

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi tidak hanya menyebabkan perubahan yang signifikan pada media massa untuk menyampaikan informasinya. Perkembangan teknologi tersebut juga melahirkan media baru yang menjadi sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi dan informasi. Kemajuan dalam bidang teknologi media melahirkan sebuah teknologi komunikasi baru yang disebut sebagai *New Media*. *New Media* menurut Sonia Livingston istilah “*new*” disini lebih dipahami sebagai apa yang baru bagi masyarakat, yakni dalam konteks sosial dan kultur, bukan dengan semata-mata memahaminya hanya sebagai sebuah piranti atau artefak dimana lebih berkaitan dengan konteks teknologi itu sendiri. [1]

Kemunculan dan perkembangan internet membawa cara komunikasi baru di masyarakat. Salah satu bentuk yang lahir dari hadirnya internet yaitu Media Sosial. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang sering kali sebagai penghambat komunikasi. [2]

Media sosial dianggap sebagai media baru yang tidak hanya digunakan penggunanya untuk berkomunikasi secara pribadi maupun

kelompok. Mungkin banyak dari kita memprediksi bahwa media-media konvensional akan tergeserkan eksistensinya oleh kehadiran media baru layaknya media sosial. [3]

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. [4]

Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari Tahun 2019, menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai angka 150 juta pengguna. Sedangkan angka pengguna aktif media sosial yang melalui gawai mencapai 130 juta pengguna. Hal ini menunjukkan begitu besarnya angka pengguna media sosial yang ada di Indonesia.

Masih berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari tahun 2019, terdapat 16 aplikasi media sosial yang mempunyai pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Aplikasi yang menempati posisi pertama adalah Youtube. Selanjutnya secara berurutan adalah Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, dan lain sebagainya. Daftar aplikasi tersebut berasal dari kategori berbeda-beda, mulai dari aplikasi berbagi video hingga pesan instan. *WeAreSocial* menunjukan bahwa Youtube, Whatsapp, Facebook dan

Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia. [5]

Pertumbuhan pengguna internet khususnya dalam menggunakan media sosial di Indonesia memberikan dampak negatif dan positif dalam interaksi sosial antar sesama. Secara negatif media sosial yang memiliki kemudahan dalam berbagi informasi memunculkan fenomena seperti ujaran kebencian, saling hina dan hujatan. [6]

Secara positif media sosial sebagai bagian dari internet dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan informasi, sebagai media bisnis, dan sosialisasi. [7]

Selain itu pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dan informasi salah satunya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat saat ini sebagai profesi yang baru karena menawarkan *reward* dalam bentuk uang sebagai bentuk penghargaan bagi para youtuber. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh berbagai kalangan yang berlomba-lomba menjadi youtuber sebagai pekerjaan utama maupun pekerjaan sampingan mereka. [8]

Beberapa *YouTuber* terkenal seperti Atta Halilintar, seorang *YouTuber* dengan konten video blognya atau yang sering kita dengar adalah vlog yang telah mencapai 20,5 juta *subscriber* pada bulan Januari awal di tahun 2020, Ricis Official telah mencapai 18,3 juta *subscriber* pada bulan Januari awal di tahun 2020, Gen Halilintar, keluarga pertama di Indonesia yang mencapai 13,3 Juta subscribers pada awal Januari. Ini mungkin daftar

3 *YouTube* teratas yang memperoleh *subscriber* paling banyak. Jumlah *subscriber* suatu channel adalah sebuah prestasi yang dapat dibanggakan oleh *YouTube*. Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa suatu channel banyak digemari oleh pengguna *YouTube* khususnya penonton *YouTube* Indonesia serta mempengaruhi tingkat pendapatan *YouTube*. Pencapaian-pencapaian *YouTube* di atas menunjukkan adanya peran penerapan manajerial yang baik terutama pada bagian manajemen produksi. Manajemen produksi bertujuan untuk mengoptimalkan proses produksi sehingga tercapainya suatu peningkatan efisiensi dan produktivitas. [9]

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan tersebut, kajian ini menjadi penting untuk membuat atau memproduksi sebuah video youtube yang baik sehingga dapat diterima dan dinikmati oleh para pengguna youtube yang berdampak pada peningkatan *subscribers* dan *views*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu; Bagaimana proses manajemen produksi pada channel youtube IWS Project untuk meningkatkan *subscribers* dan *views*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan penelitian ini berfungsi untuk memberikan batasan ruang lingkup mengenai penelitian yang akan dilakukan, adapun batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang dibahas dalam penelitian ini adalah manajemen produksi pada channel youtube Joe Reny Vlog dan Bram Dermawan.
2. Subjek penelitian *owner, head* produksi, dan kru.
3. Fokus penelitian ini terletak pada manajemen produksi channel youtube dalam meningkatkan *subscriber* dan *views*.
4. Untuk tahap eksperimen menggunakan akun Youtube IWS Project, penulis hanya membandingkan peningkatan *subscribers* dan *views* dari 10 video sebelum dan setelah video ter-upload.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana komputer Universitas Amikom Yogyakarta

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pengelolaan channel youtube IWS Project dalam meningkatkan *subscriber* dan *views*.
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan channel youtube IWS Project.
3. Membuat sebuah konten yang optimal pada akun youtube IWS Project

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan bisa menambah pengetahuan dan memberikan informasi tentang cara – cara manajemen produksi channel *YouTube* untuk peningkatan jumlah *subscriber* dan *views*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan model manajemen produksi video untuk channel *YouTube* yang nantinya bisa diterapkan oleh *YouTuber* lain.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Kegiatan observasi peneliti lakukan dengan mengamati aktivitas akun youtube Bram Dermawan dan Joe Reny Vlog baik dari *schedule upload* video, respon atau komentar para *viewer* serta *traffic*.

2. Metode Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara terhadap beberapa informan guna mengumpulkan informasi terkait bagaimana proses pengelolaan akun youtube Bram Dermawan dan Joe Reny Vlog kemudian bertanya faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan akun youtube tersebut.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam penelitian teknik analisis yang digunakan adalah analisis dengan menjabarkan hasil penelitian deskriptif.

1.6.3 Metode Perancangan

Metode yang dilakukan sebelum kegiatan produksi (pra produksi) yang didalamnya terdapat beberapa langkah persiapan, yaitu, *Scripting*, *Planning* dan *Development of Concept*.

1.6.4 Metode Pengembangan

Metode pengembangan dapat dilakukan setelah pengambilan gambar, selanjutnya untuk tahap pasca produksi yang dilakukan, adalah compositing, editing, review hasil sementara, serta rendering jika hasil sudah sesuai dengan yang diharapkan.

1.6.5 Implementasi

Merupakan tahap dimana video yang telah selesai dibuat akan diimplementasikan atau ditayangkan pada channel YouTube IWS Project.

1.6.6 Metode Testing

Merupakan tahap pengujian setelah video tersebut ditayangkan pada channel YouTube IWS Project. Pada tahapan ini penulis menggunakan Metode eksperimen berupa pembuatan Video dengan menerapkan proses pengelolaan pembuatan video pada kedua akun youtube obyek penelitian namun tetap menambahkan dengan beberapa perbedaan dalam prosesnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menguraikan terkait latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II ini berisi tentang penjelasan mengenai teori umum yaitu teori yang bersangkutan dengan media sosial youtube dan manajemen produksi konten.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab III ini menguraikan tentang profil IWS Project, analisis konten yang akan dibuat, analisis kebutuhan dan perancangan konten.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi tentang penjelasan terkait implementasi dan pembahasan dari pengelolaan akun youtube IWS Project pelaksanaan pengujian.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan apa yang didapat dari semua pelaksanaan kegiatan penelitian serta dari penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka merupakan sumber referensi yang dijadikan acuan dalam penelitian baik yang dikutip dari buku, modul, jurnal, makalah, skripsi maupun internet yang digunakan dalam penelitian ini.