



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 II

KERANGKA TEORI

2. 1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan dua penelitian terdahulu yang sejenis untuk menunjukkan perbedaan antara penelitian yang diteliti dengan penelitian sejenis yang membahas seputar topik yang serupa. Kegunaan disertakannya penelitian sejenis terdahulu juga untuk menyampaikan kekurangan yang ada dan menyampaikan adanya perubahan dan peningkatan yang dilakukan dalam penelitian ini. Sehingga penelitian ini bisa menghasilkan sesuatu yang dapat berguna.

Peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai referensi dalam melakukan penelitian ini. Judul penelitian pertama yang dipilih yaitu “*The YouTuber: A Qualitative Study of Popular Content Creators*” oleh Mattias Holmbom, Jurusan Teknik Informatika, Produksi Media Digital, Universitas Umeå, Swedia. Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana gaya hidup para konten kreator YouTube populer dalam komunitas tersebut. Pada penelitian ini peneliti menemukan bagaimana metode masing-masing konten kreator yang diteliti untuk bertahan dan bersinar ditengah persaingan yang ketat diantara konten kreator lainnya.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk menggali kesadaran subjeknya mengenai pengalamannya menjalani profesi sebagai konten kreator di YouTube.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi dari berbagai referensi dan kepustakaan ilmiah terhadap lima konten kreator populer.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah diketahui bahwa YouTube memberikan kesempatan tidak terbatas kepada para pemakainya. Mulai dari pertumbuhan rasa percaya diri seseorang hingga pindah ke kota besar untuk mengejar mimpi. Menjadi YouTuber menjadikan pilihan karir yang mewah. Seseorang bekerja dengan nyaman di rumah setiap harinya, tidak memiliki bos, dan jam kerja yang diatur sendiri. Kebebasan ini merupakan hal yang tidak dapat dimiliki oleh sebagian besar orang. Mereka adalah *digital-entrepreneurs*. Ada beberapa fakta lainnya yang disingkap melalui penelitian ini terhadap pekerjaan sebagai YouTuber.

Antara penelitian Mattias dengan penulis memiliki kesamaan, yakni mengkaji kreator berbasis YouTube dengan fenomenologi. Perbedaannya terdapat pada subjek dan fokus penelitian. Subjek penelitian dari Mattias adalah lima konten kreator populer yang tinggal di Swedia yang berfokus dengan konten *gaming*, sedangkan subjek penelitian penulis adalah kreator konten berkewarganegaraan Indonesia dengan saluran yang memiliki bermacam variasi konten. Penelitian Mattias memiliki fokus pada bagaimana para YouTuber tersebut mencapai kesuksesannya di dalam platform YouTube. Penelitian penulis memiliki fokus pada pemaknaan para konten kreator terhadap YouTube sebagai wadah mereka berekspresi dan bagaimana interaksi yang para konten kreator lakukan kepada para penonton atau pengikut setia mereka.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah “*Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube*”, sebuah penelitian yang dilakukan oleh Patricia G. Lange dari *School of Cinematic Arts, University of Southern California*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana remaja dan dewasa pengguna YouTube memaknai privasi yang mereka miliki di YouTube; tempat untuk bersosialisasi dan menjaga relasi antar teman dekat dan audiens yang lebih besar.

Perbedaan antara penelitian milik Patricia G. Lange dengan peneliti adalah Patricia menggunakan metode penelitian etnografi untuk menemukan makna ‘privasi’ dan ‘publik’ dalam situs berbagi video YouTube. Sedangkan, persamaan diantara kedua penelitian ini adalah meneliti para kreator konten YouTube.

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sejenis Terdahulu

	Penelitian 1	Penelitian 2	Peneliti
Judul	<i>The YouTuber: A Qualitative Study of Popular Content Creators</i>	<i>Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube</i>	Pemaknaan Kreator Konten YouTube: Studi Fenomenologi Kreator Konten TIM2ONE Chandra Liow dan Usama Harbatah Memanfaatkan Media Baru
Nama	Mattias Holmbom	Patricia G. Lange	Nissy Ariana Meinard
Tahun	2015	2007	2017
Universitas	<i>Umeå University, Sweden</i>	<i>University of</i>	Universitas Multimedia

		<i>Southern California</i>	Nusantara
Tujuan	Mengetahui bagaimana perspektif kreator konten memaknai popularitas mereka di dunia maya terutama platform YouTube, bagaimana mereka melihat YouTube secara umum, perjalanan masing-masing kreator konten menjadi seorang YouTuber, dan strategi mereka untuk menjadi YouTuber yang sukses ditengah persaingan yang semakin ketat.	Mengetahui pengalaman remaja dan dewasa pengguna YouTube memaknai privasi yang mereka miliki di YouTube; tempat untuk bersosialisasi dan menjaga relasi antar teman dekat dan audiens yang lebih besar.	Mengetahui bagaimana kreator konten memaknai diri dan pengalaman mereka sebagai kreator konten berbasis YouTube yang tidak hanya menyalurkan hobi namun juga mendapatkan penghasilan melalui saluran YouTube-nya.
Metode	Studi Kasus	Etnografi	Fenomenologi
Teori	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Online Branding and Marketing Theory</i> - Pendekatan personal dan kualitatif 	Pendekatan Etnografi	-Fenomenologi Husserl
Hasil Penelitian	Dalam penelitian terhadap lima YouTuber ditemukan bahwa YouTube membawa kesempatan mulai dari sekedar mengembangkan	<ul style="list-style-type: none"> - Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pemaknaan mengenai seberapa 'publik'nya sebuah 	Hasil penelitian ini nantinya diharapkan mampu menemukan pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana pemaknaan kreator

	<p>kepercayaan diri seseorang hingga bisa pindah ke kota yang berbeda untuk mengejar impian. YouTube juga merupakan sumber penghasilan, namun diketahui pula jika YouTuber kurang memiliki kemampuan beradaptasi terhadap budaya yang ada dapat membawa saluran YouTube kehilangan momentum untuk semakin bersinar dan beresiko kehilangan pelanggan. Dalam penelitian ini dapat terungkap beberapa faktor yang bisa membawa kesuksesan terhadap sebuah saluran YouTube.</p>	<p>saluran YouTube berbeda – beda tergantung siapa yang memilikinya.</p> <p>- Menonton video bukanlah kegiatan pasif, melainkan kegiatan yang melibatkan intepretasi secara aktif oleh penontonnya dan yang menjadi komponen utama sebuah komunitas yang berkembang.</p>	<p>konten berbasis YouTube terhadap profesi yang mereka kerjakan.</p>
--	--	--	---

2. 2. Teori dan Konsep

2. 2. 1. Fenomenologi Husserl

Sesuai dengan namanya, Fenomenologi terdiri atas logos yang berarti ilmu dan *phenomenon* yang berarti sesuatu yang tampak. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filsafat yang berpusat pada analisis terhadap gejala yang membanjiri kesadaran manusia. Secara etimologis kata ‘fenomena’ berasal dari bahasa Yunani yaitu *phanesthai* yang berarti memunculan, meninggikan, menunjukkan dirinya sendiri (Hasbiansyah, 2008, h. 166-167).

Peneliti bisa memperoleh ungkapan pengalaman pribadi subjek penelitian dengan menggunakan fenomenologi. Fenomenologi membiarkan subjek yang menjadi informan untuk menceritakan fakta dan fenomena dengan bebas, mengalir, dan tidak dibatasi oleh peneliti. Inilah yang membuat fenomenologi bersifat subjektif. Sebagai peneliti yang menggunakan fenomenologi dalam penelitiannya, maka haruslah berusaha untuk bersikap curiga dan menunda dugaan terhadap fakta atau fenomena yang dilontarkan oleh informan. Meskipun peneliti memiliki penilaian tersendiri terhadap fenomena terkait namun peneliti tidak diperbolehkan untuk mencampuri fakta atau fenomena yang sedang diamati.

Untuk memahami lebih lanjut mengenai fenomenologi, terdapat beberapa konsep dasar yang dapat digunakan dalam metode fenomenologi Husserl yaitu fenomena, *epoche*, reduksi, intersubjektivitas, dan intensionalitas (Hasbiansyah, 2008, h. 167-169).

a) Fenomena

Menurut Moustakas (1994, h. 26), fenomena adalah segala sesuatu yang timbul dalam sebuah kesadaran. Husserl menyatakan bahwa fenomena adalah realitas yang terlihat tanpa adanya penghalang antara manusia dengan realitas itu.

b) *Epoche*

Husserl yang mengembangkan konsep yang terkait dengan upaya mengurangi atau menunda penilaian (*bracketing*) untuk memunculkan pengetahuan di atas setiap keraguan yang mungkin terjadi. Apabila konsep ini diaplikasikan dalam penelitian, maka peneliti menanggalkan segala pemahaman atau kecurigaan serta bersikap netral terhadap ungkapan-ungkapan yang dituturkan oleh informan.

c) Reduksi

Merupakan tahap lanjutan setelah *epoche*. Manusia memiliki sikap alami untuk mengandaikan bahwa dunia yang dilihat nyata sesuai dengan pengamatan yang ada di sekitarnya. Namun hal tersebut harus ditanggihkan apabila ingin meneliti bagaimana orang lain memaknai dunia versi mereka.

Proses ini disebut juga sebagai reduksi transendental. Dalam tahapan ini, dunia terentang dengan kejernihan tanpa kegelapan apa pun.

d) Intersubjektivitas

Menyadari bahwa kita hidup bersama dengan individu lainnya sehingga kita mungkin untuk saling berkomunikasi dengan satu sama lain untuk terus saling memahami.

e) Intensionalitas

Husserl (1987 dikutip dalam Hasbiansyah, 2008, h. 168) menyatakan bahwa kesadaran bersifat intensionalitas yang merupakan struktur hakiki kesadaran manusia. Intensionalitas mengacu pada adanya keyakinan bahwa semua tindakan kesadaran memiliki kualitas.



Konsep-konsep dasar yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa fenomenologi memberikan kesempatan sepenuhnya kepada objek yang diteliti untuk menceritakan dunia versi dirinya. Maksudnya fakta dan fenomena yang ia rasakan dan maknai tanpa dibatasi oleh peneliti. Hal inilah yang menjadikan fenomenologi bersifat subjektif.

Data yang telah terkumpul dalam penelitian ini peneliti olah menggunakan metode analisis dari Moustakas yang mengembangkan pemikiran dari Van Kaam (dikutip dalam Moustakas, 1994, h. 120-121), yaitu:

1) ***Listing and Preliminary Grouping***

Mencatat kedalam daftar seluruh ekspresi tindakan informan yang relevan dengan pengalaman yaitu daftar informan penelitian (*horizontalization*).

2) ***Reduction and Elimination***

Menguji setiap ekspresi yang ada dengan persyaratan sebagai berikut:

- Apakah ekspresi yang diberikan memiliki unsur momen pengalaman yang penting dan memiliki unsure pokok yang cukup untuk memahami fenomena?
- Apakah ekspresi tersebut memungkinkan untuk dikelompokkan dalam suatu kelompok besar dan diberi tabel?

3) *Clustering and Thematizing the Invariant Constituents*

Mengelompokkan data berdasarkan tema. Mengelompokkan pengalaman informan penelitian kedalam label-label tematik. Unsur pokok yang dikelompokkan dan diberi label adalah tema inti dari pengalaman. Jadi tema-tema yang ada pada *thematic portrayal* adalah benang merah dari jawaban-jawaban semua informan dalam penelitian.

4) *Final Identification of the Invariant Constituents and Themes by Application: Validation*

Tahapan ini merupakan identifikasi final terhadap data yang didapat melalui proses validasi data awal. Hal ini dilakukan dengan cara memeriksa data dan tema yang dilekatkan padanya. Misalnya, menghubungkannya dengan pertanyaan berikut ini:

- Apakah diekspresikan secara eksplisit dalam transkripsi utuh?
- Apakah sesuai atau cocok dengan konteks dalam transkrip jika tidak diekspresikan secara eksplisit?
- Apabila tidak dinyatakan secara eksplisit dan tidak cocok, maka hal itu tidak relevan terhadap pengalaman informan penelitian dan harus dihapuskan.

5) *Individual Textural Description*

Mengkonstruksikan deskripsi tekstural dari masing-masing informan. Apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah

fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secara empiris.

6) *Individual Structural Description*

Bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respons subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan pengalamannya itu.

7) *Textural-Struktural Description*

Ini merupakan proses penggabungan deskripsi tekstural dan deskripsi struktural dari pengalaman masing-masing setiap informan penelitian. Setelah digabungkan, maka hasilnya haruslah representasi tema secara keseluruhan. Dengan demikian, pertanyaan penelitian dalam studi fenomenologi mencakup pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut.

- Apa pengalaman subjek tentang suatu fenomena?
- Apa perasaannya tentang pengalaman tersebut?
- Apa makna yang diperoleh bagi subjek atas fenomena itu?

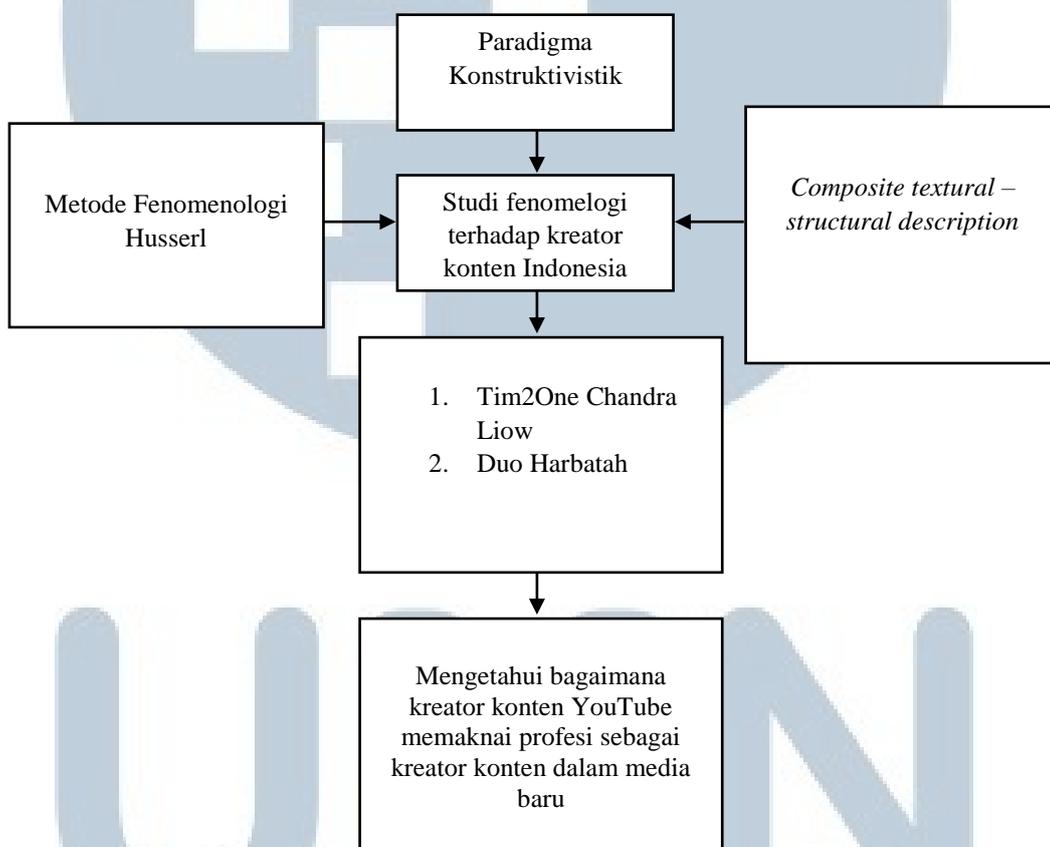
8) *Composite Description*

Dalam tahap ini terjadi sebuah pemaknaan dan juga esensi dari pengalaman yang dialami informan dan dipresentasikan secara keseluruhan dan digambarkan secara utuh.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan teori dan konsep yang dipakai dalam penelitian ini, berikut kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini.

Bagan 2.1.1. Kerangka Pemikiran



UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA