

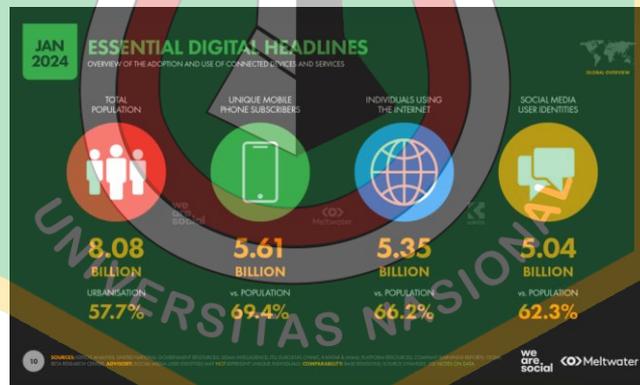
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang cepat dirasakan hampir seluruh penjuru dunia, memungkinkan banyak orang untuk terhubung ke internet. Perkembangan teknologi dan komunikasi telah berkembang dengan cepat terutama, di Indonesia. Internet, sebagai media massa dengan jangkauan luas, menjadi alat utama dalam penyebaran informasi dan pesan. Platform media sosial, perkembangan teknologi memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan bahkan individu baru dengan lebih mudah dan efisien. Salah satu jenis media baru yakni internet.

Menurut Prospek Populasi Dunia PBB, saat ini ada 8,08 miliar orang yang tinggal di dunia. Lebih dari 66% dari semua orang menggunakan internet, menempatkan total pengguna internet pada 5,35 miliar, tumbuh 1,8 persen per tahun (We Are Social, 2024).



Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Internet Tahun 2024

(Sumber: We are Social 2024)

Data yang ditunjukkan di atas menunjukkan angka partisipasi pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2024. Data tersebut menunjukkan bahwa total penduduk di dunia mencapai 8,08 juta jiwa dengan pengguna internet sebanyak 5, 35 juta jiwa. Sedangkan tahun 2023

pengguna internet sebanyak 5,16 juta jiwa, yang artinya mengalami peningkatan.

Penggunaan internet di Indonesia meningkat pesat. Pertumbuhan pesat ini menunjukkan bahwa ada peluang penggunaan yang internet yang merata di Indonesia. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang, dari total populasi sebanyak 278.696.200 orang pada tahun 2023. Survei penetrasi internet APJII menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 79,5%, mengalami peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya (APJII, 2024).

Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 7 jam 38 menit sehari di internet, jauh lebih lama dibandingkan waktu yang dihabiskan untuk menonton televisi (2 jam 41 menit) atau mendengarkan radio (32 menit) Masyarakat Indonesia menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk menonton YouTube, sebagaimana tercermin dalam grafik yang menempatkan platform ini di posisi teratas pada tahun 2024. Hal ini menegaskan bahwa internet telah menjadi salah satu sumber hiburan dan informasi yang paling digemari di Indonesia (Slice.id, 2024).



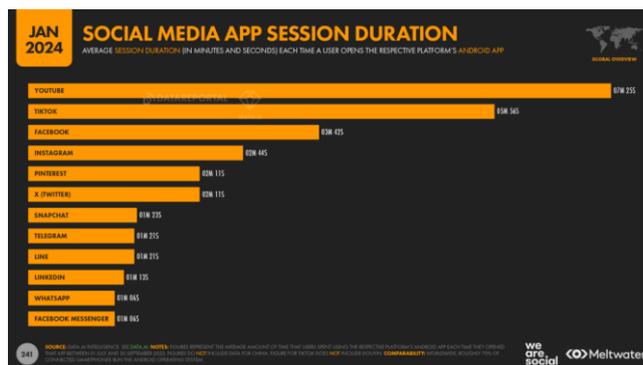
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial Tahun 2024

(Sumber: Slice.id, 2024)

Meningkatnya jumlah pengguna internet pasti akan menghasilkan peningkatan penggunaan media sosial. Sehingga media sosial menjadi lebih populer untuk mencari informasi. Setiap hari, teknologi membantu kita dalam banyak hal. Perkembangan media, media cetak telah beradaptasi dengan teknologi, menjadi modern media atau media sosial. Kemudahan berkomunikasi melalui jaringan internet, media sosial menjadi forum yang bebas dan terbuka bagi pengikutnya. Pada dasarnya media sosial memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi secara bebas dengan orang lain, termasuk berkomentar, mengkritik dan bahkan menghujat mereka. Setiap platform media sosial memungkinkan partisipasi, berbagi, dan mengisi forum.

Analisis Pengguna Media Sosial Kepios menunjukkan bahwa lebih dari 5 miliar identitas pengguna media sosial aktif telah terdaftar, dengan pengguna terbaru setara dengan 62,3% dari populasi global. Jumlah total di seluruh dunia telah meningkat sebesar 266 juta selama tahun terakhir, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 5,6% (We are Social, 2024).

Menurut sumber periklanan Google, YouTube memiliki 139 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2024. Data perusahaan sendiri menunjukkan bahwa pada awal tahun 2024, jangkauan iklan YouTube akan setara dengan 49,9% dari populasi Indonesia. Di sisi lain, pada Januari 2024, iklan YouTube mencapai 75% dari semua pengguna internet di Indonesia, berapa pun usianya. Jadi, 53,1% orang Indonesia yang menonton iklan YouTube adalah laki-laki, dan 46,9% adalah perempuan. Data yang sama juga menunjukkan bahwa dari Oktober 2023 hingga Januari 2024, jumlah pengguna yang dapat dijangkau pemasar melalui iklan YouTube (Sumber: Datareportal, 2024).



Gambar 1. 3 Data Penggunaan Sosial Media Tahun 2024

(Sumber: We are Social 2024)

Data diatas menunjukkan sosial media yang berada paling atas dan sering digunakan di dunia adalah YouTube dengan rincian durasi pemakaian media sosial tersebut dengan rata-rata berdurasi 7 menit 25 detik (We Are Social, 2024). YouTube tidak hanya dapat melihat video di wilayah tertentu, tetapi juga memungkinkan semua orang di seluruh dunia menontonnya. Dengan menggunakan fitur berlangganan YouTube, yang memungkinkan menonton video tanpa membayar.

Pada kalangan pengguna internet di Indonesia, YouTube telah menjangkau 75% dari totalnya, menegaskan posisi penting YouTube dalam lanskap digital di Indonesia (Semrush Traffic Analytics, 2024). Indonesia merupakan salah satu negara dengan kemajuan teknologi tercepat di Asia Tenggara, dan mayoritas penduduknya sangat aktif di media sosial. Media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang di Indonesia dan menjadi aspek penting dalam komunikasi. Data dari Semrush Traffic Analytics menunjukkan bahwa 54% pengguna lebih memilih menonton komentar tentang acara daripada acara itu sendiri.

Berdasarkan hal tersebut, perkembangan internet dan platform media sosial YouTube sangat mengubah interaksi sosial dan cara orang berinteraksi satu sama lain, berkomunikasi dan berbagi informasi di era modern. YouTube, platform media sosial yang populer, telah berkembang menjadi ruang publik online yang disukai masyarakat untuk berinteraksi dan berbagi informasi.

YouTube memungkinkan pengguna berinteraksi dengan orang lain melalui komentar, mengakses data pengguna, seperti foto, video, dan interaksi (like, komentar, dan share), yang dapat digunakan untuk mempelajari berbagai aspek perilaku manusia, seperti tren, budaya, dan interaksi sosial. YouTube memungkinkan pembuat konten untuk menjangkau lebih banyak orang karena penggunaannya yang luas. Dengan menggunakan fitur tag dan hashtag, mereka dapat menargetkan audiens tertentu.

Media sosial dikenal karena kemampuannya menyebarkan informasi dengan sangat cepat. Misalnya, berita viral atau tren di media sosial sering berkembang pesat dalam waktu singkat. Informasi mengenai selebriti atau peristiwa penting bisa menyebar ke jutaan orang dalam waktu kurang dari 24 jam. Sebagai contoh, berita viral tentang insiden selebriti atau peluncuran produk baru sering mendominasi feed media sosial dalam beberapa jam setelah kemunculannya.

Sebaliknya, media cetak seperti koran memiliki proses penyebaran yang jauh lebih lambat dibandingkan dengan media sosial. Koran diterbitkan secara harian atau mingguan dan memerlukan waktu tambahan untuk distribusi fisik. Televisi, meskipun bisa menyampaikan berita secara langsung atau dalam bulletin berita, juga terikat pada jadwal siaran, yang membuat penyebaran berita menjadi lebih lambat dibandingkan media sosial. Media sosial memungkinkan informasi tersebar dengan sangat cepat dan luas, mempengaruhi pemahaman dan respons masyarakat terhadap berbagai isu. Kecepatan penyebaran ini mempercepat pembentukan opini publik tentang topik tertentu.

Keberadaan media sosial telah mempercepat penyebaran informasi ke seluruh lapisan masyarakat. Setiap orang yang menggunakan media sosial memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan informasi dengan cara yang mereka inginkan dengan berpartisipasi dalam diskusi dalam berbagai cara. Semua aspek kehidupan dapat dengan cepat dan mudah diakses dari media sosial. Sebagai contoh, penyebaran berita yang cepat melalui internet atau media sosial lebih cepat dibandingkan dengan menunggu berita di televisi.

Dalam era digital saat ini, peningkatan media massa (terutama media online) dikaitkan partisipasi masyarakat dalam mencari informasi adalah ketika orang berusaha aktif untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, terutama karena kemudahan inovasi teknologi yang memungkinkan masyarakat media massa, terutama media online, telah menjadi pilihan terbaru bagi masyarakat untuk mencari informasi.

Selain itu, transformasi saluran komunikasi tradisional ke digital adalah penanda penting di era ini. Tidak terkecuali, bidang pendidikan adalah yang paling banyak mengalami perubahan dalam masalah media tersebut. Teknologi telah menghasilkan media baru, yang sekaligus memungkinkan tranformasi media, yang memungkinkan masyarakat untuk mengonsumsi berita dan informasi dengan cara yang berbeda (Rogers, 2016).

Narasumber di media sosial dapat secara signifikan memengaruhi persepsi publik. Pendapat dan rekomendasi mereka sering dianggap sebagai otoritas dan dapat membentuk opini masyarakat tentang produk, layanan, atau isu sosial. Media sosial juga memungkinkan partisipasi aktif dalam diskusi isu-isu penting, di mana komentar dan interaksi dari berbagai individu membentuk narasi umum dan mempengaruhi persepsi publik tentang topik tertentu.

Satu contoh transformasi media, pergeseran dari media tradisional ke digital. Orang harus beradaptasi dan mengembangkan cara inovatif untuk mengikuti perkembangan untuk tetap hidup dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi karena kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Sejak teknologi digital menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, pertumbuhan media komunikasi mengalami perkembangan yang sangat cepat.

Jurnalisme warga (*Citizen journalism*) yakni jurnalisme yang dilakukan oleh warga atau penonton yang aktif mengumpulkan informasi. Dengan munculnya *citizen journalism*, masyarakat dapat lebih aktif mengumpulkan informasi tentang masalah publik (Marwantika & Prabowo, 2023). Dengan transformasi media massa ke era masyarakat informasi di

Indonesia, warga negara sekarang dapat menjadi pewarta berita saat mereka menulis dan mewartakan berita ke seluruh dunia. Hal ini mendorong partisipasi aktif berpartisipasi dalam pengumpulan data.

Jurnalisme warga juga dapat membantu mengubah pandangan masyarakat menjadi lebih dekat dengan masyarakat dan lebih aktif dalam mengumpulkan informasi. Memungkinkan masyarakat untuk lebih aktif mengumpulkan informasi tentang masalah publik. Jurnalisme warga dapat menjadi alat yang sangat berguna bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi terbaru. Asumsi adalah salah satu akun YouTube yang menunjukkan perubahan tersebut.

Jurnalisme warga, terutama melalui platform seperti YouTube, telah menunjukkan dampak signifikan di Indonesia, baik maupun tidak baik. Sebagai contoh, kasus pembunuhan Vina di Cirebon yang viral pada tahun 2024, yang menjadi perbincangan luas. Data dari Digital News Report Indonesia 2024 menunjukkan bahwa 60% pengguna media sosial di Indonesia aktif terlibat dalam diskusi berita dan sering memberikan komentar yang mempengaruhi persepsi berita. Komentar online dapat memperkuat atau mengubah cara berita dipersepsikan, tergantung pada sifat komentar tersebut. Laporan oleh We Are Social 2024 menegaskan bahwa keterlibatan dalam komentar di media sosial mempengaruhi seberapa jauh dan cepat berita menyebar. Komentar yang baik atau tidak baik dapat memperkuat dampak berita dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu tersebut.

Walaupun banyak studi yang ada saat ini memfokuskan pada dampak umum media sosial terhadap persepsi publik, masih terdapat kekurangan dalam penelitian mendetail tentang bagaimana komentar spesifik dari warganet mempengaruhi jurnalisme warga di platform seperti YouTube. Penelitian seringkali tidak mempertimbangkan konteks spesifik dari platform atau jenis konten, seperti jurnalisme warga, dan bagaimana interaksi tersebut membentuk opini publik di tingkat yang lebih detail.

Saluran YouTube budaya populer adalah topik utama Asumsi, sebuah organisasi media. Asumsi pertama kali merupakan saluran YouTube yang dimulai oleh Pangeran Siahaan pada tahun 2015 yang secara aktif

mendiskusikan berbagai isu terkini dan juga melakukan wawancara dengan berbagai individu. Seiring perkembangannya, liputan redaksi Asumsi disajikan dalam berbagai bentuk, termasuk film, esai, podcast, newsletter, dan media sosial. Asumsi terus berinovasi dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik hingga saat ini.

YouTube Asumsi salah satu pendukung penggunaan media massa di pemerintahan dan masyarakat sebagai alat kontrol sosial, pendidikan, dan informasi. Topik apa pun dapat didiskusikan selama masih menjadi bagian dari budaya Indonesia. Asumsi dipilih sebagai nama lembaga karena secara akurat menangkap esensi dari organisasi ini.

Asumsi didefinisikan sebagai "dugaan yang diterima sebagai dasar atau landasan berpikir karena dianggap benar" oleh KBBI Daring. Pada tanggal 17 Januari 2015, saluran YouTube Asumsi mengunggah video debutnya. Sebanyak 1,6 ribu video telah diunggah, dan secara keseluruhan terdapat 1,3 juta pelanggan. Didirikan pada awal tahun 2015.

Asumsi memiliki kemampuan pengemasan berita secara unik yakni menceritakan pengalaman masyarakat yang disajikan dalam gaya mini dokumenter. Melalui situs www.Asumsi.co dan kanal YouTube. Akun YouTube Asumsi mengangkat isu-isu yang sering diabaikan, karena topik-topik ini *relatable* dan menarik, masyarakat dapat lebih aktif dalam mengumpulkan informasi yang relevan dengan isu-isu publik. Membantu masyarakat dalam mengumpulkan informasi.

Citizen journalism dapat membantu masyarakat dalam mengumpulkan informasi yang relevan dengan isu-isu publik. Dalam konteks akun YouTube Asumsi, *citizen journalism* dapat membantu masyarakat dalam menemukan informasi terbaru dan menjadi lebih aktif dalam mengumpulkan informasi yang relevan dengan isu-isu publik. *Citizen journalism* dapat membantu masyarakat dalam memperkuat keseimbangan informasi, yang dapat memperkuat demokrasi dan penguatan keseimbangan.

Dalam konteks akun YouTube Asumsi, *citizen journalism* dapat membantu masyarakat dalam memperkuat keseimbangan informasi dan membantu masyarakat dalam memahami isu-isu publik lebih baik. *Citizen*

journalism dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan konsumsi berita di media mainstream. Dalam konteks akun YouTube Asumsi, *citizen journalism* dapat membantu masyarakat dalam menemukan informasi terbaru.



Gambar 1. 4 Laman Utama Akun YouTube Asumsi

(Sumber: YouTube Asumsi 2024)

Asumsi Episode Kerah Biru tayang setiap tiga minggu hingga sebulan sekali dan biasanya berdurasi 9 hingga 21 menit. Keseluruhan episode Asumsi Kerah Biru ini mengandung pesan moral yang sering terjadi. Dengan adanya komunikasi dua arah antara akun YouTube Asumsi dan warganet, komunikasi menjadi lebih hidup.

Internet telah berubah menjadi alat penting bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi di era digital saat ini. YouTube, salah satu platform media sosial terkenal, memungkinkan penggunanya menonton video, berinteraksi, dan berbagi pendapat.

Pemilihan akun YouTube Asumsi sebagai fokus utama didasarkan pada analisis subjektif hasil observasi lapangan. Walaupun beberapa saluran YouTube lain juga membahas isu servis KTP, mereka menunjukkan aktivitas komentar yang jauh lebih rendah. Akun YouTube Asumsi, sebaliknya, menampilkan sekitar 4.900 komentar, menunjukkan tingkat keterlibatan yang signifikan dari warganet.

Keaktifan komentar yang tinggi ini mengindikasikan bahwa topik yang diangkat dalam episode servis KTP memiliki resonansi yang kuat dengan audiensnya. Dalam netnografi, komentar warganet di platform ini berfungsi sebagai indikator dari opini, pandangan, dan reaksi masyarakat

digital terhadap isu yang dibahas. Topik servis KTP dan isu terkait mungkin mendorong tanggapan yang lebih aktif karena relevansi langsungnya dengan pengalaman pribadi audiens atau pandangan mereka mengenai kebijakan publik. Volume komentar yang besar di akun Asumsi menunjukkan bahwa episode ini berhasil menarik perhatian dan memicu keterlibatan yang intens dari warganet. Hal ini menjadikannya sumber data yang berharga dan relevan untuk analisis dalam penelitian ini, menawarkan wawasan yang mendalam mengenai dinamika interaksi warganet dengan konten yang membahas isu publik yang signifikan.

Video Asumsi yang salah satu menarik perhatian publik berjudul "Kerah Biru: Servis KTP Pantang Ubah Data Meski Ditawari Cuan", yang diunggah pada 13 Desember 2023. Video ini membahas fenomena servis KTP, yang tidak menawarkan perubahan data KTP dengan rincian video pertanggal 9 Juli 2024, 21.000 orang telah menyukai video ini, 2.158.521 orang menontonnya, dan 4.900 orang meninggalkan komentar.

Video ini mengangkat kisah Ibu Ade Kalsum, seorang perempuan yang menjalankan usaha servis KTP selama empat tahun. Cerita-cerita menarik dituturkan. Tentang beberapa orang yang datang ingin untuk mengubah identitas mulai dari perubahan status untuk menikah lagi, memalsukan agama hingga ingin mengubah jenis kelamin. Keahlian itu didapat dari almarhum suaminya. Dan tak cuma keahlian tapi juga nilai yang mereka junjung bersama, termasuk memberi harga khusus bagi para pejuang cuan di jalanan.

Dalam video berjudul "Pantang Mengubah Data Meski Ditawari Cuan untuk Servis KTP", penelitian ini membahas masalah penting tentang praktik perbaikan data KTP yang semakin populer di masyarakat. Video tersebut menunjukkan bagaimana masyarakat tergiur dengan tawaran perbaikan kualitas KTP, yang akhirnya menyebabkan banyak orang ingin melakukan perubahan data KTP untuk keuntungan pribadi mereka sendiri.

Peristiwa yang disebutkan dalam penelitian ini menunjukkan elemen menarik tentang interaksi pengguna di platform media online, terutama

konten video. Dalam video tersebut disebutkan jika petugas kelurahan juga datang untuk melakukan servis KTP, padahal petugas tersebut bisa langsung datang ke dukcapil. Hal ini membuat masyarakat memiliki komentar masing-masing dalam menanggapi. Data menarik lainnya adalah bahwa video tersebut mengungkapkan informasi yang berbeda dengan apa yang diharapkan dari judulnya, meskipun judul konten tetap tidak merubah data meski ditawarkan. Hal tersebut menjelaskan situasi di mana ada ketidaksesuaian antara judul konten dan isi konten, yang dapat memengaruhi cara pengguna melihat dan bertindak. Keputusan narasumber untuk mengungkapkan tindakan ilegal, seperti perubahan umur di KTP, menimbulkan pertanyaan etika dan hukum yang mungkin memengaruhi bagaimana konten semacam itu diatur atau ditanggapi oleh platform media online dan masyarakat pada umumnya.

Selain itu, data menunjukkan ketertarikan yang terus-menerus terhadap kontroversi yang dihasilkan oleh video tersebut, meskipun telah diunggah beberapa waktu yang lalu. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya konten kontroversial untuk menarik perhatian dan keterlibatan pengguna dalam interaksi online.

Studi ini menunjukkan bahwa praktik ini menimbulkan dilema moral dan konsekuensi hukum yang signifikan. Di satu sisi, seperti yang ditunjukkan oleh narasumber dalam video, niat baik untuk membantu orang lain memudahkan usia agar dapat diterima di tempat kerja. Meskipun demikian, mengubah data KTP seperti usia dan penggantian foto KTP untuk kepentingan pribadi jelas melanggar hukum dan hal ini dapat menimbulkan risiko bagi diri sendiri dan orang lain.

Dengan itu, penelitian ini menunjukkan kekhawatiran masyarakat tentang privasi dan keamanan data pribadi. Dengan tawaran uang yang menguntungkan, orang mungkin ingin memberikan data KTP mereka kepada pihak yang tidak berwenang, yang dapat disalahgunakan untuk berbagai tujuan kriminal. Hal ini diperparah dengan banyaknya tanggapan warganet

yang menunjukkan pendapat mereka tentang layanan KTP, menunjukkan masalah rumit tentang privasi data.

Studi ini berbeda dari studi sebelumnya, mengkaji *Citizen journalisme* yang ditampilkan di akun YouTube Asumsi, yang jarang diteliti dalam studi jurnalisme dan media sosial. Penelitian ini mengkaji bagaimana *Citizen journalisme* di akun YouTube Asumsi mengangkat topik yang dekat dengan masyarakat dan dikemas dari perspektif masyarakat itu sendiri. Berbeda dengan jurnalisme TV, yang biasanya didominasi oleh pendapat para pakar dan elit.

Selanjutnya, penelitian ini berfokus pada bagaimana masyarakat melihat *Citizen journalisme* di Asumsi di YouTube dengan melihat bagaimana warganet menanggapi video tersebut di kolom komentarnya. Akun YouTube Asumsi berbeda dengan acara berita TV YouTube lainnya yang biasanya membahas masalah budaya dari sudut pandang ahli. Asumsi memberi masyarakat kesempatan untuk menyuarakan pendapat dan pengalaman mereka sendiri tentang masalah budaya.

Lebih lanjut, untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana akun YouTube Asumsi mengemas berita di mediana, peneliti membuat kerangka analisis kolom komentar dengan Metodenetnografi, untuk mengetahui bagaimana warganet melakukan komentar suatu fenomena atau peristiwa digambarkan saat proses penayangan konten *Citizen journalism* di YouTube Asumsi.

Fenomena yang diteliti dalam penelitian ini memiliki urgensi signifikan karena memberikan wawasan penting mengenai bagaimana isu publik, khususnya terkait pelayanan publik, diterima dan direspons oleh masyarakat melalui platform digital. Penelitian ini menggunakan metode netnografi untuk menggali secara mendalam persepsi warganet terhadap episode "Servis KTP" di akun YouTube Asumsi. Netnografi dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis komentar serta interaksi dalam konteks komunitas online, di mana komentar warganet sering kali mencerminkan makna dan persepsi yang dibentuk oleh budaya digital.

Urgensi penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan wawasan mendalam tentang dinamika komunikasi massa di era digital. Dalam konteks sosial budaya, hasil penelitian ini penting untuk memahami persepsi masyarakat terhadap layanan publik dan kualitas pelayanan pemerintah. Dengan menganalisis komentar warganet, penelitian ini mengungkapkan bagaimana isu-isu publik direspons dan bagaimana interaksi antara warga dan institusi terbentuk dalam ruang digital.

Dalam penelitian ini, metodologi netnografi digunakan. Metode penelitian ini dikenal sebagai netnografi, yang melihat interaksi dan cara orang dari berbagai budaya dan kelompok berperilaku di internet (Kozinets, 2020). Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana masyarakat menerima dan menginterpretasikan konten *Citizen journalism* di Asumsi.

Metode netnografi tidak hanya membantu dalam memahami makna yang dibentuk dalam komunitas online, tetapi juga menyoroti bagaimana jurnalisme warga berperan dalam membentuk opini publik. Penelitian ini berkontribusi pada bidang ilmu komunikasi dengan menawarkan gambaran tentang pola komunikasi modern dan potensi media sosial sebagai saluran untuk menyalurkan pendapat publik. Selain itu, studi ini juga memberikan saran untuk meningkatkan objektivitas jurnalisme warga, agar sesuai dengan fakta dan idealitas informasi yang disajikan, sehingga dapat memenuhi standar komunikasi yang lebih tinggi dalam konteks digital.

Melalui analisis detail terhadap komentar, penelitian ini akan mengidentifikasi pola perilaku, sikap, dan pengaruh komentar terhadap narasi berita, serta bagaimana komentar dapat memperkuat atau melemahkan pesan yang disampaikan. Ini akan memberikan wawasan tentang dampak jangka panjang dari komentar terhadap diskursus sosial dan pembentukan opini publik. Penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara komentar warganet dengan kualitas informasi dalam jurnalisme warga, termasuk bagaimana komentar menyoroti atau mengkritik kekuatan dan kelemahan informasi yang disajikan.

Penelitian ini menerapkan teori *New Media* dengan penerapan media online yang berbasis teknologi menggunakan internet sebagai jaringan penghubung didalamnya. Dalam teori ini dijelaskan terkait bagaimana didalam sebuah *New Media* atau media baru muncul perbedaan cara seseorang berinteraksi secara langsung maupun melalui sebuah media (Indrawan *et al.*, 2020). Teori *New Media* digunakan untuk menginterpretasikan data yang diperoleh, dengan fokus pada aspek algoritma dan monetisasi yang relevan dengan media sosial. Teori *New Media* memberikan kerangka konseptual yang berguna untuk memahami bagaimana platform digital seperti YouTube membentuk dan mempengaruhi interaksi serta distribusi informasi. Dalam konteks penelitian ini, teori ini dapat diterapkan untuk mengkaji dua aspek kunci algoritma dan monetisasi.

Algoritma platform seperti YouTube memainkan peran sentral dalam menentukan visibilitas dan distribusi konten. Dalam kasus akun YouTube Asumsi, algoritma dapat mempengaruhi seberapa luas jangkauan episode yang membahas servis KTP dan bagaimana komentar warganet diprioritaskan atau ditampilkan. Teori *New Media* membantu menjelaskan bagaimana algoritma ini mempengaruhi eksposur konten kepada audiens tertentu, serta bagaimana interaksi warganet seperti komentar dan like dapat memperkuat visibilitas dan pengaruh suatu video. Algoritma yang kompleks dapat memprioritaskan konten yang memperoleh engagement tinggi, sehingga episode yang kontroversial atau relevan, seperti yang membahas pelayanan publik, mendapatkan lebih banyak perhatian.

Monetisasi aspek penting lainnya dalam teori *New Media* yang relevan dengan akun YouTube Asumsi. Platform media sosial sering kali mengimplementasikan sistem monetisasi yang memungkinkan pembuat konten untuk menghasilkan pendapatan dari tayangan dan interaksi pengguna. Dalam konteks penelitian ini, teori *New Media* dapat digunakan untuk memahami bagaimana monetisasi mempengaruhi pembuatan dan penyebaran konten. Akun Asumsi, yang mendapatkan pendapatan dari iklan dan sponsor, mungkin memiliki insentif untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan, yang dapat meningkatkan jumlah komentar dan keterlibatan

warganet. Dengan demikian, monetisasi tidak hanya berfungsi sebagai motivator ekonomi tetapi juga dapat mempengaruhi jenis dan gaya konten yang diproduksi.

Dengan menerapkan teori *New Media*, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana algoritma dan monetisasi mempengaruhi interaksi warganet dan bagaimana konten digital mempengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu seperti pelayanan KTP. Hal ini juga menyoroti bagaimana media baru, melalui mekanisme algoritma dan monetisasi, membentuk dinamika komunikasi digital dan penyaluran informasi di era modern.

Tujuannya untuk menganalisis Komentar warganet pada media sosial YouTube, Metode Netnografi ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara menyeluruh bagaimana warganet berinteraksi satu sama lain dan membentuk komunitas di kolom komentar video Asumsi.

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“KAJIAN NETNOGRAFI TERHADAP KOMENTAR WARGANET PADA AKUN YOUTUBE ASUMSI (Studi pada Episode Servis KTP)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah yang diajukan adalah “Bagaimana Komentar warganet pada akun YouTube Asumsi (Studi pada episode Servis KTP), melalui kajian netnografi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan menggambarkan tanggapan warganet terhadap akun YouTube yang berjudul Bagaimana Komentar warganet pada akun YouTube Asumsi tahun (Studi pada episode Servis KTP), melalui kajian netnografi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

- Perkembangan Ilmu Komunikasi secara luas maupun dalam konteks khusus ilmu jurnalistik, ilmu sosiologi dan ilmu media sosial.
- Bagi penelitian-penelitian selanjutnya, diharapkan bermanfaat sebagai kajian ilmiah mengenai Komentar warganet dengan kajian netnografi di media sosial pada akun YouTube.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sebagai berikut:

- Bagi para warganet tidak hanya menikmati konten video tersebut tetapi dapat melihat bentuk bagaimana pengguna bereaksi dan terlibat dengan konten YouTube satu sama lain.
- Bagi para YouTuber yang memiliki konten *citizen journalism* agar bisa memberikan konten-konten yang menarik dan mendapat penghargaan.
- Bagi masyarakat supaya memahami dinamika dan interaksi antar pengguna dalam komunitas online.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun secara terstruktur, terbagi menjadi beberapa bab, dan setiap babnya terdiri dari beberapa sub bab, sesuai dengan struktur yang dijelaskan di bawah ini:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I memberikan gambaran umum tentang masalah yang menjadi fokus penelitian, termasuk latar belakang, rumusan, dan tujuan penelitian. Selain itu, bab ini membahas manfaat teoritis dan praktis dari penelitian, serta bagaimana menulis sebagai bagian dari rancangan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka membahas tiga bab: Penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan judul penelitian peneliti, dijadikan referensi penelitian. Teori *New Media* yang diterapkan dan Kerangka Pemikiran yang menunjukkan pola penelitian yang akan diteliti.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian, dibahas Metode penelitian netnografi, yang mencakup langkah-langkah penelitian dan penerapan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Selama proses penelitian, langkah-langkah ini diambil untuk mendapatkan informasi dari sumber data. Proses ini termasuk melakukan observasi terhadap subjek dan objek penelitian, mengidentifikasi sumber data, menggunakan metode pengumpulan data seperti observasi, dan dokumentasi.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil observasi dan informasi terkait yang telah dianalisis dan temuan penelitian disajikan di Bab IV.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini memberikan rangkuman hasil penelitian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya dari penelitian ini. Ini juga mencakup rekomendasi serta wawasan dan pengalaman yang diperoleh dari penelitian ini.