

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

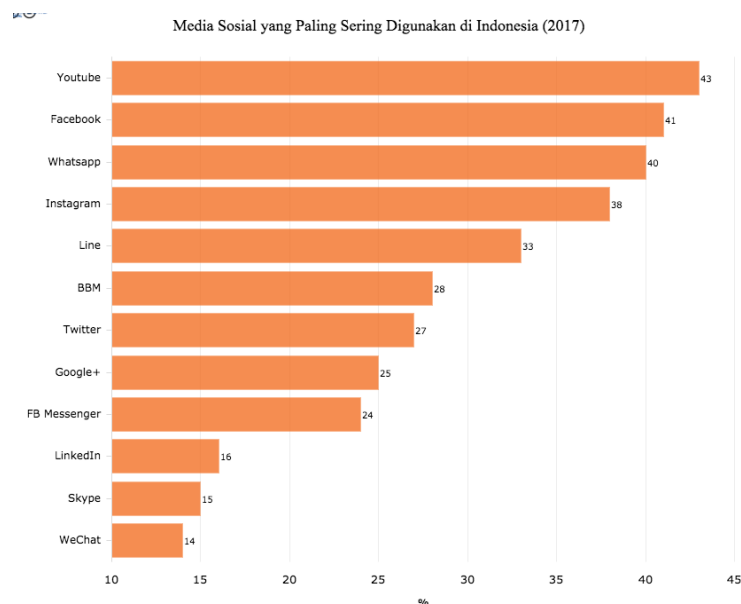
Bahasa merupakan bagian penting dari budaya manusia yang cenderung diwariskan secara genetik (Soerjono, 2009). Bahasa ialah suatu alat atau perwujudan budaya yang dipakai makhluk sosial untuk saling berhubungan atau berkomunikasi. Baik lewat lisan, tulisan ataupun gerakan (bahasa isyarat). Bahasa memiliki tujuan untuk menyampaikan maksud hati atau kemauan kepada lawan bicaranya (Koentjaraningrat, 2002). Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki oleh sebuah kelompok orang lalu diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari berbagai unsur, salah satunya bahasa.

Pada umumnya budaya mempunyai bahasa dan identitas kebudayaannya masing-masing yang berlainan. Berbagai macam latar belakang budaya menciptakan keberagaman yang menimbulkan berbagai macam etnis tidak memahami kebudayaan satu sama lain. Banyak suku memiliki anekdot, cerita, lelucon atau humor yang mengandung kebanggaan terhadap suku sendiri atau stereotip terhadap suku-suku lainnya. Humor etnis diartikan sebagai humor yang diujukan pada kelompok yang diduga mempengaruhi karakter dari kelompok tersebut (Schutz, 1989). Davies (dalam Shifman dan Boxman, 2013) mengemukakan bahwa humor etnis sebagai bentuk ekspresi yang digunakan oleh minoritas sebagai bentuk kebanggaan. Selama beberapa dekade, humor semacam ini didasarkan pada stereotip etnis yang berisi kepercayaan bersama tentang kelompok etnis dan tersebar luas di seluruh dunia.

Humor sendiri adalah tuturan yang ditimbulkan melalui ucapan yang lucu atau menghibur, sehingga pendengar atau penontonnya tersenyum dan teratwa dalam kebahagiaan (Wijana, 2004). Humor juga termasuk salah satu sarana komunikasi dengan menggunakan bahasa, baik lisan maupun tulisan yang berguna untuk menyatakan rasa senang, jengkel, simpati, amarah dan dapat juga untuk menyampaikan informasi. Apabila digunakan dengan tepat, humor memiliki berbagai macam fungsi sesuai dengan tujuan yang akan dicapai dalam komunikasi tersebut. Humor telah menemani kehidupan masyarakat pada ranah budaya dan teknologi sehingga, internet menjadi faktor utama dalam produksi dan distribusi humor. Bahkan, situs web khusus humor yang berisikan konten lucu jumlahnya sudah tak terhitung di dunia (Shifman, 2007).

Internet telah menjadi subjek penelitian akademis yang intensif selama dekade terakhir dan fenomena humor berbasis internet tampak sangat signifikan bagi pemahaman humor dan internet. Humor dengan cepat beradaptasi dengan ranah semiotik internet yang luas. Sementara, lelucon klasik masih menonjol secara *online* dan konvergensi media di internet menghasilkan rangkaian ekspresi baru yang jenaka. Zaman sekarang adalah era dimana presensi visual lebih berpengaruh. Dengan demikian bahasa visual menjadi hal yang sangat penting. Seperti disebutkan di atas, Internet menawarkan berbagai kemungkinan komunikasi visual. Dan satu jenis humor internet visual adalah berbagai fenomena multimedia, misalnya video. Sumber utama untuk video internet adalah YouTube, yang telah menjadi situs web yang kuat sejak 2005 ketika diluncurkan (Baran, 2011).

Youtube adalah sebuah situs *Video Sharing* untuk mengunggah dan menonton video dari berbagai kalangan umur dan tema. Hingga Maret 2015, pembuat konten di Youtube sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat *channel* di Youtube dan meraih banyak penonton sehingga bisa menghasilkan uang karena adanya *Adsense*. Tiap hari pengguna Youtube bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan.



Gambar 1.1 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 2017

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia> diakses 6 Februari 2019, pada pukul 22:50 WIB)

Hasil survey globalwebindex tahun 2017 pada pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16 – 64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa *platform* media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Platform* tersebut terbagi dalam dua kategori media sosial, yaitu *messenger* dan media jejaring sosial. Youtube menempati peringkat pertama dalam media sosial yang sering digunakan di Indonesia dengan presentase 43%. Angka tersebut mengalahkan Facebook dengan presentase 41% bahkan kedudukan Instagram terkalahkan dengan presentase 38%.

Dilihat dari banyaknya pengguna Youtube di Indonesia, banyak orang yang melihat peluang dengan menggunakan Youtube sebagai media untuk menunjukkan bakat, eksistensi, bahkan menyalurkan hobi mereka dengan membuat konten video. Sapaan orang yang biasa membuat konten Youtube adalah Youtuber atau *Content Creator*. *Genre* konten Youtube yang sedang marak saat ini adalah jurnal pribadi (*vlog*), kuliner, horror, kecantikan, *gaming*, dan komedi. Salah satu Youtuber dibidang komedi yang terbilang sukses saat ini adalah Arif Muhammad. Ia juga mendapatkan penghargaan dari Youtube berupa *Silver Play Button* karena telah menembus 100.000 *subscribers* dan *Gold Play Button* karena telah menembus 1.000.000 *subscribers*.



Gambar 1.2 Penghargaan Youtube

(Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=eQpKz_ZgAkW&t=76s
diakses 1 Maret 2019, pada pukul 22:00 WIB)

Arif Muhammad adalah salah satu Youtuber bidang komedi asal Binjai, Sumatera Utara. Ia membuat video humor sejak masih berada di Abu Dhabi pada tahun 2013 dan diunggah ke Instagram. Melalui Instagram, Arif Muhammad mengangkat tema budaya

Sumatera Utara sebagai ide awal pembuatan video humor. Berikut adalah beberapa daftar Youtuber asal Sumatera Utara yang menggunakan humor sebagai konten dan Arif Muhammad adalah Youtuber komedi asal Sumatera Utara yang mempunyai *subscribers* dan *viewers* terbanyak.

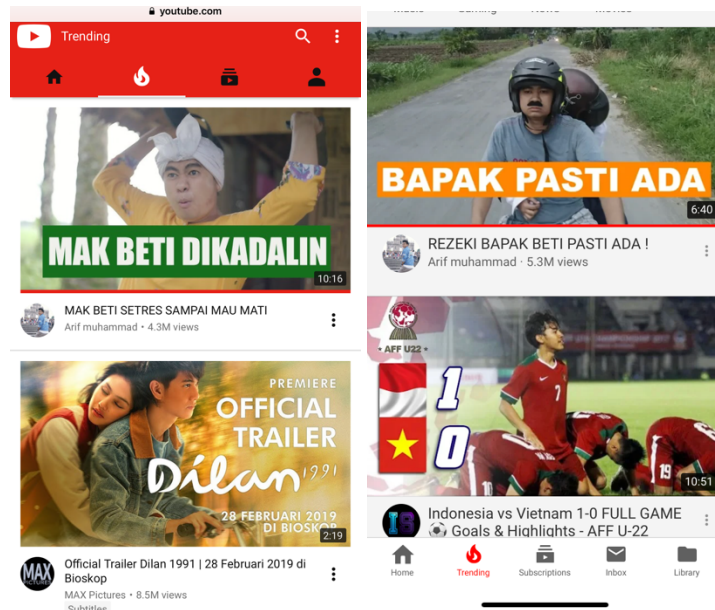
Tabel 1.2

Daftar Youtuber Komedi Asal Sumatera Utara

No.	Nama Channel	Jumlah Subscribers	Viewers Tertinggi
1.	Arif Muhammad	4,101,281	40.000.000 <i>views</i>
2.	Maell Lee	3,183,721	10.000.000 <i>views</i>
3.	Ghandy November	126,616	1.000.000 <i>views</i>
4.	KAMARATAS	115,596	1.000.000 <i>views</i>
5.	Babe Cabita	104,139	1.100.000 <i>views</i>
6.	Vito Sinaga	Tidak Ditampilkan	10.000.000 <i>views</i>

(Sumber: Youtube dan Olahan Peneliti, 2019)

Arif Muhammad membuat video pendek bersifat drama komedi yang berjudul “Keluarga Beti”. Ia menciptakan beberapa karakter fiktif yang diperankan oleh dirinya sendiri, salah satunya adalah Mak Beti, karakter yang membuatnya sangat populer. Terbentuknya karakter Mak Beti dimulai pada tahun 2015 terinspirasi oleh Arif Muhammad karena rindunya kepada ibunya di kampung halaman pada saat ia merantau di Abu Dhabi. Arif Muhammad juga menciptakan karakter-karakter lainnya yaitu Beti, Ayah Beti, Merlin, Joe, Marta, Ko Aseng, Istri Ko Aseng, Bu Jaenab, Wak Keling dan karakter tak terduga lainnya yang semua diperankan oleh dirinya sendiri. Karakter Mak Beti yang diciptakan oleh Arif Muhammad adalah gambaran besar para ibu di Sumatera Utara secara sifatnya. Karena Arif Muhammad melihat peluang yang besar pada ranah tersebut, ia memutuskan untuk *resign* dan pulang ke Binjai untuk membuat video yang lebih profesional. Pada akhir tahun 2017 Arif Muhammad mulai membuat *channel* Youtube dan berkembang sangat pesat. (Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6DIYMt6BkI>)



Gambar 1.3 Trending Youtube

(Sumber: <http://youtube.com> diakses 23 Januari dan 25 Februari 2019, pada pukul 14:07 WIB)

Indonesia mempunyai beragam kebudayaan dengan latar belakang yang berbeda-beda. Umumnya, suatu budaya memiliki bahasa dan identitas kebudayaannya masing-masing yang berlainan sehingga tidak semua budaya dapat mengetahui satu sama lain. Berbagai latar belakang budaya tersebut membuat keberagaman ini menimbulkan suatu penilaian terhadap etnis lainnya, karena keberagaman budaya ini membuat berbagai macam etnis tidak memahami satu sama lain kebudayaan masing-masing dan pada akhirnya akan mengakibatkan suatu penilaian antara berbagai macam etnis dengan etnis lainnya sehingga ada anggapan bahwa orang yang dilihatnya dapat mewakili etnis tersebut. Penilaian tersebut hanya berdasarkan atas apa yang dilihatnya saja tanpa mengetahui latar belakang budayanya masing-masing yang membentuk suatu identitas budaya, salah satunya penilaian ini ditunjukkan kepada etnis Batak.

Adanya penilaian seperti ini ditunjukkan kepada etnis Batak yang diberikan oleh masyarakat atau orang yang bukan berasal dari etnis Batak. Sama halnya dengan etnis lain, etnis Batak merupakan salah satu etnis yang sudah tersebar keseluruhan kota besar yang ada di Indonesia, orang Batak telah dikenal secara luas dan berkehidupan sosial di masyarakat. Secara terbiasa halak sileban (orang luar Batak) telah mengidentifikasi orang Batak itu sebagai orang kasar, bicaranya keras, tukang makan babi, dan tukang berkelahi.

Namun dalam hal ini, identitas lain yaitu bahwa orang Batak suka kerja keras (Sinar dalam Simanjuntak, 2011).

Dalam setiap video unggahannya, Arif Muhammad konsisten untuk membawa budaya Sumatera Utara seperti bahasa dengan logat yang digunakan masyarakat lokal, sifat, humor, bahkan suasana. Video yang diciptakan oleh Arif Muhammad menggambarkan kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh kebanyakan masyarakat Sumatera Utara. Hal tersebut menyebabkan adanya relevansi antara video dengan penonton Arif Muhammad sehingga, para penonton memberikan apresiasi berupa komentar yang menyatakan kesamaannya.

Tabel 1.1

Data Video Arif Muhammad dengan Jumlah Penonton Tertinggi

Judul Video	Viewers	Comments
BETI PERGI KE MALL	40,752,965	22,335
PREMAN TERKUAT DI BUMI KELAPARAN	29,215,946	20,064
BETI GAK JADI SEKOLAH	19,819,466	6,075
GARA-GARA BAKSO	15,638,430	6,038
BETI DISOSOR ANGSA	15,597,998	14,589

(Sumber: Olahan Peneliti, 2019)

Secara tidak langsung, Arif Muhammad mewariskan budaya dan humor Sumatera Utara serta dikonsumsi oleh penontonya yang berasal dari penjuru Indonesia. Pewarisan budaya menurut Sunarto (1999) adalah suatu kebudayaan didalam masyarakat yang terus menerus dilestarikan atau diteruskan ke generasi selanjutnya agar kebudayaan tersebut tidak hilang atau punah diterjang oleh kebudayaan yang baru. Nilai yang disampaikan oleh Arif Muhammad melalui video yang diunggah, mengandung realitas kehidupan sosial yang dikemas secara humor. Dari komunikasi humor tersebut dapat dilihat pesan verbal maupun nonverbal yang disampaikan saat melakukan humor dalam mengunggah video di Youtube untuk menunjukkan penggambaran masyarakat Sumatera Utara. Dikarenakan videonya yang unik dan menghibur, tak jarang videonya menjadi *trending* di Youtube. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti melihat adanya peluang untuk meneliti tema-tema fantasi yang telah dikemukakan oleh Ernest Bormann dengan judul penelitian: Analisis Tema Fantasi Pada Komentar Video “Web Series Beti Comedy”.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada Tema-tema Fantasi Melalui Humor Pada Video Dalam Akun Youtube Arif Muhammad.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti memaparkan masalah yang ingin diteliti adalah: Bagaimanakah tema fantasi yang ditampilkan dalam video *Web Series* Beti Comedy melalui karakter-karakter yang diciptakan Arif Muhammad?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada identifikasi masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana rangkaian tema fantasi dan rantai fantasi terjadi sehingga dapat mengkonstruksikan masyarakat Sumatera Utara melalui video humor pada akun Youtube Arif Muhammad.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Kegunaan penelitian ini diantaranya adalah:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan kontribusi dalam kajian Ilmu Komunikasi dan dapat menambah kontribusi penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis tema fantasi, serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya dibidang Ilmu Komunikasi, khususnya representasi diri yang terbentuk melalui tema fantasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai analisis tema fantasi.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Telkom secara umum, program ilmu komunikasi secara khusus sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Untuk menentukan waktu dan periode penelitian, peneliti melakukan penelitian sejak bulan Desember 2018 sampai dengan bulan Juli 2019. Berikut merupakan tabel waktu dan periode penelitian:

Tabel 1.2
Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Menentukan fenomena dan judul penelitian.	■	■						
2.	Menyusun proposal skripsi.		■	■	■				
3.	Pendaftaran Desk Evaluation.				■				
4.	Pengumpulan data dari observasi dan pengumpulan dokumentasi penelitian.					■	■		
5.	Menyusun pembahasan dan hasil penelitian.						■	■	■

(Sumber: Olahan Peneliti, 2019)