pengikut-pengikut aktif dari Instagram Makassarvidgram saat ini.

Jadi bisa dikatakan dikalangan komunitas makassarvidgram, youtube sangat berguna bagi sarana komunikasi dalam hal mengembangkan karya-karya mereka dalam membuat video-video singkat mereka, yang kemudian diperlihatkan didunia maya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Youtube sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram, maka ada beberapa hal yang perlu disimpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Youtube sangat bermanfaat bagi anggota komunitas Makassarvidgram. Pemanfaatan yang dilakukanpun disesuaikan dengan masing-masing kebutuhan dari para informan. ada yang menggunakannya untuk keperluan video mereka, baik dari segi pencarian *tools editing*, referensi ide, tutorial, maupun untuk kepentingan hiburan.
2. Kelebihan dan kekurangan dari masing-masing informan pun berbeda. Ada yang mengatakan bahwa segala kebutuhan pencariannya terpenuhi ketika ia melakukan pencarian video-video diyoutube, ada juga yang memang menunggu video yang hanya tersedia di youtube.
3. Belum semua dari informan yang menggunakan youtube sebagai media eksistensi diri mereka layaknya instagram, hanya beberapa diantara mereka yang menggunakannya. Hal itu lantaran mereka masih senang berkulat

dengan video berdurasi singkat yang sesuai dengan durasi yang diberikan oleh youtube. Tak lain juga menyangkut komunitas ini yang juga berfokus pada instagram sebagai media penyaluran video-video mereka

DAFTAR RUJUKAN

DeCesare, J. A. (2014). User Uploads and YouTube One Channels for Teaching, Learning, and Research. *Library Technology Reports*.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Roiu, G. L. Ā. Z. Ā. (2008). New media versus news media, 3(3), 76–84.

Roodt, S. (2013). Using YouTube to Support Student Engagement for the Net Generation in Higher Education. *1977(December 1977)*, 223–231. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=87385180&site=ehost-live>

Tjanatjantia. Widika. (2013). Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>