

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media baru tidak lepas dari fenomena media sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Diyakini bahwa trennya adalah 3S yaitu, Sosial, Berbagi, dan Kecepatan. "Sosial" adalah cara untuk terhubung dan berbagi dengan orang lain. "Berbagi" mengacu pada bagaimana seseorang berbagi pengalamannya dengan orang lain melalui teks, gambar, video, atau cara lain melalui jejaring sosial. "Kecepatan" berarti jejaring sosial dapat mengirimkan informasi dengan sangat cepat, melebihi kecepatan jurnalis menulis berita.

Digitalisasi dapat meningkatkan penggunaan internet. Karena lebih dari setengah dari waktu yang dihabiskan di media massa seperti radio, televisi, dan surat kabar kini menjadi sasaran media digital. Itu karena media digital memudahkan Pengguna internet mendapatkan banyak informasi dari banyak sumber yang tersedia. Sehingga dapat meningkatkan kemungkinan penggunaan berbagai sumber tersebut dan bertemu dengan perspektif yang berbeda. (Lawa, 2020) Salah satu efek yang hasil dari perkembangan teknologi digital adalah masifnya penggunaan media baru di kalangan publik, begitu banyak media akhir-akhir ini yang bergerak lebih banyak lagi digital dan modern. Gerakan konvergensi media berkembang dalam berbagai hal di bidang teknologi khususnya munculnya internet dan digitalisasi informasi.

Bahkan Perkembangan komunikasi ini juga dirasakan dalam dunia jurnalistik. Dimana saat itu jurnalisme konvergensi, yang melibatkan kolaborasi antara jurnalis cetak dan media media elektronik dan online. Aktifkan konvergensi media saat ini khalayak dan netizen dapat berinteraksi melalui komunikasi massa konten di media. (Finna, 2017) Dengan berkembangnya internet dan smartphone mempengaruhi perubahan budaya masyarakat menanggapi kebutuhan informasi Peralihan ke media digital diikuti dengan lahirnya berbagai media sosial ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi tetapi memainkan peran penting dalam sumber berita karena banyak orang menggunakan dan menemukan berita di platform media sosial.

Media Sosial Media sosial dapat diartikan sebagai media digital di Internet, yang memungkinkan pengguna untuk mewakili atau berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi, berinteraksi dengan pengguna lain dan membuat ikatan sosial virtual. Perkembangan media social seiring berjalannya waktu bermunculan seperti diawali tahun 1966 dengan adanya *email* dan *ebay* sampai media lain bermunculan seperti *Facebook*, *Whatsaap*, *Instagram* dan yang lainnya. (Nasrullah, 2015). *We Are Social* (2018) melaporkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia menjadi 191 juta orang pada Januari 2022. Dibandingkan tahun lalu, ketika jumlah pengguna hanya 170 juta, angka ini meningkat 12,35%. (Mahdi,2022)

Profesi jurnalistik selalu mendapat manfaat dari kehadiran media sosial dimana dunia jurnalistik tidak lepas dari peran media sosial. Dimulai dengan ini

media tradisional seperti surat kabar, majalah, tabloid, hingga media massa yang modern seperti e-paper dan facebook hingga saat ini merambah ke Youtube.

Jurnalisme menuntut media untuk menjadi platform berbagi informasi dalam berita. Dan perkembangan ini kini dibarengi dengan media varietas yang semakin serbaguna. Adanya internet memperkuat opini tersebut bahwa media (dalam hal ini media online) dapat memberikan manfaat yang besar kehidupan manusia, termasuk dunia jurnalistik. (Nuraeni, 2017)

Kemudahan penyebaran informasi membuat banyak orang menulis berita. Hanya dengan *smartphone* orang bisa menulis dan mengunduh berita. Kecepatan informasi di media sosial kini tampaknya telah menggantikan peran media tradisional dalam menyebarkan informasi. Media tradisional juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi yang dihasilkan oleh jurnalis.

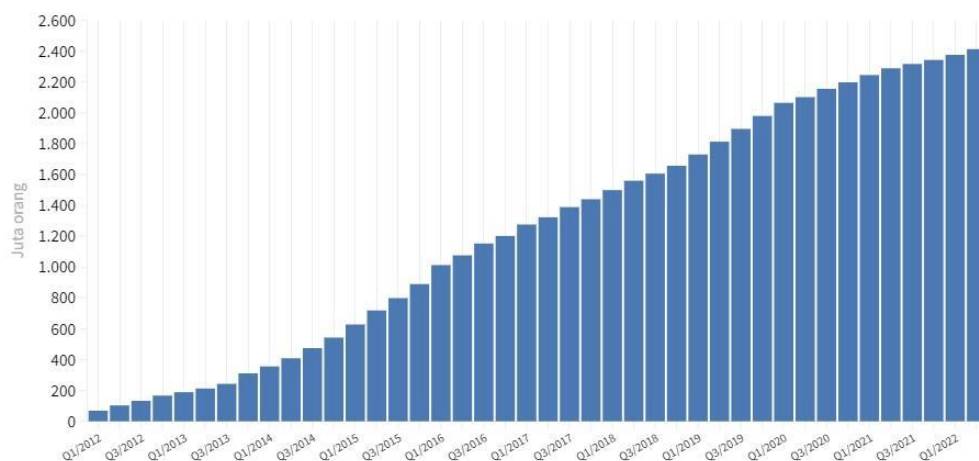
Dengan kecepatan saat ini, jurnalis juga harus bersaing dengan netizen bahwasanya mereka juga melakukan dan merekam peristiwa dengan ponsel. Wartawan dengan terbiasa menyampaikan berita di televisi, koran maupun *online* kini juga harus memasukkan konten digital untuk menyeimbangkan kecepatan berita dalam konten digital. Wartawan hari ini harus menjaga waktu lebih cepat dan lebih cepat. Hal ini diperuntukan karena kebutuhan akan informasi dapat digunakan dimana saja dan kapan saja.

Dalam pemanfaatan internet salah satu media yang digunakan adalah media digital Youtube. Menurut Will Eagle, YouTube adalah sebuah platform media sosial berbasis video memungkinkan pengguna dalam mengunggah, menonton,

dan berinteraksi dengan video-video yang dibagikan oleh pengguna lain. YouTube menyediakan berbagai jenis konten, termasuk video musik, film, video game, tutorial, vlog, dan banyak lagi. YouTube adalah salah satu platform terbesar dan paling terkenal di dunia, dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif setiap bulannya. YouTube juga merupakan sumber pendapatan bagi banyak pengguna yang dapat menghasilkan uang dari konten mereka melalui program monetisasi YouTube, iklan, sponsor, dan penjualan merchandise. (Eangle, 2018)

Jumlah Pengguna Youtube di Dunia

(Q1/2012-Q2/2022)



Sumber: Business of Apps*

*berdasarkan data AppMagic

Youtube merupakan media sosial yang banyak diminati saat ini. Dapat dilihat bahwa popularitasnya terus meningkat dari waktu ke waktu. Sebelumnya, YouTube mencatat jumlah penonton terdaftar per bulan. *The Statistical Market Research Institute* memprediksi pada tahun 2021, jumlah pengguna YouTube akan

mencapai 1,8 miliar orang.

(<https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>)

meningkatkan nilai platform berbagi video YouTube bagi penggunanya.

(Mujianto, 2019)

YouTube adalah platform video paling populer di dunia. Menurut Apps Business, (<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-214-miliar-pada-kuartal-ii2022>) ada 2,1 miliar pengguna YouTube aktif di seluruh dunia di kuartal kedua pada tahun 2022. Jumlah ini meningkat 1,58% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya, di mana terdapat 2,38 miliar pengguna. Pengguna YouTube juga tumbuh sebesar 5,2% menjadi 2,29 miliar.

Pengguna YouTube di Indonesia menempati urutan ketiga dunia. *We Are Social* melaporkan, jumlah pengguna pada April 2022 sebanyak 127 juta dan pangsa pasar 21,2%. (Widi, 2022)

Konvergensi praktik jurnalistik ke YouTube merujuk pada pergeseran dalam cara para jurnalis menyajikan berita dan informasi kepada publik, di mana YouTube menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan konten jurnalistik. Konvergensi ini terjadi karena adanya perubahan dalam perilaku konsumen media, di mana banyak orang beralih dari sumber media tradisional seperti televisi dan surat kabar ke platform digital seperti YouTube untuk mengakses informasi.

YouTube dapat menjadi platform yang efektif untuk penyebaran informasi jurnalistik karena keberadaannya sebagai media sosial berbasis video yang

populer. Dalam kesimpulannya, YouTube dapat menjadi pilihan yang efektif dalam praktik jurnalistik di Garut, terutama dalam hal penyampaian berita secara visual. Platform ini dapat membantu praktisi jurnalistik menjangkau *audiens* yang lebih luas, mengakses sumber daya yang lebih banyak, dan meningkatkan interaksi dengan *audiens* mereka.

Dengan penjelasan diatas maka tak jarang seorang wartawan yang memanfaatkan Youtube sebagai pemilihan media baru untuk menyebarkan informasi yang ada di Kabupaten Garut. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti dengan judul

“Efektivitas Youtube Sebagai Pilihan Dalam Praktik Jurnalistik Garut”.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini tentang bagaimana jurnalis Garut menggunakan media sosial Youtube sebagai pilihan dalam praktik jurnalistiknya untuk menyebarkan informasi di Kabupaten Garut. Karena saat ini Youtube telah dapat membantu untuk menjangkau audiens yang lebih luas lagi. Yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu tentang ”EFEKTIVITAS YOUTUBE SEBAGAI PILIHAN DALAM PRAKTIK JURNALISTIK GARUT”.

1. Bagaimana efektivitas youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut ditinjau dari segi interaktivitas?
2. Bagaimana aksesibilitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut?
3. Apakah ketergantungan efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut?

4. Bagaimana konvergensi media jurnalistik Garut dalam pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut?
5. Bagaimana Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut ditinjau dari segi intermediasi?
6. Apakah Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut mengubah perubahan sosial?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui Efektivitas Youtube Sebagai Pilihan Dalam Praktik Jurnalistik Garut.

1.3.2. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut ditinjau dari segi interaktivitas.
2. Untuk mengetahui aksesibilitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut.
3. Untuk mengetahui ketergantungan efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut.
4. Untuk mengetahui konvergensi media jurnalistik Garut dalam pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut.
5. Untuk mengetahui Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut ditinjau dari segi intermediasi.

6. Untuk mengetahui Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut mengubah perubahan sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Hasil yang diharapkan bisa memberikan bahan yang bermanfaat terhadap perkembangan ilmu pengetahuan tentang kejournalistikan tentang Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut.
2. Memberikan kontribusi bagi ilmu komunikasi yang positif, khususnya dalam komunikasi bidang kejournalistikan dalam Efektivitas Youtube.
3. Memperkuat teori yang ada yang berdampak akan semakin banyak yang menggunakan teori tersebut sebagai salah satu valid digunakan dalam sebuah penelitian.

1.4.2. Manfaat Praktis

Adapun penelitian secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi jurnalistik

Dalam penelitian ini mampu menjadi referensi pemikiran bagi para jurnalis tentang Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut.

2. Bagi masyarakat

Dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber pengetahuan untuk masyarakat tentang bagaimana Youtube sebagai pilihan informasi di Kabupaten Garut agar membentuk pemikiran kritis terhadap masyarakat.

3. Bagi akademisi

Dalam penelitian ini dapat mampu berkontribusi kepada disiplin ilmu kejournalistikan khususnya tentang Efektivitas Youtube sebagai pilihan dalam praktik Jurnalistik Garut serta menjadi tambahan koleksi pengetahuan dan sumber referensi perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut.

4. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini dapat diharapkan mampu menjadi referensi pemikiran bagi penulis dan pembaca yang akan menjadi salah satu bukti bahwa sanya penelitian ini sudah bisa menerapkan ilmu dan teori komunikasi yang didapat selama penulis melaksanakan pembelajaran di perkuliahan dan penambahan wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang ingin terjun ke dunia jurnalistik.