

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis/ Tahun/ Universitas	Judul/	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Try Riski Agustina Strategi Rafa Tv UIN Raden Fatah Palembang Dalam Meningkatkan Tampilan <i>live</i> <i>streaming</i> <i>dichannel</i> youtube. 2020 "Universitas Islam Negeri"		Strategi Produksi Program, New Media	Kualitatif	Hasil dari penelitian penulis bernama Agustina adalah perencanaan yang dilakukan oleh Rafa Tv dengan strategi dalam meningkatkan tampilan pada <i>Live Streaming</i> berjalan dengan benar. Sehingga dengan perencanaan terbaru tersebut merupakan pembaruan yang dapat membangun Rafa Tv menjadi lebih baik.
2.	Zata Amani dan Amalia Djuwita. Strategi Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengelola Akun Youtube "Halo Bandung" 2021 "Universitas Telkom Bandung"		Strategi <i>Public Relation</i> , New Media	Kualitatif	Hasil dari penelitian penulis bernama Zata Amani dan Amalia Djuwita adalah strategi yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Bandung dalam mengelola akun Youtube dengan melakukan <i>Fact Finding, Planning, Communicating Evaluating</i> .
3.	I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati Strategi Produksi Program Berita NAVY NEWS JALASVEVA JAYAMAHE Tv di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers 2021 "Universitas Nasional"		New Media, Strategi Produksi Program, Strategi Manajemen Redaksi	Kualitatif	Hasil dari penelitian penulis bernama Tiara adalah mengenai Strategi program dalam meningkatkan produksi dalam bentuk informasi berita tentang tugas pokok TNI Angkatan Laut.
4.	Rahmadina Strategi Pengelolaan Akun Youtube Hotman Paris Show. 2021 "Universitas Mercubuana"		New Media, Strategi manajemen redaksi	Kualitatif	Hasil penelitian penulis bernama Rahmadina adalah strategi mengelola akun Youtube yang dilakukan oleh Hotman Paris Show yaitu dengan memperkuat tayangan, headline, caption dan thumbnail dengan dibuat dengan semarik

				mungkin untuk dapat menarik minat penonton.
5.	Nursidah Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita (Studi Terhadap Kompas Tv Jambi) 2021 "Universitas Islam Negeri"	Strategi	Kualitatif	Hasil penelitian penulis bernama Nursidah adalah dalam strategi yang dilakukan tim Kompas Tv Jambi melakukan sebuah strategi yang dimana mengakibatkan audiens pada youtubanya merasa puas terhadap konten video yang disajikan, subscriber yang ada pada akun youtube tersebut memiliki peningkatan dengan mendapati penonton secara meluas. Terdapat pula hambatan yang dirasakan seperti pada koneksi jaringan internet yang lambat dan juga pemadaman listrik.

Pada penelitian terdahulu yang pertama yang bernama Tri Riski Agustina mengenai Strategi Rifa Tv UIN Raden Fatah Palembang Dalam Meningkatkan Tampilan *live streaming* di *channel* youtube.¹ Perbedaan dari kedua penelitian antara penulis dengan milik Agustina adalah penelitian Agustina lebih mengutamakan strategi dalam meningkatkan tampilan *live streaming* di *channel* youtube sementara penelitian penulis lebih mengutamakan strategi pengelolaan kanal Youtube.

Selanjutnya, persamaan antara penelitian Agustina dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan *Platform* Youtube sebagai objek pada kedua penelitian dan persamaan yang ada pada kedua penelitian tersebut yaitu pada teori yang

¹ Try Riski Agustina, Skripsi: Strategi Rifa Tv UIN Raden Fatah Dalam Meningkatkan Tampilan *Live Streaming* di *Channel* Youtube" (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang 2020), hal. Xiv

digunakan, sama-sama menggunakan teori New Media dan Strategi Produksi Program.

Penelitian terdahulu yang kedua yang bernama Zata Amani dan Amalia Djuwita mengenai Strategi Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengelola kanal Youtube “Halo Bandung” agar kanal Youtube tersebut juga bertumbuh dengan baik.² Yang membedakan kedua penelitian antara penulis dengan Amani dan Amalia adalah penelitian Amani dan Amalia berfokus pada strategi humas dalam melakukan perencanaan, komunikasi, evaluasi dan pencarian fakta pada dan menggunakan teori strategi Public Relation sedangkan penelitian penulis lebih kepada peningkatan *viewers* pada kanal Youtube Tagar Tv. selanjutnya, persamaan antar kedua penelitian ini yaitu memiliki persamaan yaitu mengenai strategi pengelolaan kanal Youtube dan sama-sama menggunakan teori New Media.

Penelitian terdahulu yang ketiga bernama I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati mengenai strategi Produksi program berita NAVY NEWS JALASVEVA JAYAMAHE Tv di Youtube milik TNI Angkatan Laut yang ingin meningkatkan *viewers*. Yang membedakan kedua penelitian antara penulis dengan Tiara adalah penelitian berfokuskan pada strategi produksi program berita Navy News Jalasveva Jayamahe dan yang membedakan antara penelitian penulis dengan penelitian milik Tiara yaitu terletak pada teori yang digunakan pada teori yang digunakan oleh penulis adalah teori Strategi Manajemen Media sementara milik Tiara menggunakan teori Strategi Manajemen Redaksi.

² Zata Amani dan Amalia Djuwita “Strategi Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengelola Akun Youtube “Halo Bandung” Universitas Telkom, (Online), volume 2021, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15411> diakses pada 24 Mei 2022

Sedangkan persamaannya dari kedua penelitian tersebut adalah sama-sama ingin meningkatkan *viewers* pada kanal *youtube*. Pada kedua penelitian tersebut sama-sama menggunakan teori New Media, Strategi Produksi program.³

Penelitian terdahulu yang keempat bernama Rahmadina mengenai Strategi Pengelolaan Akun Youtube Hotman Paris Show.⁴ Yang membedakan antara penelitian milik Rahmadina dan penulis yaitu fokus penelitian milik Rahmadina yaitu terletak pada meningkatkan kualitas pada tayangan, headline, caption dan thumbnail sementara penelitian penulis berfokus pada peningkatan *viewers* dan penelitian yang dilakukan oleh Rahma dan penulis memiliki perbedaan yang terletak pada teori yang digunakan. Teori yang digunakan oleh Rahma menggunakan teori Strategi Manajemen Redaksi sementara penulis menggunakan teori Manajemen Media

Dari kedua penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama melakukan penelitian terhadap strategi dalam mengelola Youtube dan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif sebagai metode dalam melakukan penelitian dan sama-sama menggunakan teori New Media.

Penelitian yang terdahulu yang kelima bernama Nursidah mengenai Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita (Studi Terhadap Kompas Tv Jambi. Berdasarkan penelitian milik Nursidah dengan penulis memiliki perbedaan yang terletak pada permasalahan penelitian, pada penelitian milik

³ I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati, “Strategi Produksi Program Berita NAVY NEWS JALASVEVA JAYAMAHE Tv di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional, hal. 6

⁴ Rahmadina, “Strategi Pengelolaan Akun Youtube Hotman Paris Show”, Universitas Mercubuana, Volume 20, No.01 2021 diakses pada 2 April 2022
<file:///D:/Skripsi/berkas%20Jurnal%20yang%20dipake/pengelolaan.pdf>

Nursidah berfokus strategi penggunaan Youtube sebagai sebuah sarana untuk dapat menyebarluaskan berita sementara milik penulis berfokus pada bagaimana strategi pengelolaan untuk dapat meningkat viewers pada kanal Youtube Tagar Tv.⁵

Dalam penelitian milik Nursidah dan penulis juga memiliki kesamaan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan *Platform* Youtube sebagai objek permasalahan yang ada kedua penelitian dan sama-sama menggunakan Konsep Strategi untuk dapat menunjang dalam meraih hasil penelitian.

2.2 Teori New Media

Teori media baru menurut Mark Posteer dalam Stephen W Littlejhon, merupakan era baru yang dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, terutama pada dunia maya dapat mengubah masyarakat. Ide-ide pada era media kedua yang sebenarnya berkembang dari tahun 1980-an hingga sekarang, menunjukkan titik balik yang penting dalam teori media baru.⁶

Berikut adalah karakteristik pada new media menurut Mark Posteer, yaitu:

- a. **Interaktif**, merupakan salah satu fitur utama media baru, yang dapat dikatakan paling interaktif dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio dan surat kabar.⁷
- b. **Hipertextual**, semua informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar dipindahkan ke media baru

⁵ Nursidah, "Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita" Universitas Islam Negeri, <http://repository.uinjambi.ac.id/9855/1/305171444%20cover-lampiran%20fulltext.pdf>.

⁶ Stephen W Littlejhon, *Teori Komunikasi Eds 9*, (Jakarta. Salemba Humaika, 2014), hal. 413

⁷ Stephen W Littlejhon *Op Cit*, 415

dengan menggunakan tampilan yang mengikuti format yang ada. Format ini digunakan untuk menentukan perpindahan media dari media lama ke media baru agar data yang lama tidak hilang begitu saja.⁸

c. **Jaringan (*Networking*)**, jadi, di media baru. Internet memiliki

beberapa jaringan terkait yang memudahkan masyarakat untuk menemukan dan menggunakan internet untuk mencari berita. Jaringan adalah *The World Wide Web*, situs web perusahaan atau pemerintah, situs media sosial, jaringan blog, sepuluh forum online dan banyak lagi. Jaringan ini merupakan kunci mengarah pada media baru.⁹

d. **Maya atau virtual**, karakteristik ini merupakan sebuah bentuk bahwa identitas individu atau kelompok menjadi luar biasa di media baru internet, karena merupakan bentuk yang melemahkan bentuk *virtual*. Karena area distribusi untuk mendistribusikan berita di jaringan internet dengan gratis dan tidak terbatas, sangat mudah untuk membawa masalah ke masyarakat umum.¹⁰

e. **Simulasi**, pada zaman digital memiliki hubungan dekat antara peniruan atau simulasi. Semua media memiliki hasil yang ditiru oleh publik sebagai media lama. Media baru masih meniru beberapa media lama yang masih bisa diangkat ke media baru. Para pengguna

⁸ *Ibid*, 415

⁹ *Ibid*, 415

¹⁰ Stephen W Littelejhon *Op Cit*, 417

media baru juga meniru informasi yang mereka dapat didalam media baru ke dalam dunia nyata yang mempengaruhi kehidupan.¹¹

Selanjutnya, terdapat jenis-jenis pada New Media menurut Rahma Sugihartati sebagai berikut:

1. Media Sosial (Youtube, Instagram, Tiktok).
2. Komputer.
3. Digital Video Disc (DVD).
4. Video CD (VCD).
5. *Smartphone*.
6. *Game Aplication*.¹²

2.3 Strategi

Strategi menurut Stephanie K. Marrus dalam Anis Hamidati mengungkapkan bahwa strategi didefinisikan sebagai sebuah proses penetapan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi atau perusahaan dalam melibatkan penyempurnaan metode atau upaya untuk mencapai tujuan yang akan tercapai.¹³

Selanjutnya, Onong Uchyana Efendi juga berpendapat tentang strategi yaitu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan

¹¹ *Ibid*, 417

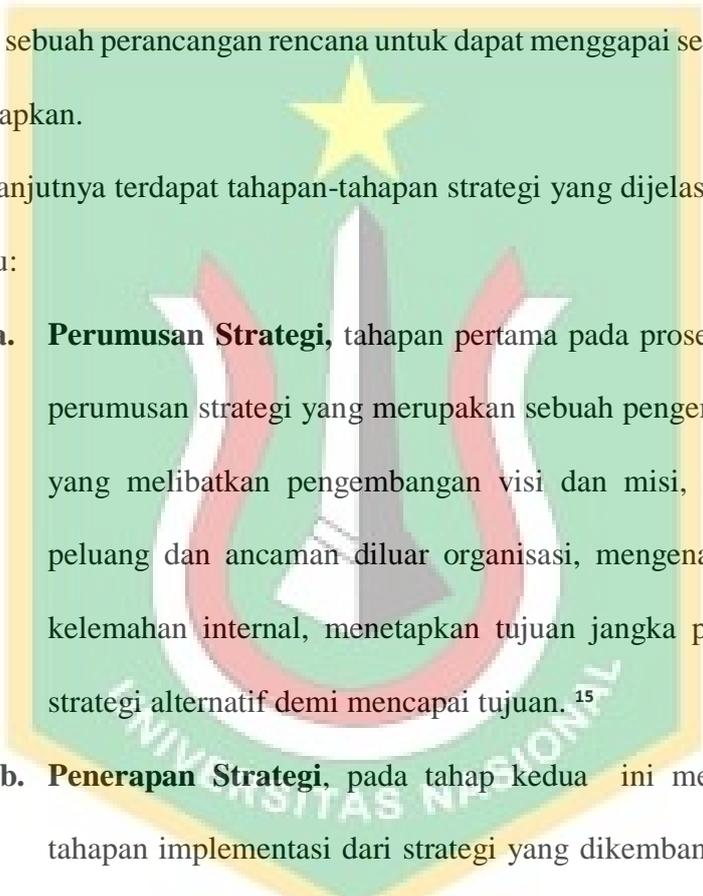
¹² Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 87

¹³ Husein Umar, *Strategic management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal.

tersebut, strategi harus mampu menunjukkan apa itu taktik operasional, bukannya hanya bertindak sebagai satu jalur.¹⁴

Berdasarkan penjelasan diatas yang diungkapkan oleh Stephanie K. Marrus dan Onong Uchyana Efendi dapat penulis simpulkan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi dalam melakukan sebuah perancangan rencana untuk dapat menggapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan.

Selanjutnya terdapat tahapan-tahapan strategi yang dijelaskan oleh Fred R. David yaitu:

- 
- a. **Perumusan Strategi**, tahapan pertama pada proses strategi adalah perumusan strategi yang merupakan sebuah pengembangan strategi yang melibatkan pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman diluar organisasi, mengenali kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, mencari strategi alternatif demi mencapai tujuan.¹⁵
 - b. **Penerapan Strategi**, pada tahap kedua ini merupakan sebuah tahapan implementasi dari strategi yang dikembangkan pada tahap sebelumnya. Implementasi suatu strategi yang sering disebut sebagai “tahap tindakan”. Penerapan strategi membutuhkan disiplin, komitmen, dan pengorbanan.¹⁶

¹⁴ Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja rosdakarya, 1992), hal 32

¹⁵ Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2012) hal. 6

¹⁶ Fred R. David, *Op Cit*, hal 7

Penerapan strategi melibatkan pengembangan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mempelajari kembali kegiatan pemasaran, penganggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi, dan mengaitkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.¹⁷

- c. **Penilaian Strategi**, pada tahapan ketiga menjelaskan tentang penilaian strategi, penilaian strategi merupakan tahap akhir dari proses strategi. Pada tahap ini, strategi yang telah dikembangkan sebelumnya dievaluasi. Dengan berjalannya saat ini tidak selalu berhasil dikemudian hari, sehingga perlunya evaluasi strategi.¹⁸

2.4 Pengelolaan

Nugroho mengungkapkan bahwa pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (*to manage*) dan biasanya merujuk pada proses pengurusan atau menangani sesuatu untuk dapat mencapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk dapat mewujudkan tujuan tertentu untuk dapat dicapai.¹⁹

Selanjutnya, Terry mengungkapkan bahwa pengelolaan sama dengan manajemen sehingga pengelolaan dipahami sebagai suatu proses membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dengan

¹⁷ Fred R. David, *Op Cit*, hal 6

¹⁸ Fred R. David, *Op Cit*, hal 7

¹⁹ Nugroho, *Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi, Evaluasi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hal 119

memanfaatkan ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan.²⁰ Maka dapat penulis simpulkan berdasarkan dari pengertian yang diungkapkan oleh Nugroho dan Terry yaitu bahwa pengertian pengelolaan merupakan sebuah pelaksanaan dari sebuah kegiatan yang dimana meliputi sebuah fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan untuk dapat mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisiensi.

Tujuan pengelolaan akan tercapai apabila jika langkah-langkah dalam pengelolaan ditetapkan secara tepat, Afifundin mengungkapkan bahwa langkah-langkah pengelolaan berdasarkan tujuan sebagai berikut:

1. Menentukan strategi.
2. Menentukan sarana dan batasan tanggung jawab .
3. Menentukan target yang mencakup kriteria hasil, kualitas dan batasan waktu.
4. Menentukan pengukuran pengoperasian tugas dan rencana.
5. Menentukan standar kerja yang mencakup efektivitas dan efisiensi.
6. Menentukan ukuran untuk meniai
7. Mengadakan pertemuan.
8. Pelaksanaan.
9. Mengadakan penilaian.
10. Mengadakan riview secara berkala.
11. Pelaksanaan tahap berikutnya, berlangsung secara berulang-ulang.²¹

²⁰ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal 9

²¹ Afifundin, *Perencanaan Pembelajaran*, (Bandung UIN Gunung Djati Bandung, 2010), hal 3

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai langkah-langkah pengelolaan menurut Afifundin bahwa dapat diketahui tujuan pengelolaan tidak akan lepas dari memanfaatkan sarana dan prasarana secara efektif dan efisien agar tujuan dari organisasi ataupun sebuah instansi tercapai.

2.5 Teori Strategi Manajemen Media Menurut Wayne Mondy

Morisson mengungkapkan manajemen merupakan landasan untuk memperkuat sebuah media, adanya manajemen media untuk mengupayakan sebuah kesetaraan dalam melengkapi kebutuhan pemilik dengan kebutuhan masyarakat merupakan rintangan yang harus dihadapi dalam manajemen sebuah media. Pada umumnya, sebuah manajemen diperlukan oleh diberbagai organisasi karena tanpa tiadanya manajemen maka semua yang sedang dijalankan akan menjadi sebuah kegagalan dan mencapai sebuah tujuan yang sedang dijalankan akan terhambat dari sebuah dalam menjalankannya.²² Berikut ini tiga alasan diperlukannya sebuah manajemen menurut Morisson sebagai berikut.

1. Untuk memenuhi sebuah tujuan

Adanya manajemen diperlukan sebagai memenuhi sebuah tujuan dari organisasi.

2. Untuk mengendalikan keseimbangan

Manajemen diperlukan dengan maksud untuk mengendalikan sebuah keseimbangan dari tujuan, sasaran, dan kegiatan yang akan berdampak kepada organisasi.

3. Untuk memenuhi efesiensi dan efektivitas

²² Morisson, *Manajemen Media Penyiaran*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2008), hal 134

Sebuah kinerja dari organisasi dapat dilihat dari adanya strategi yang berbeda. Efisiensi dan efektivitas merupakan salah satu dari strategi yang dilakukan untuk melihat kinerja dari sebuah organisasi.²³

Wayne Mondy dalam Morisson mengungkapkan definisi dari manajemen media yaitu bahwa prosedur dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam mencapai sebuah tujuan dari sebuah organisasi dengan melakukan pengorganisasian penggunaan sumber daya manusia dan materi.²⁴ Agar mencapai sebuah tujuan, maka diperlukannya sebuah manajemen yang di kemukakan oleh Wayne Mondy dan memiliki 4 fungsi manajemen media yang dikenal dengan POAC (Planning, Organizing, Actiuating, Controlling).

1. Perencanaan (Planning)

Perencanaan merupakan sebuah penentuan aktivitas dan penentuan apa saja yang harus dilakukan kapan, bagaimana, dan siapa. Membuat sebuah perencanaan yang baik dapat diperoleh dengan melakukan sebuah pertimbangan keadaan pada waktu yang akan mendatang, dalam sebuah perencanaan dan aktivitas yang sudah ditentukan dan akan dilaksanakan dengan rencana yang sudah dibuat.²⁵

2. Pengorganisasian (Organizing)

Pengorganisasian adalah prosedur dengan melakukan sebuah susunan dari struktur organisasi yang searah dengan tujuan dari organisasi, memiliki sumber daya dan lingkungan yang dicakupinya. Terdapat dua

²³ Morisson, *Op Cit*, hal 135

²⁴ Morisson, *Op Cit*, hal 136

²⁵ Morisson, *Op Cit*, hal 138

bagian dari prosedur susunan dari struktur organisasi adalah departemenisasi dan pembagian kerja. Departemenisasi adalah mengelompokkan aktivitas kerja dari sebuah organisasi agar aktivitas-aktivitas yang sama dan saling berkaitan dapat diselesaikan bersama.

Pembagian kerja merupakan pembagian tugas dari pekerjaan agar setiap orang dalam organisasi memiliki kewajiban dan melakukan berbagai aktivitas pekerjaan yang terbatas. Dari kedua bagian tersebut adalah sebuah prosedur dari pengorganisasian dari suatu organisasi dalam merajaih tujuan yang dibuat dengan efisien dan efektif.²⁶

3. Pelaksanaan (Actuating)

Peter pringel dalam morissan mengungkapkan bahwa pelaksanaan memiliki fungsi yang berada di titik pusat pada perangsangan kepada para karyawan untuk menjalankan kewajiban mereka masing-masing dengan memiliki rasa yang semangat dan efektif.

Adapun beberapa fungsi dari pelaksanaan yaitu:

- Motivasi.
- Komunikasi.
- Kepemimpinan.
- Pelatihan.²⁷

²⁶ Morisson, *Op Cit*, hal 150

²⁷ Morisson, *Op Cit*, hal 159

4. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan adalah sebuah prosedur untuk memahami tentang tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah diraih atau belum. Hal tersebut termasuk kedalam cara membuat sebuah kegiatan yang sama dengan yang telah disusun dengan rencana. Dengan pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa adanya sebuah ikatan yang erat antara pengawasan dan perencanaan.²⁸

Robert J. Mockler dalam Morisson mengungkapkan tentang definisi tentang sebuah pengawasan yang dimana menurutnya pengawasan manajemen merupakan suatu upaya yang tersusun dengan menetapkan sebuah tujuan yang akan dicapai dengan maksud menetapkan pedoman pelaksanaan dengan target, merencanakan kerangka kerja, membandingkan kegiatan yang kongkret dengan yang umum yang telah dibuat sebelumnya, memutuskan dan memperkirakan penyimpangan dan membuat langkah perbaikan penting untuk memastikan bahwa sumber daya organisasi digunakan dengan cara terbaik dan efektif. Dalam mencapai tujuan organisasi.²⁹

2.6 Youtube

Rulli Nasrullah mengungkapkan dalam bukunya Youtube adalah media sosial berbasis internet dengan konten video, dalam media tersebut seseorang dapat memberikan berbagai informasi dengan cara membuat channel. Pemilik channel tersebut adalah khalayak yang mempunyai akun. Dari tiap channel tersebut

²⁸ Morisson, *Op Cit*, hal 167

²⁹ Ibid, hal 167

pengguna dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Proses unggahan video tersebut seperti gambaran pada sebuah channel televisi yang dikemas dalam media sosial.³⁰

Gede Lingga menegaskan bahwa pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak.³¹

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa youtube merupakan sebuah media online yang digunakan oleh seluruh masyarakat, baik itu di Indonesiamaupun di luar Negeri, mereka menggunakan youtube untuk mendapatkan informasi ataupun sebagai hiburan bagi orang yang sering menonton youtube. Tidak hanya itu kebanyakan dari mereka memiliki akun youtube, yang digunakan sebagai media untuk berbagi pengalaman, dan pengetahuan mereka.

2.6.1 Karakteristik Youtube

Fatty Faiqah mengungkapkan Youtube memiliki beberapa karakteristik yang disukai oleh para penggunaanya yang dimana para penggunaanya senang saat menggunakan youtube sebagai berikut:

1. Tidak memiliki batasan waktu dalam mengunggah video

³⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hal 20

³¹ Gede Lingga Ananta, *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube*, (Bali: SENADA, 2019), hal 264

Ini lah yang menjadi pembeda antar youtube dengan beberapa aplikasi maupun situs web yang memiliki keterbatasan waktu dalam mengunggah hasil video para pengguna. Seperti instagram dan tiktok yang hanya mampu memberikan durasi waktu maksimal hanya satu menit.

2. Sistem pengamaan

Youtube mengawasi video yang mengandung unsur SARA, pornografi, kekerasan maka dari itu youtube tidak mengizinkan video tersebut tayang dengan cara memberikan pertanyaan konfirmasi tentang video yang ingin di unggah.

3. Mendapatkan isentif

Pada saat ini sedang ramai diperbincangkan. Bahwa youtube akan memberikan insentif kepada para pengguna youtube jika video yang diunggah di youtube memiliki viewers berjumlah 1000 penonton.

4. Memiliki system offline

Saat ini youtube memiliki sebuah sistem dengan dapat diakses dengan tidak menggunakan internet sistem tersebut bernama sistem offline yang dimana para pengguna dapat mengakses video di youtube dengan catatan bahwa video tersebut sudah di download oleh pengguna youtube terlebih dahulu.

5. Memiliki fitur editing sederhana

Pada fitur ini pengguna youtube dapat mengedit video mereka secara sederhana sebelum akhirnya diunggah pada kanal youtube mereka masing-masing. Fitur ini menawarkan memotong video, memberikan filter warna atau menambah efek transisi video.³²

2.6.2 Fitur-Fitur Youtube

Adapun Fitur-fitur yang ada pada youtube dijelaskan oleh Apriadi Tamburaka sebagai berikut:

1. mencari video

youtube adalah aplikasi yang berisikan berbagai ragam kumpulan video yang telah di upload oleh para penggunanya maka, pengguna lain dapat mencari dan melihat video dengan menulis kata kunci pada bagian pencarian.

2. Pemutaran video

Saat pengguna youtube sudah menemukan video yang dicari, hanya dengan mengklik video tersebut dan langsung dapat ditonton video yang telah dicari tersebut. Namun, perlunya akses internet agar dapat memutar video tersebut.

³² Fatty Faiqah, Muh Najib, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram", e-jurnal komunikasi, Vol.5 No.2 Juli-Desember 2016
<file:///C:/Users/mifta/Downloads/Documents/1905-Article%20Text-3324-1-10-20170610.pdf> hal 260 diakses pada 24 Mei 2022

3. Mengupload video

Jika pengguna youtube sudah mendaftarkan kanalnya maka pengguna youtube dapat mengupload video yang mereka telah buat. Jika video yang diupload dengan durasi yang cukup panjang maka video tersebut akan diupload dengan waktu yang agak lama.

4. Mendownload video

Video yang telah diupload oleh pemilik kanal video tersebut dapat didownload oleh pengguna lainnya dengan tersambung akses internet. Ada beberapa cara mendownload video di youtube salah satunya yaitu dengan mengcopy alamat URL lalu mempastekan pada website download video.

5. Subscriber

Fitur ini bermanfaat bagi pemilik kanal dan juga pengguna youtube lainnya karena akan dapat informasi seputar video yang baru saja diupload dan dari fitur subscriber ini dapat pula menjadi sebuah keuntungan bagi para pemilik kanal.

6. Live streaming

Live streaming merupakan sebuah fitur yang akan memberikan siaran secara langsung dengan menjadi video dan dapat

diakses oleh orang lain dengan melihat peristiwa yang dibuat secara langsung oleh pemilik kanal yang sedang melakukan live streaming.³³

2.6.3 Kategori Video Youtube

Berbagai macam jenis video pada youtube yang dimana penggunanya dapat mengakses video tersebut tergantung dari kesukaan para pengguna youtube tersebut. Abraham A mengungkapkan kategori yang ada pada youtube sebagai berikut:

- 
1. Otomotif dan Kendaraan.
 2. Komedi.
 3. Hiburan.
 4. Edukasi.
 5. Film dan Animasi.
 6. Permainan.
 7. Musik.
 8. Berita dan Politik.
 9. Orang dan Blog.
 10. Olahraga.³⁴

Maka dapat diketahui berdasarkan yang di ungkapkan oleh Abraham A banyaknya jenis video, pengguna youtube dapat menonton tergantung dari kesukaan tema yang mereka sukai. Maka youtube telah menyediakan alat

³³ Apriadi Tamburaka, *literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003) Hal 84

³⁴ Abraham A, *Sukses Menjadi Artis Dengan Youtube*, (Surabaya: Reform Media, 2011), Hal 35

pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang mereka ingin saksikan oleh pengguna youtube.

2.6.4 Fungsi dari Youtube

Adapun fungsi youtube yang dijelaskan oleh Abraham A sebagai berikut.

1. Memperluas jangkauan komunikasi dengan memiliki kesamaan yang dimana kesamaan yang dimaksud seperti hobi maupun kesmaan lainnya, yang dimana akan menciptakan sebuah jaringan komunikasi yang luas.
2. Menambah wawasan dan menambah keinginan tahu dengan sarana informasi, berbagai dan komentar yang disediakan oleh youtube.
3. Dapat menjadi sarana sebuah ajang dalam mempromosikan diri atau menggambarkan diri dengan maksud positif.
4. Sebagai media bisnis dan opini dalam hal perdagangan, politik, budaya dan pendidikan.
5. Sebagai media intelejen dalam mencari bukti dan data pada kejahatan hukum, sebagai sarana media bagi para jurnalis warga dan jurnalis konvensional.
6. Sebagai media hiburan untuk mengistirahatkan beban pikiran.³⁵

2.7 Youtube Sebagai Media Sosial

³⁵ Abraham A, *Op Cit*, Hal 37

Menurut Abraham dalam Asdani Kindarto mengungkapkan youtube adalah situs portal video yang sering diakses oleh para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti tutorial, video musik berita dan lain-lain.³⁶

Eribka mengungkapkan dalam proses komunikasi yang menggunakan Youtube sebagai media, yang berperan sebagai komunikator disini adalah pengguna Youtube yang memiliki kanal atau channel Youtube pribadi yang memiliki sifat intens dalam mengunggah konten-konten video yang ingin disampaikan kepada komunikan. Sedangkan komunikan yang dimaksud disini ialah para pengakses media Youtube yang video apa yang ingin ditonton dari sebuah channel tersebut. Pesan yang disampaikan disini bersifat verbal, yaitu bentuk komunikasi yang disampaikan dengan cara tertulis atau secara lisan.³⁷

Berdasarkan penjelasan yang diungkapkan oleh eribka dapat disimpulkan bahwa hadirnya Youtube sebagai media sosial, dapat memberikan nilai lebih tersendiri dalam penyebaran informasi yang ditujukan kepada khalayak luas. Karena dalam Youtube, tidak perlu memiliki lembaga besar untuk menjadi komunikator seperti pada media sosial yang lain. Cukup hanya dengan mengunggah konten video pada kanal Youtube, dan menyebarkan link di berbagai

³⁶ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, (Jakarta: PT Exlemedia Komputindo, 2008), hal 1

³⁷ Jurnal online, Eribka Ruthellia David “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas SamRatulangi”<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15479/15020> hal 13 Diakses pada 2 April 2022

media sosial, mereka sudah bisa dikatakan menjadi komunikator dengan banyaknya viewers yang diraih.

2.8 Viewers Youtube Sebagai Audiens

Morisson mengungkapkan pada awal perkembangan industri penyiaran pengelola media pada umumnya mencari audiencenya secara intuitif yaitu berdasarkan pikiran saja. Mereka mengira tahu persis siapa audiencenya dan apa yang menjadi kebutuhan audience. Pandangan mereka tentang audience cenderung ditentukan oleh kacamata mereka sendiri, yaitu membayangkan dirinya sendiri sebagai salah seorang target dari program yang dibuatnya. Khayalak audience umum memiliki sifat yang sangat heterogen, maka akan sulit bagi media penyiaran untuk melayani semuanya.³⁸

Pada penjelasan yang dikemukakan oleh Morisson di atas bahwa dapat penulis simpulkan pada dasarnya ruang yang dimiliki oleh *youtube* pada penonton konten video pada kanal *youtube* Tagar Tv merupakan *viewers*. jumlah penonton (*Viewers*) memainkan peran penting dalam strategi pengelolaan kanal *youtube* tersebut. *Platform Youtube* mengartikan *viewers* sebagai penonton. Hal ini sangat penting yang dimana perlu diperhatikan karena kehidupan masyarakat saat ini seringkali dihadapkan pada berbagai jenis pilihan media.

³⁸ Morisson, *Op Cit* hal 178

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Penulis 2022