

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, penggunaan media terus meningkat. Salah satunya adalah Youtube. Youtube menjadi *platform* favorit dari macam-macam kalangan, mulai dari anak-anak, remaja sampai orang dewasa. Menurut Sianipar (2013) Youtube merupakan suatu pangkalan data menyimpan konten video yang populer di media sosial dan menghadirkan berbagai macam informasi yang sangat membantu. Youtube memiliki kegunaan untuk mencari sebuah informasi video atau melihat video secara langsung. Youtube dibuat untuk situs membagikan video yang terkenal, terutama untuk kalangan generasi muda dan juga Youtube merupakan situs untuk memberi informasi di era digital sekarang. Hampir sebagian besar generasi muda memakai Youtube dalam kehidupan sehari-harinya. Dikutip dari Tempo.co yang diakses pada 18 November 2021, menurut data datareportal.com pada tahun 2021, pengguna aplikasi Youtube dari usia 15 sampai 64 tahun ada sebanyak 93,8 persen dari total pemakai internet di Indonesia. Apabila dijumlahkan, angka tersebut sama dengan 190 juta orang.

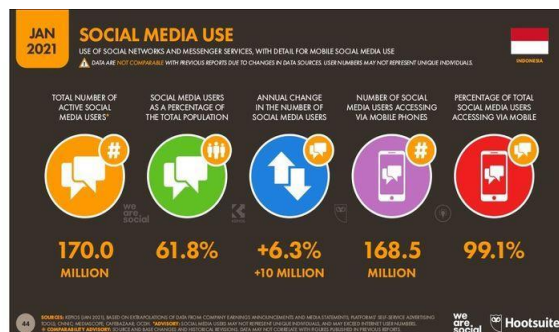
Pada zaman yang serba canggih dikarenakan adanya arus globalisasi yang semakin berkembang seiring berjalannya waktu, dimana sudah diciptakannya *new media*, yang pada saat ini sudah menggantikan posisi media konvensional dalam memberikan suatu informasi kepada masyarakat. Menurut (McQuail, 2011) di bukunya mendefinisikan ciri utama dari *new media* yakni ada hubungan akses pada individu sebagai pengirim dan juga penerima catatan, interaktivitasnya, faedah yang beraneka macam sebagai perilaku yang terbuka, dan bawaannya yang ada dimana mana.

Sekarang, Youtube sebagai situs *online video provider* paling berkuasa di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menaklukkan 43% pasar. Diperkirakan 20 Jam durasi video di unggah ke Youtube per-menitnya dan mencapai 6 miliar *views* per hari. Di Youtube penggunaannya dibagi ke 2 kategori kelompok yakni kategori "*Viewer*" yaitu penonton dan

"Creator" yaitu yang membuat konten video-video tersebut. Youtube bisa menjadi sarana bagi penggunanya untuk berkarya. Selain itu, Youtube juga berfungsi untuk menyebarkan dan membagi informasi. Di Indonesia, banyak *content creator* yang memanfaatkan *platform* Youtube untuk menyalurkan karya yang dibuatnya. Karena, salah satu manfaat dari penggunaan Youtube yaitu memiliki peran penting untuk menyukkseskan dan meningkatkan industri dunia hiburan, dan juga dapat menambah pengetahuan penontonnya.

Berdasarkan laporan dari agensi pemasaran *We Are Social* dan *platform* manajemen sosial media Hootsuite pada Januari 2021, dimana lebih dari setengah masyarakat Indonesia telah menggunakan sosial media. Menurut laporan *Digital 2021: The Latest Insight Into The State of Digital* tersebut, terdapat 170 juta masyarakat telah memakai media sosial, dari jumlah masyarakat Indonesia yang berjumlah 274,9 juta penduduk. Dari data tersebut, angka penetrasi pengguna sosial media di Indonesia pun meningkat menjadi 61,8 persen.

Angka pemakaian aktif sosial media di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 6,3 persen atau 10 juta pengguna dibandingkan bulan Januari 2020. Pada periode yang sama pun, angka penggunaan internet di Indonesia mengalami pertumbuhan dari 15,5 persen atau 27 juta ke 202,6 juta.



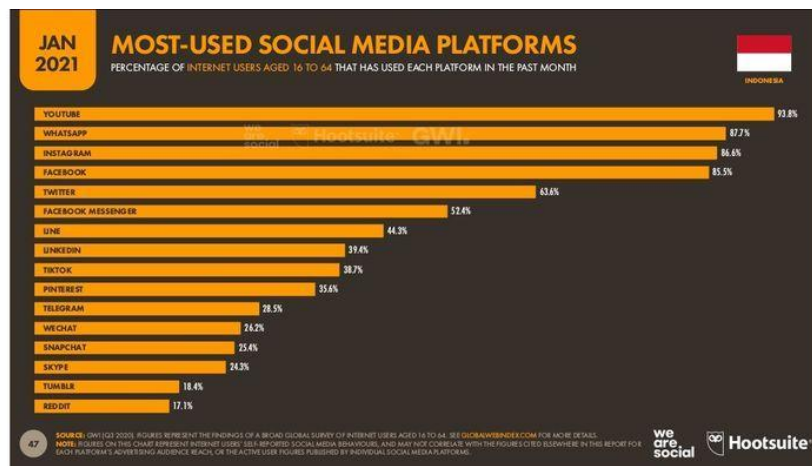
Gambar 1.1

Penetrasi media sosial di Indonesia (We Are Social)

Sumber: We Are Social

Generasi Y dan Generasi Z (*Zoomer*) menguasai pemakaian media sosial di Indonesia terbanyak bermula dari kalangan muda berasal dari generasi muda dengan usia rata-rata 25 sampai 34 tahun. Hampir semua atau 99,1 persen, 168,5 juta pemakai media sosial mengakses dari gawai seperti *smartphone*. Rata-rata orang Indonesia mengakses media sosial memakai 3 jam 14 menit dalam sehari.

Dilihat dari frekuensi pemakaian bulanan, Youtube adalah peringkat kesatu aplikasi media sosial yang terbanyak digunakan di Indonesia. Selanjutnya adalah WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter.



Gambar 1.2

Media sosial yang paling sering digunakan pengguna di Indonesia (We Are Social)

Sumber: We Are Social

Salah satu *platform new media* yang paling populer dipakai dikalangan masyarakat adalah Youtube. Youtube adalah situs *web* yang para penggunanya bisa memuat, melihat, dan membagi *video clip* secara *free*. Penulis memilih Youtube sebagai *platform* yang digunakan untuk penelitian karena Youtube merupakan *platform* yang dapat digunakan orang dari berbagai kalangan usia.

Ada banyak konten yang tersedia di Youtube, salah satunya adalah *vlog* atau *video blog*. Dalam *vlog*, orang akan bercerita layaknya membuat *blog*, tetapi orang tersebut

bercerita dalam bentuk video, dan berbicara dalam menjelaskan alur cerita dalam *blog* tersebut. Makin kesini, *vlog* sudah menjadi tren dikalangan anak-anak, remaja dan dewasa. Sekarang sudah zaman nya berbagi cerita melalui *format audio visual*.

Vlogger merupakan sebutan untuk seseorang yang membuat *video blog* atau *vlog*, yang dimana cerita dalam *vlog* tersebut disampaikan dalam bentuk video. Video yang dibuat pun dapat berbentuk hasil rekaman dari profil seseorang, dan bisa juga berasal dari kegiatan yang dilakukannya dari berbagai macam aktivitas atau pengalaman nyata yang sedang seseorang atau kumpulan individu jalani, dimana kegiatan-kegiatan tersebut diceritakan dalam bentuk video (Media, 2009).

Untuk menjadi seorang *vlogger*, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain adalah seperti peralatan-peralatan yang dibutuhkan dalam proses membuat *vlog* dan mengedit *vlog* tersebut, serta kemampuan seseorang dalam mengambil gambar atau video yang dibuat di dalam *vlog* itu sendiri. selain itu, untuk menjadi seorang *vlogger*, hal lain yang harus diperhatikan adalah seperti penggunaan teknik promosi dan menyebarkan atau membagikan *vlog* yang dibuat, yang dimana promosi yang dibuat harus baik dan benar. Dengan adanya konten *vlog* yang menarik serta teknik promosi yang baik dan benar, kemungkinan besar *vlog* yang dibuat akan mendapatkan banyak *viewers* dan *subscribers* di dalam *channel* Youtube nya. Terdapat banyak jenis *vlogger* di Indonesia, diantaranya adalah *Family Vlog*, *Daily Vlog*, *Cinematic Vlog*, *Travel Vlog*, *Kids Vlog*, *Food Vlog*, *Beauty Vlog*, *Relationship Vlog*, *Lifestyle Vlog*, *Gaming Vlog*, dan lain-lain.

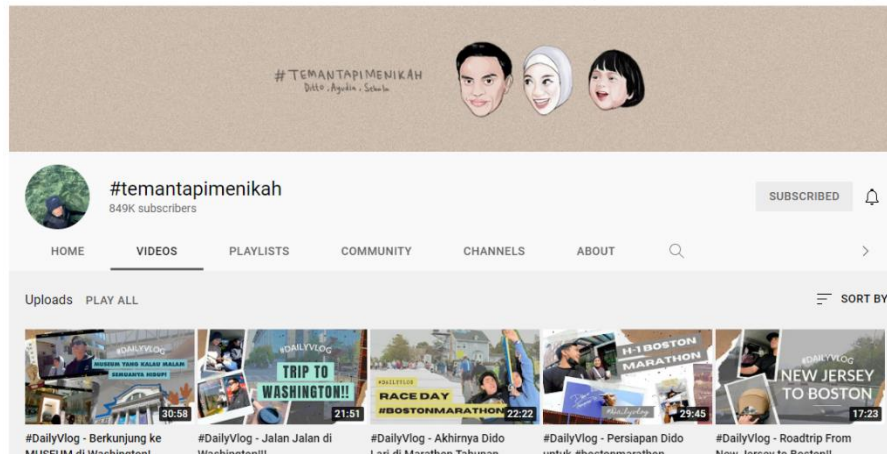
Dalam Bahasa Indonesia, *subscribe* dapat diartikan sebagai pelanggan. Sedangkan, dalam Youtube, pengertian dari *subscribe* adalah fitur untuk berlanggan konten dari suatu kanal. Orang atau pengguna yang melakukan *subscribe* pada *channel* Youtube tertentu bisa disebut sebagai *subscriber*. Dengan melakukan langganan atau *subscribe* pada *channel* yang dipilih, pengguna dapat melihat konten terbaru dari *channel* yang sudah pengguna *subscribe*, dimana jika *channel* yang sudah di *subscribe* mengunggah konten baru di Youtube, itu akan muncul ke dalam beranda pengguna atau muncul di halaman *subscription* pengguna. Selain itu, dengan melakukan *subscribe* pada *channel* tertentu, *subscribe* berguna untuk memudahkan penyebaran berbagai macam informasi seperti konten terbaru dari pembuat konten kepada pelanggan atau *subscriber*

yang *meng-subscribe channel* pembuat konten tersebut (support.google.com). Sedangkan *viewers* adalah, jumlah yang menayangkan video tersebut. Seorang *vlogger* juga harus selalu menyiapkan ide, alat-alat yang digunakan untuk *vlog* dan Teknik pengambilan video dan *editing* nya juga harus bagus. Zaman sekarang, ada beberapa jenis *vlogger* dengan bermacam - macam konten yang telah dibuat. Mulai dari konten kecantikan, komedi, game, kehidupan sehari-hari, *fashion, family, travelling*, musik, dan sebagainya.

Di zaman yang sudah serba canggih ini, konten *vlog* tidak hanya datang dari kalangan anak-anak dan remaja saja, tetapi juga berasal dari kalangan orang tua. Banyak orang tua yang membuat *channel* Youtube berupa *vlog* atau *video blog*, dimana kebanyakan orang tua yang membuat *vlog* ini membuat konten berupa momen bersama keluarga, seperti kegiatan di rumah, kegiatan berliburan bersama keluarga, dan lain sebagainya. Selain itu, orang tua yang membuat *vlog* juga biasanya memberikan tips dan saran mengenai *parenting* masa kini yang baik dan benar.

Salah satu jenis *vlogger* adalah *Family Vlogger*. Dalam *vlog* tersebut, orang menayangkan kegiatannya bersama keluarganya, dimana tentunya konten tersebut *family friendly*. Mulai dari kegiatan dirumah dengan anaknya, *travelling* keluar kota atau negeri, dan kegiatan lainnya bersama keluarga. Peneliti meneliti mengenai *Family Vlog* dikarenakan lingkungan keluarga mempunyai tanggung jawab yang utama terhadap pendidikan yang didapatkan anak pada masa kecilnya. Jika anak menerima stimulasi yang baik saat kecil, psikis dan fisik anak akan tumbuh dan berkembang sesuai yang diinginkan. Oleh karena itu, *parenting* yang baik sangat penting untuk anak. Di Indonesia, cukup banyak pembuat konten yang menayangkan *Family Vlog* dalam kontennya, antara lain seperti #temantapimenikah, Baim Paula, Rans *Entertainment*, Gen Halilintar, dan masih banyak lagi. Salah satu pembuat konten *Family Vlog* yang memiliki keunikan tersendiri adalah #temantapimenikah. *Channel* ini memiliki keunikan tersendiri dibanding *channel Family Vlogger* lainnya, karena selain menayangkan kegiatan sehari-hari bersama keluarga ataupun kegiatan liburan bersama keluarga, *channel* #temantapimenikah pada setiap kontennya juga memberikan pesan moral kepada orangtua dan anaknya, dimana pada setiap kontennya, Ayu dan Ditto selalu memberikan pesan secara tidak langsung kepada penontonnya mengenai pentingnya sikap *parenting* yang baik dan benar ke

anaknyanya, dan bagaimana cara memperlakukan anak tidak hanya sebagai seorang anak, tetapi juga sebagai seorang sahabat. Sedangkan, dari sisi anak, yaitu Sekala, dimana Sekala selalu diberikan kebebasan untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Akan tetapi, dibalik kebebasan tersebut, Sekala dapat bertanggung jawab dan berani mencoba hal-hal baru.



Gambar 1.3

Channel Youtube #temantapimenikah

Sumber: Data pribadi peneliti, 2021

Channel Youtube #temantapimenikah menayangkan *daily vlog* bersama keluarga. *Channel* tersebut dimiliki oleh Ayudia Bing Slamet, dan suaminya Muhammad Pradana Budiarto atau yang terkenal dengan nama Ditto Percussion, dan anaknya yang berumur 6 tahun bernama Dia Sekala Bumi.

Selain *channel* Youtube #temantapimenikah, dikutip dari Kompas.com pada 25 Desember 2021, Teman Tapi Menikah atau #TemanTapiMenikah juga sebagai film yang diciptakan oleh Falcon Pictures yang ceritanya diangkat dari novel #TemanTapiMenikah karya Ayudia Bing Slamet dan Ditto Percussion, dimana mengisahkan awal mula berkenalan hingga akhirnya memutuskan untuk menikah. Film tersebut merupakan kisah nyata Ayudia Bing Slamet dan Ditto Percussion. Film tersebut ditayangkan di bioskop

pada 28 Maret 2018. Tidak hanya berhasil di *box office*. Tetapi, Teman Tapi Menikah juga sukses mendapatkan sejumlah penghargaan.

Terdapat novel #temantapimenikah yang mengisahkan kedekatan Ayu dan Ditto saat di bangku SMP, SMA, kuliah dan kerja. Lalu selanjutnya ada #temantapimenikah 2 yaitu mengisahkan tentang Ayu dan Ditto yang ingin menjalin hubungan yang lebih serius, mulai dari perjalanan awal ke jenjang pernikahan sampai waktu pernikahannya. Setelah itu, masuk ke fase kehamilan Dia Sekala Bumi sampai melahirkannya. Setelah Sekala lahir, Ayu dan Ditto serta Sekala sering berlibur keluar kota maupun keluar negeri. Pada saat liburan keluar negeri, salah satu keunikannya adalah Ayu dan Ditto serta Sekala sering menggunakan campervan sebagai tempat tinggal. Di Youtube #temantapimenikah, cukup banyak konten yang ditayangkan mengenai perjalanan liburan menggunakan campervan. Banyak yang tertarik dengan kegiatan tersebut, akhirnya Ayu dan Ditto pun membuat buku ketiga berjudul “*Living In A Campervan*”. Pada novel tersebut, Ayu dan Ditto bercerita tentang kegiatan berlibur menggunakan campervan.

Pada tanggal 18 november 2021, *channel* Youtube tersebut sudah memiliki sebanyak 849 ribu *subscriber*. Dalam Youtube #temantapimenikah, konten yang ditayangkan adalah mengenai kegiatan keseharian dalam *daily vlog* #temantapimenikah. Salah satunya adalah *trip* yang dijalankan di Amerika Serikat.



Gambar 1.4

Contoh konten Youtube #temantapimenikah yang berjudul “#DailyVlog - Berkunjung ke MUSEUM di Washington!”

Sumber: Data pribadi peneliti, 2021

Dalam video berjudul “#DailyVlog - Berkunjung ke MUSEUM di Washington!”, ditayangkanlah sebuah *vlog* yang berisi tentang berkunjung ke sebuah museum di Washington, Amerika Serikat. Video tersebut diunggah pada 10 November 2021 dan mendapatkan 52.531 *viewers* pada 18 November 2021. Dalam video tersebut, Ayu, Ditto dan Sekala berkunjung ke sebuah museum di Washington, Amerika Serikat dan di dalam *vlog* tersebut, diperlihatkanlah benda-benda yang terdapat pada museum tersebut dan menjelaskan kepada *viewers* tentang benda-benda tersebut. Dan tentunya, video tersebut membuat bertambahnya ilmu untuk pengunggah video dan penontonnya.

Dalam video yang diunggah oleh *channel* Youtube #temantapimenikah, ada konten yang menayangkan video kesehariannya. Dan dalam video yang diunggah tersebut, terlihat bahwa Ayu dan Ditto memperlakukan anaknya dengan sangat baik. Setiap manusia, hidup dan besar dalam lingkungan keluarga. Perlakuan keluarga yang baik akan mempengaruhi kehidupan dan kepribadian manusia untuk hidup kedepannya. Dalam *channel* Youtube #TemanTapiMenikah, Ditto dan Ayu mendidik anaknya yang bernama Sekala dengan baik. Dimana, Ditto dan Ayu tidak hanya menjadi sosok orang tua bagi Sekala, tetapi juga sahabat bagi Sekala. Dimana, dalam konten Youtube #temantapimenikah, sering kali terlihat kedekatan Ditto dan Ayu dengan Sekala. Kegiatan *parenting* yang dilakukan oleh Ditto dan Ayu terhadap Sekala bisa menambah ilmu *parenting* bagi penontonnya.

Program *parenting* ini bisa digunakan di kegiatan yang melibatkan peran orang tua. Dengan program *parenting* ini, orang tua juga memberikan Pendidikan yang sesuai dengan kepentingan dan tugas perkembangannya agar kemampuan anak dari kecil mampu bertumbuh dengan baik. Edukasi *parenting* yakni keterlibatan orang tua di suatu kegiatan, yakni pendidikan untuk orang tua yang mempunyai tujuan membantu orang tua agar membuat kondisi tempat tinggal yang aman dan tenteram. Akibatnya, hal itu dapat menjadi dukungan anak sebagai pelajar dan menolong pertumbuhan dan perkembangan anak. Hal itu juga bermakna jika *parenting* juga berguna bagi mendirikan pikiran orang tua, yang akibatnya bisa membuat potensi yang terdapat dalam diri anak (Latif, dkk; 2013: 261). Kegiatan *parenting* adalah cara pendidikan yang dilakukan oleh keluarga, yakni

menggunakan macam-macam sumber yang disediakan di keluarga dan lingkungan yang berbentuk aktivitas belajar dengan cara mandiri, Helmawati (2015: 60).

Parenting merupakan proses hubungan berkelanjutan antara orang tua dan anak-anaknya disaat anak sedang berada dalam masa pertumbuhan dan berkembang yang bisa berupa kegiatan membagi makanan yang sehat, membagi petunjuk dan menjaga anak.

Hal itu searah dengan yang ada dalam Juknis Orientasi Teknis Peningkatan Program *Parenting* Tahun 2011, program *parenting* merupakan program dukungan yang diajukan untuk para orang tua atau anggota keluarga yang lain untuk lebih mempunyai *skill* dalam melakukan fungsi sosial dan Pendidikan dalam hal mengurus, merawat, menjaga dan menuntun anaknya di rumah, agar anak bisa bertumbuh dan berkembang dengan maksimal, sesuai dengan umur dan tahap pertumbuhannya.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu peneliti ingin menganalisis tentang nilai-nilai *parenting* terhadap orang tua dan anak, yakni Ayudia, Ditto dan Sekala yang ada pada *channel* Youtube #temantapimenikah. Sebuah *channel* Youtube yang berisi tentang *daily vlog*, kegiatan keseharian keluarga. Peneliti akan mengamati bagaimana Ayudia dan Ditto dalam mendidik Sekala dalam *vlog* yang ada di *channel* Youtube #temantapimenikah.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis diatas, hingga dalam penelitian ini, permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti adalah bagaimana kegiatan *parenting* yang dilakukan oleh Ayudia dan Ditto terhadap Sekala dalam *channel* Youtube #temantapimenikah melalui analisis semiotika Roland Barthes.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk menganalisa nilai-nilai *parenting* Ayu dan Ditto terhadap Sekala dalam *channel* Youtube #temantapimenikah.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yakni, kegunaan teoretis dan kegunaan praktis.

1.5.1 Kegunaan Teoretis

- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tambahan terhadap peneliti dan juga masyarakat mengenai *parenting* dan juga Youtube.
- Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi bagi masyarakat untuk penelitian selanjutnya yang membahas mengenai *parenting* atau konten Youtube di masa depan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

- Bagi penulis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu untuk penulis mengenai pentingnya kegiatan *parenting* pada anak.
- Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai kegiatan mendidik anak usia dini.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

| No | Keterangan | Okt 2021 | Nov | Des | Jan 2022 | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agus | Sept |
|----|-----------------------------|----------|-----|-----|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|
| 1 | Menentukan judul penelitian | | | | | | | | | | | | |
| 2 | BAB I | | | | | | | | | | | | |
| 3 | BAB II | | | | | | | | | | | | |
| 4 | BAB III | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Pendaftaran Desk Evaluation | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Revisi Desk Evaluation | | | | | | | | | | | | |
| 7 | BAB IV | | | | | | | | | | | | |
| 8 | BAB V | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Pendaftaran Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | |

Tabel 1.1

Waktu dan Periode Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti

1.7 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan untuk melihat dan mengetahui pembahasan yang ada dalam skripsi ini secara menyeluruh, maka diperlukan sistematika penulisan yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan skripsi. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi: Daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran.
2. Bagian Utama Skripsi: BAB I, BAB II, BAB III.
3. Bagian Akhir Skripsi: Daftar Pustaka dan Lampiran.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari: Latar belakang, fokus penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian (kegunaan teoretis dan kegunaan praktis) waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari: Teori yang membahas pengertian media baru (*new media*), komunikasi publik, youtube, *parenting*, semiotika roland barthes, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: Paradigma penelitian, subjek dan objek penelitian, unit analisis penelitian, teknik pengumpulan data, (data primer dan data sekunder), teknik analisis data dan teknik keabsahan data.