



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang dilakukan setiap manusia. Banyak hal perantara yang bisa menyalurkan komunikasi entah itu satu arah maupun dua arah. Salah satu perantara ini adalah blog. Blog adalah sebuah aplikasi web yang memuat secara periodik tulisan- tulisan (*posting*) pada sebuah halaman web (Adri, 2008, p. 48). Blog diambil dari kata “web blog” yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Barger pada tahun 1997. Jorn menggunakan istilah ini untuk menyebut kelompok website pribadi yang selalu di-*update* secara berkelanjutan dan berisikan link-link ke website lain yang dianggap menarik disertai dengan komentar-komentar dari pribadi atau orang lain. Pemilik dari sebuah blog dapat disebut blogger. Awalnya blog hanyalah kumpulan catatan blogger yang dipublikasikan di internet, namun seiring berjalannya waktu ternyata isi blog tidak hanya semata-mata catatan harian blogger. Blog dapat berisi; opini, ilmu pengetahuan, pengalaman, iklan, hasil diskusi, dan lain-lain (Jupri, 2009, p. 1). Blog merupakan salah satu catatan harian milik pribadi, di mana pemiliknya bisa menulis isi hatinya di blog tersebut (Rachmadian, 2008, p. 1).

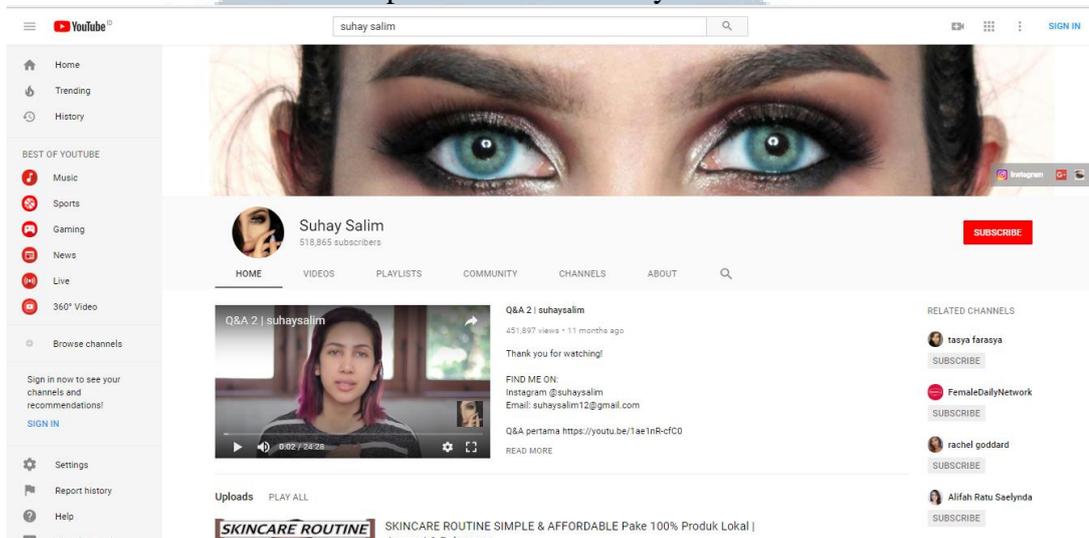
Berkembangnya zaman mempengaruhi juga perkembangan teknologi yang ada sehingga membuat blog berubah menjadi vlog. Video blog (vlog) merupakan salah satu media untuk mempresentasikan seorang *vlogger* (Aisyah,

2017, p. 2). Adanya vlog ini menciptakan artis-artis dan *influencer* di dunia maya yang disebut sebagai *vlogger*. Istilah “*vlogger*” berasal dari gabungan 2 suku kata yaitu kata “video” dan “blogger”. Dalam vlognya seorang *vlogger* dapat membentuk dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam vlog, *vlogger* bisa memposting video apa saja yang mereka inginkan yang menunjukkan ekspresi hati mereka. Beberapa hal yang bisa diunggah oleh seorang *vlogger* bisa berupa cerita, kegiatan yang dilakukan, maupun tentang kecantikan. Munculnya vlog menimbulkan munculnya artis- artis di sosial media YouTube seperti Sarah Ayu, Edho Zell, Cameo Project, Cinderella, dan Suhay Salim.

Banyaknya *vlogger* di YouTube menimbulkan banyak pilihan untuk mendapatkan informasi dalam memenuhi kepuasan informasi yang dicari setiap khalayak. Dalam penelitian ini, penulis memilih mengambil contoh Suhay Salim. Suhay Salim merupakan salah satu *vlogger* terkenal di YouTube. Sekarang ini ia memiliki 518 ribu followers di akun instagram dan memiliki 327 ribu lebih *subscribers* di *channel* YouTube miliknya. Menjadikan Suhay, salah satu orang yang dicari oleh pencari informasi produk kecantikan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 1.1
Tampilan YouTube Suhay Salim



Sumber: <https://www.YouTube.com/user/suhay12>

Awal mula karier Suhay Salim dimulai dari sebuah blog yang ia tulis pada Oktober 2011 di <http://suhaySalim.blogspot.com/> namun, pada saat itu ia masih belum dikenal sebagai *vlogger*. Lalu, pada Februari 2015 Suhay baru memulai kariernya sebagai *beauty vlogger*. Sejak saat itu, ia terus berkarya melalui YouTube sebagai seorang *beauty vlogger*. Suhay banyak melakukan posting mengenai tutorial *makeup*, haul, dan kreasi *makeup*.

Suhay Salim memberikan berbagai tips-tips dan pengajaran yang membantu penontonnya mendapatkan ilmu lebih soal produk kecantikan. Suhay membagi informasi tentang produk kecantikan melalui vlognya, sehingga para penonton vlog bisa mendapatkan pengetahuan baru soal produk kecantikan. Suhay Salim saat ini sudah memiliki 518 ribu lebih pengikut di YouTube *channel* miliknya, menjadikan Suhay salah satu orang yang dicari oleh pencari informasi produk kecantikan.

Peneliti memilih topik penelitian ini dikarenakan melihat perkembangan YouTube sebagai penyalur vlog yang menyajikan banyak informasi dan Suhay Salim menjadi salah satu orang yang dicari oleh masyarakat. Banyaknya informasi yang disajikan melalui YouTube yang tidak hanya menampilkan video-video hiburan, melainkan saat ini YouTube menjadi ajang di mana banyak anak muda berbakat mulai berkarya, seperti *makeup* dan tutorial. Melalui vlog dari Suhay Salim, bisa dilihat bagaimana Suhay Salim berusaha menyampaikan informasi mengenai *makeup* dan produk kecantikan yang mungkin bisa dipakai oleh banyak orang. Suhay Salim juga mencantumkan informasi-informasi produk yang ia gunakan, sehingga penonton bisa mendapatkan dan menggali informasi tentang produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penelitian ini bermaksud untuk menguji kepuasan khalayak pada pemenuhan kebutuhan informasi produk kecantikan dalam vlog Suhay Salim. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah, ‘ Apakah ada perbandingan motif pencarian informasi pada vlog Suhay Salim dengan kepuasan memperoleh informasi mengenai produk kecantikan?’

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perbandingan motif pencarian informasi pada vlog Suhay Salim dengan kepuasan memperoleh informasi mengenai produk kecantikan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan yang lebih dan bermanfaat bagi ilmu komunikasi pada bidang Jurnalistik, terkait pada teori *Uses and Gratification* yang berfokus pada motif dan kepuasan khalayak dalam mencari informasi dalam penggunaan media baru.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu bahan masukan dan evaluasi, khususnya pada vlog Suhay Salim agar bisa mengembangkan kualitas kontennya, sehingga bisa menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan para khalayak (penonton).

