

# BABI

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, perkembangan platform digital melalui media sosial sudah berkembang dengan pesat. Media sosial merupakan media yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain menggunakan jaringan internet tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah munculnya berbagai macam media sosial, contohnya seperti *Instagram*, *youtube*, *twitter*, dan *facebook*.

*Smartphone* merupakan alat untuk mengakses media sosial serta menjadi sarana komunikasi bagi masyarakat yang membawa banyak perubahan dari tahun ke tahun. Dengan adanya *smartphone* penggunaan surat-menyurat tergantikan dengan *e-mail* (*electronic mail*), penggunaan koran beralternatif dengan *e-paper*, dan penggunaan CD/DVD digantikan dengan aplikasi video yang dengan mudah diakses melalui *smartphone*. Dengan adanya *smartphone* membuat lebih praktis karena hanya membutuhkan sebuah *handphone* yang dapat digenggam dengan satu tangan.

Menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Dengan ini masyarakat menemukan cara baru untuk berinteraksi dan berkomunikasi meskipun terpisah oleh jarak dan waktu melalui sosial media tersebut. Semuanya seakan-akan terasa dekat dengan hadirnya sosial media, menandakan bahwa media sosial membawa perubahan signifikan bagi masyarakat terutama untuk melakukan komunikasi.

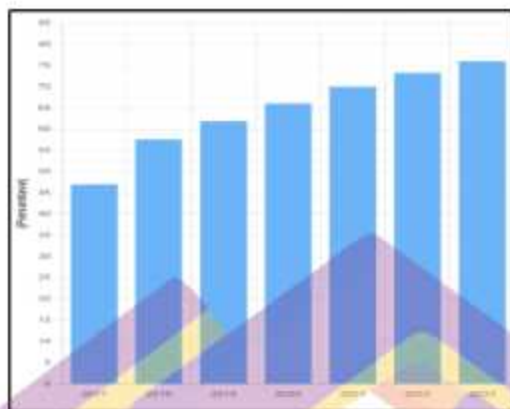
Terjadinya percepatan perkembangan media sosial disebabkan oleh masyarakat didunia ini dapat mempunyai media masing-masing. Dibandingkan dengan dahulu, masyarakat yang ingin mengakses alat seperti radio, televisi, atau koran, diperlukan dana yang cukup mahal dan membutuhkan usaha untuk membeli, melihat, menonton,

atau memilikinya. Pada era sekarang setiap individu yang ingin menggunakan media sosial, hanya membutuhkan jaringan internet, bahkan dapat diakses setiap saat, kapanpun, dan dimanapun selagi memiliki jaringan yang cukup. Kelebihan lainnya adalah dapat diakses dengan mudah dan hanya membutuhkan alat sederhana dan dapat dilakukan tanpa bantuan orang lain. Masyarakat juga dibebaskan untuk mengubah, menambahkan, menyesuaikan bentuk tulisan, mengupload, foto, video, dan bentuk konten yang lainnya di media sosial. Dengan hal tersebut dapat terlihat perbedaan media sosial era dahulu dan era sekarang.

Era modern seperti sekarang, segala sesuatu pasti berhubungan dengan media sosial. Penyebabnya adalah kebutuhan masyarakat akan informasi, hiburan, dan pendidikan yang tidak hanya dari Indonesia saja, melainkan dari seluruh pelosok dunia. Mulai dari proses belajar, bekerja, bisnis, dan marketing, semuanya berhubungan dengan media sosial. Seperti halnya proses pembelajaran, kini tidak hanya didapatkan melalui belajar di sekolah, ataupun membuka buku pelajaran, kini sudah merambah ke media sosial secara gratis tentang pembelajaran melalui tayangan visual, yang dikemas dan menarik oleh para konten kreator. Banyak manfaat yang dapat dipelajari dari sosial media, salah satu contoh platform sosial media berbagi video yakni YouTube. Sebagai situs website yang mudah di akses dan gratis, hal ini terjadi karena YouTube terhubung dan terintegrasi dengan layanan google yang menyebabkan YouTube semakin dikenal secara luas oleh banyak masyarakat.

Zaman sekarang kebiasaan menonton YouTube sudah menjadi kebiasaan dan menjadi budaya populer di kalangan masyarakat. Menurut St. Sunarti (2003) budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak dari media. Bentuk dari budaya populer sendiri terbentuk pada hal-hal seperti musik, gaya busana, makanan, video, dan film. Menurut Ben Agger, sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menampilkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya dimana media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat.

**Tabel 1. 1 Tabel Statistik Jumlah Pengguna Media Sosial Tahun 2017-2023**



Sumber : Statista.com

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia dari tahun 2017 sampai 2023 berkembang begitu pesat. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube. Menurut sumber data *We Are Social* pengguna YouTube di Indonesia menduduki peringkat ke-empat terbesar di dunia setelah India, Amerika, dan Brazil. Jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta. Dapat disimpulkan bahwa YouTube merupakan media sosial yang banyak diminati serta menjadi platform layanan video streaming yang populer dan besar di Indonesia.

Dalam kurun waktu kurang lebih 23 tahun YouTube berdiri, para konten kreator dari berbagai penjuru dunia, berlomba-lomba menampilkan karya terbaik serta kekreatifan mereka melalui konten yang selalu baru. Bertepatan dengan hari *valentine* tanggal 14 Februari 2005, YouTube resmi didaftarkan secara administrasi. YouTube dibentuk oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Awal berdirinya YouTube memiliki misi awal adalah menjadikan YouTube sebagai platform kengan online berbasis video. Namun seiring berjalannya waktu, *platform* yang diharapkan menjadi kengan online berbasis video itu tidak ada yang tertarik. Pada akhirnya misi YouTube di awal dirubah menjadi *platform* untuk semua orang agar bisa memposting video dengan konsep apapun. Pada tanggal 23 April 2005, video pertama YouTube diunggah oleh *co-founder* Jawed Karim yang sedang berkunjung di kebun binatang *Diego Zoo*. Video yang

berdurasi 19 detik di beri judul “*Me at the Zoo*” yang di unggah di *channel* Jawed dan telah ditonton sebanyak 312 juta kali. (sumber : *channel* youtube Jawed, diakses pada 22 maret 2024).

Dari banyaknya konten yang di *upload* setiap hari di YouTube, terdapat konten-konten yang memiliki jumlah penonton yang banyak, sehingga menjadikan video tersebut menjadi viral atau terkenal di media sosial YouTube. Tepat pada tanggal 12 Desember 2010, YouTube merilis sebuah video dengan judul “YouTube 2010 Rewind: *Year in Review*” yang berisikan peristiwa yang terjadi pada tahun tersebut yang diringkas ke dalam satu video kompilasi dari 10 video teratas di pencarian YouTube yang paling banyak ditonton/populer di media sosial YouTube pada tahun 2010 yang menandakan akhir tahun. Hingga Februari 2024 YouTube Rewind: *Year in Review* 2010 telah ditonton sebanyak 7.570.548 kali. Sejak saat itulah YouTube selalu merilis 10 video Rewind yang dirilis setiap tahunnya. (sumber :[YouTube.com/youtube](https://www.youtube.com/youtube), diakses pada 22 Maret 2024).

Rewind sendiri tidak hanya diproduksi oleh pihak YouTube sendiri, di Indonesia para YouTuber atau kreator YouTube juga bekerja sama dan berkolaborasi dalam merilis YouTube Rewind. Rewind Indonesia merupakan karya asli para kreator YouTube Indonesia yang berisikan kejadian atau hal yang viral di YouTube yang terjadi di tahun tersebut. Ajang para kreator YouTube Indonesia ini dimulai pada tahun 2014 dengan judul “YouTube Rewind INDONESIA 2014” diunggah di *channel* YouTube Eka Gustiwana. Pada tahun ini, video tersebut disutradarai oleh Eno Bening Swara. Video tersebut telah ditonton sebanyak 5.181.671 kali pada bulan Februari 2024.

Dimulai pada tahun 2014, para konten kreator Indonesia sudah berhasil membuat dan merilis 8 karya video YouTube Rewind Indonesia yang dimulai pada tahun 2014 dengan judul “YouTube Rewind INDONESIA 2014”, tahun 2015 dengan judul “YouTube Rewind INDONESIA 2015” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 14,6 juta, tahun 2016 dengan judul “YouTube Rewind INDONESIA 2016- Unity in Diversity” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 22,4 juta, tahun 2018 lewat judul “YouTube Rewind INDONESIA 2018-Rise” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 18,1 juta, tahun 2020 dengan judul “REWIND INDONESIA 2020” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 35,4 juta, tahun 2021 lewat judul “REWIND INDONESIA 2021” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 14,5 juta, tahun 2022 dengan judul “REWIND INDONESIA 2022” mendapatkan jumlah penonton sebanyak 13,3 juta, dan

tahun 2023 dengan judul “REWIND INDONESIA 2023”. Sejak tahun 2020, YouTube Rewind Indonesia diubah menjadi nama “Rewind Indonesia” yang dikarenakan sutradara ChandraLiow dan para *initiated* team menginginkan tidak hanya mengangkat isu viral yang berada di YouTube saja, yang kedua menaikkan dan memperkenalkan kreator Indonesia dengan karya dan berkolaborasi, yang ketiga menunjukkan YouTube lebih dari halaman trending, dan mengangkat *talent-talent* yang berhasil mengharumkan nama Indonesia, dikutip dari *BTS Rewind Indonesia 2020*. Sejak itu nama Rewind Indonesia digunakan hingga Rewind Indonesia 2023. Selain dari YouTube Rewind INDONESIA 2014 dan REWIND INDONESIA 2022, seluruh video tersebut diunggah pada *channel* YouTube Indonesian Creators. *Channel* tersebut dibuat atas inisiatif para *Youtubers* Indonesia sendiri, tanpa adanya afiliasi dengan perusahaan YouTube dan Google. (sumber : [YouTube.com/Indonesian Creators](https://www.youtube.com/Indonesian%20Creators), diakses pada 22 Maret 2024).

Rewind Indonesia 2023 juga mendapatkan apresiasi oleh *youtubers* luar negeri, mereka mengunggah video *reaction* mereka ke *channel* mereka sendiri dengan berbagai tanggapan, ekspresi, dan menyimpulkan dari video rewind Indonesia 2023. Beberapa nama-nama *youtubers* luar yang mereaction rewind Indonesia 2023 diantaranya adalah TriFate Geo, Nadia Valerie, Budie Channel, Suka Suka Jeesun, Mireia Estefano, Waleska Herrera, dan lain-lainya.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada salah satu video yang di unggah oleh Indonesia *Creators* dengan judul “REWIND INDONESIA 2023”. Disutradarai oleh Chandra Liow dan Adi Victory serta dengan bantuan dan inisiatif dari konten kreator terkenal di Indonesia, membuat video Rewind Indonesia 2023 membuahkan hasil karya video yang luar biasa dan telah ditonton sebanyak 7.491.665 kali pada Februari 2024. Karya yang berdurasi 17 menit ini, dikemas dengan rapi dan menarik yang menampilkan kolaborasi dengan banyak konten kreator Indonesia.

Konten Rewind Indonesia 2023 mengangkat kejadian-kejadian yang viral/populer diantaranya *bullying* yang dilakukan oleh anak pejabat, FIFA membatalkan Indonesia menjadi tuan rumah piala dunia U-20, presiden mengajak para calon presiden untuk makan bersama, sambat mbak Tylor, pandawara grup, prestasi anak bangsa, dan lain-lainya. Hal ini didukung dengan banyaknya media-media yang mengangkat sehingga kejadian tersebut banyak mendapatkan sorotan dari masyarakat sehingga berita tersebut menyebar dan menjadi populer.

Diunggah pada pukul 19.45 WIB di tanggal 12 Januari 2024, video yang di sponsori oleh salah satu *brand* yang sedang *trending* pula yaitu Hoto, berhasil menembus trending topik di media sosial Indonesia dengan tagar #RI2023. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang sedang hangat membandingkan hasil karya Rewind Indonesia dengan *platform* sebelah yakni TikTok Replay, sehingga Rewind Indonesia banyak dicari oleh masyarakat yang ingin tahu bagaimana hasil karya dari video tersebut. Namun banyak masyarakat yang menyayangkan Rewind Indonesia terlambat diunggah. Dimana baru diunggah pada minggu kedua bulan Januari 2024. Hal ini disebabkan oleh pra produksi hingga pasca produksi yang baru bisa dilaksanakan di bulan Desember 2023.

Dalam hal ini peneliti berfokus pada representasi budaya populer pada konten youtube rewind Indonesia 2023 yang menjadi permasalahan untuk diteliti serta diangkat dalam penelitian ini. Rewind Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perubahan dalam pembuatan dan isi konten. Rewind Indonesia 2023 sangat berbeda dari Rewind Indonesia sebelumnya, di tahun ini, Rewind Indonesia mengangkat isu yang terjadi di Indonesia serta lagu-lagu yang digunakan adalah dari Indonesia sendiri. Untuk itu peneliti menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk mendalami representasi budaya populer pada Rewind Indonesia 2023. Di dukung dengan teori semiotika John Fiske yang mengatakan semiotika adalah studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja, dari teori tersebut juga memiliki 3 level yakni level realitas digambarkan melalui penampilan, ekspresi, kostum, dan lingkungan, level representasi digambarkan melalui pengambilan gambar, *medley* lagu, pencahayaan, dan editing, dan level ideologi tersampaikan melalui beberapa *scene* dengan ideologi meliputi nasionalisme, sosialisme, demokrasi, kelas sosial, fomo dan kulturalisme.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah karya skripsi yang berjudul: **“Representasi Budaya Populer Pada Konten Youtube Rewind Indonesia 2023 (Anallsis Semlotika John Fiske)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka rumusan masalah peneliti ini adalah :

1. Bagaimana Budaya Populer pada konten Rewind Indonesia 2023 pada level realitas ?
2. Bagaimana Budaya Populer pada konten Rewind Indonesia 2023 pada level representasi ?
3. Bagaimana makna ideologis pada konten Rewind Indonesia 2023 ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui budaya populer pada konten Rewind Indonesia 2023 yang di bangun pada level realitas.
2. Mengetahui budaya populer pada konten Rewind Indonesia 2023 yang di bangun pada level representasi.
3. Menganalisis makna ideologis pada konten Rewind Indonesia 2023.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan diatas, penelitian ini nantinya dapat memberi manfaat secara teoritis dan praktis :

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam memahami perkembangan kebudayaan yang modern dari teknologi dan informasi berkaitan dengan teori budaya populer.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

1. Mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di perkuliahan

2. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang budaya populer yang ada di YouTube Rewind Indonesia
3. Bisa memenuhi pemahaman terkait dengan budaya populer YouTube Rewind Indonesia

#### **b. Bagi Konten Kreator**

1. Memberi masukan serta gambaran mengenai proses pemakaian budaya populer melalui media sosial yaitu youtube.
2. Bisa digunakan untuk memotivasi konten kreator agar dapat mempertahankan serta mengembangkan konten Youtube Rewind yang selanjutnya.

#### **c. Bagi Masyarakat Luas**

1. Sebagai bahan pertimbangan atau acuan referensi tentang representasi budaya populer khususnya pada konten Youtube Rewind Indonesia 2023.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang terdapat pada penelitian ini terdiri dari 5 bab yang memiliki susunan sebagai berikut :

#### **· Bab I : Pendahuluan**

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

#### **· Bab II : Landasan Teori**

Bab ini meliputi berbagai macam teori yang berkaitan dengan topik yang diambil dan di teliti.



### **Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini meliputi penjelasan terkait metode yang digunakan dalam penelitian seperti jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### **Bab IV : Pembahasan**

Bab ini meliputi penjabaran dan penjelasan terkait hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti

### **Bab V: Penutup**

Bab ini meliputi kesimpulan serta saran ataupun kritik.

### **Daftar Pustaka**

Bab ini berisikan sumber literasi sebagai referensi dalam penelitian