

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian, Judul, Tahun, dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Nursidah, “Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita (Studi Terhadap Kompas Tv Jambi), universitas islam negeri sulthan thaha saifuddin jambi tahun 2021	Mengambil media sosial Youtube sebagai objek yang akan diteliti	Metode Penelitian, Subjek Penelitian, teori yang digunakan	Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan YouTube untuk mempublikasikan berita di Youtube yang sesuai untuk penonton Kompas Tv Jambi tentang media massa berbasis televisi yaitu Kompas Tv Jambi serta strategi tim. Serta membahas Dibahas kendala yang menghambat kemajuan distribusi hasil siaran ke YouTube, khususnya kesulitan teknis dan keterlambatan dalam mengedit dan merilis ke YouTube.
2.	Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi On TV)” Oleh Ali Akbar, fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri ar-raniry	Mengambil media sosial Youtube sebagai objek yang akan diteliti.	Metode penelitian, subjek penelitian, pengumpulan data, teori yang digunakan	Penelitian ini membahas implikasi kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan imajiner dari pemanfaatan YouTube sebagai platform untuk penyebaran pengetahuan. Pemahaman informasi dilihat dari tuntutan penggunaannya, keberhasilan Serambi on

	banda aceh, 2018			TV dalam berbagi informasi melalui YouTube, serta mengetahui tantangan dan hambatan Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui Youtube
3	“Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV”, Oleh Lidya Crisnanda Diwangsa, Agusly Irawan Aritonang, Chory Angela Wijayanti, 2019	Mengambil subscribers youtube sebagai objek yang akan diteliti, penggunaan metode kuantitatif pada penelitian	Teori yang digunakan dalam penelitian berbeda, Teknik pengambilan sampel	Penelitian ini dilakukan untuk memahami motivasi dan tingkat kepuasan pemirsa Program Mata Najwa di saluran YouTube Narasi TV. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah Uses and Gratification. Penelitian ini menggunakan survei online serta metodologi kuantitatif yang menghubungkan identitas responden dengan indikator tujuan dan kepuasan menggunakan tab silang, uji reliabilitas, uji deskriptif, dan uji validitas. Mengetahui masalah, kesenangan, dan waktu luang, diikuti dengan peningkatan persahabatan dan interaksi interpersonal. Alasan terkuat untuk mencari informasi adalah untuk memahami keadaan saat ini sehingga responden dapat menonton acara TV Narasi Mata Najwa dan memahami apa yang sedang terjadi.
4	”Penerapan Media Streaming Youtube	Mengambil media sosial	Metode penelitian, teori	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

	<p>Oleh Gemilang Tv Sebagai Wadah Informasi Di Indragiri Hilir” Oleh Rizky Yudiastira, Tika Mutia</p> <p>(Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)</p>	<p>Youtube sebagai objek yang akan diteliti,</p>	<p>pada penelitian</p>	<p>seberapa efektif Gemilang TV menggunakan media streaming YouTube sebagai wadah informasi di Indragiri Hilir. Paradigma interpretatif dan metodologi studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Observasi, dokumentasi, dan wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media streaming YouTube dapat mengefisienkan pembuatan Gemilang TV. Menggunakan media streaming YouTube sebagai ajang pertukaran informasi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, dan meningkatkan performa kerja.</p>
<p>5</p>	<p>“Pemanfaatan Youtube Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa”</p> <p>(Kevin David B. Mangole Meity Himpong Edmon R. Kalesaran, 2017)</p>	<p>Menggunakan Youtube sebagai objek yang akan diteliti, penggunaan teori new media</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan, Subjek penelitian,</p>	<p>Penelitian ini bermaksud untuk menelusuri permasalahan tentang bagaimana pemanfaatan Youtube dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, teori referensi media baru, dan teknik pengumpulan data seperti wawancara langsung dengan informan penelitian tersebut.</p>

				<p>Penelitian ini dilakukan di Desa Paslaten, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa, untuk mengetahui pemanfaatan YouTube untuk memperluas kearifan lokal menjadi fokus kajian ini. Dapat disimpulkan dari penelitian apakah menonton youtube dapat menambah pengetahuan masyarakat desa dan didapatkan dari wawancara langsung dengan informan penelitian di desa paslaten kabupaten remboken bahwa pengetahuan masyarakat meningkat secara signifikan dengan adanya aplikasi youtube.</p>
--	--	--	--	--

Penelitian pertama disusun oleh Nursidah dan diberi nama “Strategi Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Penyebaran Berita (Kajian Kompas Tv Jambi), UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Tahun 2021.” Ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu, mengkaji terkait media sosial Youtube, tetapi ada perbedaan dalam metodologi penelitian, populasi penelitian, dan teori yang digunakan. Serta penelitian ini membahas tentang pemanfaatan YouTube untuk mempublikasikan berita di Youtube yang sesuai untuk penonton Kompas Tv Jambi tentang media massa berbasis televisi yaitu Kompas Tv Jambi serta strategi tim. Serta membahas kendala yang bisa menjadi penghambat kemajuan distribusi hasil siaran ke YouTube, khususnya kesulitan teknis dan

keterlambatan dalam mengedit dan merilis ke YouTube.

Penelitian kedua dengan judul “Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi On TV)” Oleh Ali Akbar, fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri ar-raniry banda aceh, 2018. Penelitian ini memiliki persamaan serta perbedaan dengan penelitian yang sedang diteliti, seperti persamaan yang terletak pada objek yang diteliti yaitu media sosial *Youtube*, efek efek setelah menonton tayangan di *Youtube*. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian ini membahas terkait implikasi kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan imajiner dari pemanfaatan YouTube sebagai platform untuk penyebaran pengetahuan. Pemahaman informasi dilihat dari tuntutan penggunaannya, keberhasilan Serambi on TV dalam berbagi informasi melalui YouTube, serta mengetahui tantangan dan hambatan Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui Youtube

Penelitian ketiga dengan judul “Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV”, Oleh Lidya Crisnanda Diwangsa, Agusly Irawan Aritonang, Chory Angela Wijayanti, 2019. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dalam penyusunan nya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti adalah dengan mengambil subscribers youtube sebagai objek atau sampel yang akan diteliti, serta penggunaan metode kuantitatif pada penelitian ini, untuk perbedaannya terletak pada teori yang digunakan. Penelitian ini dilakukan untuk memahami motivasi dan tingkat kepuasan pemirsa Program Mata Najwa di saluran YouTube Narasi TV. Teori yang

digunakan dalam penelitian ini adalah Uses and Gratification Penelitian ini menggunakan survei online dengan metodologi kuantitatif yang menghubungkan identitas responden dengan indikator tujuan dan kepuasan menggunakan tab silang, uji reliabilitas, uji deskriptif, dan uji validitas. Mengetahui masalah, kesenangan, dan waktu luang, diikuti dengan interaksi interpersonal. Agar responden dapat menonton program acara Mata Najwa di Narasi TV Mata Najwa dan memahami apa yang terjadi, maka harus untuk mencari informasi agar dapat memahami situasi saat ini.

Pada penelitian keempat, Rizky Yudiastira dan Tika Mutia (Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau) menggunakan media streaming Youtube sebagai platform informasi di Indragiri Hilir. Metodologi penelitian yang bersifat kualitatif dalam penelitian ini sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian yang sedang dilakukan inilah yang membedakannya dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, ada variasi dalam teori penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif Gemilang TV menggunakan media streaming Youtube sebagai wadah informasi di Indragiri Hilir. Paradigma interpretatif dan metodologi studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Observasi, dokumentasi, dan wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media streaming Youtube dapat mengefisienkan pembuatan Gemilang TV. Menggunakan media streaming Youtube sebagai ajang pertukaran informasi, meningkatkan produktivitas,

Penelitian ke lima dengan judul “Pemanfaatan *Youtube* Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa” Oleh Kevin David B. Mangole Meity Himpong Edmon R. Kalesaran, 2017. Perbedaan yang mendasari penelitian ini adalah metodologi penelitian yang digunakan peneliti merupakan metodologi kuantitatif, berbeda dengan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metodologi kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki masalah bagaimana menggunakan YouTube untuk menyebarkan pengetahuan dengan mengaitkan kepada teori media baru, dan melakukan wawancara langsung dengan informan penelitian sebagai alat pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan di Desa Paslaten, Kecamatan Remboken, Kabupaten Minahasa, untuk mengetahui pemanfaatan YouTube untuk memperluas kearifan lokal menjadi fokus kajian ini. Dapat disimpulkan dari penelitian apakah menonton youtube dapat menambah pengetahuan masyarakat desa dan didapatkan dari wawancara langsung dengan informan penelitian di desa paslaten kabupaten remboken bahwa pengetahuan masyarakat meningkat secara signifikan dengan adanya aplikasi youtube.

2.2 Landasan Teori

Peneliti menggunakan teori “media baru” oleh Pierre Levy yang berpendapat bahwa “media baru” adalah sebuah teori yang mempertimbangkan bagaimana media tradisional atau konvensional telah berubah menjadi era digital

Teori *New Media* (media baru) memiliki dua pandangan yang disampaikan oleh Pierre Levy, yaitu:

1. Interaksi sosial : Hal ini membedakan media yang mirip dengan interaksi tatap muka dalam hal interaksi sosial. Pierre Levy mengemukakan, *World Wide Web (WWW)* adalah platform bebas yang mudah digunakan dan mudah beradaptasi yang tentunya memungkinkan orang mengembangkan pengetahuan baru yang lebih berbasis sosial.

2. Pandangan Integrasi Sosial : merupakan bagaimana orang atau masyarakat menggunakan media untuk menciptakan masyarakat daripada bagaimana mereka menggunakannya untuk pengetahuan, interaksi, atau transmisi. Media berfungsi lebih dari sekedar alat untuk menyebarkan informasi atau mengejar kepentingan sendiri mereka juga membantu untuk merasa seperti anggota budaya tertentu dan memberikan rasa saling memiliki.⁴

Menurut asumsi teori ini, khalayak lebih cenderung mengalah dan terus menerus menerima nasibnya untuk mendapatkan informasi atau pesan dari media karena bentuk, kompleksitas, dan kemajuan yang disajikan oleh media modern. Selain itu, ada enam kategori untuk media baru, seperti :

1. Interaktif : Dalam hal ini meskipun media baru merupakan media paling interaktif, namun jauh sebelum adanya media baeu, media lama sudah bersfita dua arah.
2. Hipertekstual : Seluruh informasi yang sebelumnya ada di media lama

⁴ Herlina novi, "efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata sumatera barat" JOM FISIP UNRI, vol.4, no.2, oktober 2017, hlm.9

dimodifikasi dengan tampilan yang baru untuk penyajian media baru.

3. Jaringan : Internet merupakan salah satu media baru yang memiliki beberapa jaringan yang saling mendukung dan mempermudah masyarakat untuk mengakses dan menggunakan internet sebagai sumber informasi.

4. Dunia Maya : Karena internet adalah media virtual dan identitas seseorang di sana menjadi maya dan tidak dapat diandalkan, ini merupakan karakteristik dari media baru.

5. Simulasi : Dalam hal ini, beberapa media lama ditiru oleh media baru, hal hal yang bisa dimasukan atau ditambahkan kedalam media baru.

6. Digital : Sistem informasi yang emuanya dapat diproses oleh mesin di dunia digital, dan digerakkan oleh kode atau angka yang dihasilkan manusia dapat memproses semuanya. Dalam artian jika suara dan cahaya yang telah dikodekan dalam suatu sistem berfungsi sebagai media komunikasi umum. Mirip dengan transisi dari fotografi analog ke digital, dll. Kode-kode ini kemudian dimasukkan ke dalam database yang merupakan memori digital.⁵

Munculnya media baru sebagian mengubah model komunikasi publik. Internet dalam perkembangannya memberikan pengaruh atau perubahan bagaimana individu berkomunikasi dengan individu lainnya.

⁵ *Mc Quail* (2011:157)

Sebuah media online berbasis teknologi, fleksibel, dan interaktif yang dikenal sebagai “*New Media*” menggunakan internet untuk beroperasi baik secara publik maupun privat. Komputer digital telah melahirkan media baru (media online), yang merupakan produk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi ⁶

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Penulisan Thumbnail dan Pop Up

Dalam hal ini penulisan *Thumbnail dan Pop Up* memiliki peranan yang cukup penting juga karena merupakan bagian penting dalam pembuatan *Flash News*, Karena *Thumbnail* merupakan kesan pertama bagi para penonton. Jika kita ingin mengikat penonton maka kita harus membuat *Thumbnail* dengan semenarik mungkin, *Thumbnail* merupakan sebuah *cover* dalam video, Dalam tampilan tertentu, thumbnail merupakan miniatur dari sebuah gambar. *Thumbnail* dalam *Flash News* juga bertanggung jawab atas kesan pertama konten *Flash News*. Sedangkan *Pop Up* Merupakan isi dari suatu berita yang akan kita buat kedalam bentuk *flash news*. *Pop Up* berisi tentang intisari dari sebuah berita yang ada, yang nantinya akan dibuatkan sebanyak 1 hingga 3 baris singkat yang hanya berisi 1-10 kata. Dan nantinya *Pop Up* akan dibarengi dengan gambar yang sesuai dengan isi dari berita tersebut. Dalam penulisan *Pop Up* ini juga harus menarik, agar tidak bosan pada saat dibaca, namun harus tetap menggunakan kode etik Jurnalistik. Dan berisikan fakta, tidak mengandung sara, dan tidak menyebabkan kegaduhan.

2.3.2. Minat Menonton Berita

2.3.2.1 Minat Menonton

⁶ Creeber & Martin, 2009

Minat adalah serangkaian perhatian yang beroperasi sebagai awal dari sebuah keinginan untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Menurut pandangan para ahli minat merupakan daya tarik bagi kebutuhan masyarakat atau khalayak.

Oleh karena itu, menonton dengan minat adalah proses yang disengaja atau tidak disengaja di mana pemirsa atau penonton ditempatkan di ruangan gelap menghadap sumber cahaya dan berkontribusi pada penciptaan ilusi di layar. Situasi ini memupuk perasaan, gagasan, dan perhatian manusia, yang semuanya dibentuk oleh apa yang dilihat.⁷

Dan dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa minat menonton merupakan sebuah efek dari sebuah tayangan yang sering kita tonton, dimana dari tayangan tersebut akan muncul sebuah rasa, pikiran, emosi yang akan mempengaruhi penonton. Dan dalam hal ini penonton memiliki peranan yang penting karena minat menonton akan tumbuh apabila penonton memberikan perhatian yang lebih kepada tayangan yang di tonton. Dan minat menonton juga menimbulkan 3 efek, yaitu :

A. Kognatif

Kognitif merupakan suatu yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan. Dengan demikian khalayak atau penonton dapat menghilangkan keambiguannya yang berawal dari ketidaktahuan, tidak mengerti, dan bingung akan menjadi jelas dan paham. Ini terjadi ketika apa yang dipahami atau dipersepsikan oleh khalayak berubah.⁸

⁷ Sarji (1991)

⁸ Loc. Cit., H. Syaiful Rohim, *Teori ...*, 2009 hlm. 183

B. Afeksi

Pengaruh afektif adalah sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana seseorang merasakan, berpikir, merasakan dan menghargai sesuatu. Ini akan terjadi saat penonton menyukai suatu tontonan yang disaksikan.⁹

C. Konasi

Konasi mengacu pada perilaku aktual, yang meliputi tindakan, aktivitas, atau kebiasaan perilaku. Atau dapat diartikan sebagai untuk menunjukkan intensitas sikap, seperti kecondongan dalam bertindak atau berperilaku terhadap seseorang dalam hubungannya dengan objek sikap.¹⁰

2.3.4.2 Berita

Berita pada umumnya adalah sebuah informasi yang atau fakta terbaru mengenai suatu kejadian atau peristiwa. Berita biasanya ditujukan kepada khalayak atau masyarakat melalui berbagai media, bisa media cetak, media sosial, radio, televisi, dll.¹¹

Tidak hanya itu. Secara umum, pesan dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Hardnews : Jenis berita langsung ini bersifat tepat waktu atau berjangka waktu. Jenis berita ini sangat bergantung pada realita waktu, sehingga

⁹ Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), h. 214

¹⁰ Drs. Jalaludin Rakhmat, M.Sc, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), h. 214

¹¹ Fahjar junaedi, *Jurnalisme penyiaran dan reportase televisi*, (Jakarta, Prenada media group, 2013) 6-7

ketidaksesuaian waktu dalam berita akan membuat berita menjadi kadaluwarsa. Berita jenis ini biasanya mencakup berita seperti bencana alam, kematian, pembunuhan, penculikan, dll.

2. Softnews : Jenis pesan tidak langsung yang tidak lekang oleh waktu atau tidak berwaktu. Berita jenis ini tidak bergantung pada waktu, sehingga dapat dibaca, didengar, dan dilihat kapan saja tanpa terikat dengan kenyataan. Umumnya, berita jenis ini mencakup gaya hidup, hiburan, perjalanan, dll.¹²

Dan seiring perkembangan zaman yang semakin canggih ini tentunya membawa berita kearah yang lebih maju lagi, jika dulu berita hanya bisa kita dapatkan melalui surat kabar atau televisi saja, saat ini kita dapat mengakses atau mencari berita hanya dalam waktu yang sangat singkat, cepat, dan dapat diakses dimana saja melalui handphone, dengan menggunakan berbagai jenis media yang sudah tersedia, contohnya seperti *Youtube*.

2.3.3. New Media (Media Baru)

Sebagai hasil dari inovasi teknologi, media baru dibedakan dengan bagaimana media lama bekerja. Namun belum jelas seberapa banyak media yang akan beradaptasi ke dalam komunikasi yang berpotensi memiliki keberagaman yang terus berkembang melalui trial and error di media.¹³

Media baru, menurut Denis McQuail, adalah alat elektroteknik dengan berbagai aplikasi. Ini terdiri dari sejumlah sistem teknis, termasuk sistem kontrol,

¹² Fahjar junaedi, *Jurnalisme penyiaran dan reportase televisi*, (Jakarta, Prenada media group, 2013) 6-7

¹³ (Rulli, 2016 : 97)

penyimpanan data dan sistem pengambilan, sistem presentasi gambar (dengan kombinasi teks dan grafik yang dapat disesuaikan), dan sistem transmisi (dengan kabel atau satelit) (melalui komputer).¹⁴

Dalam Anis Hamidat, Rogers menjelaskan tiga ciri dari keberadaan teknologi komunikasi baru, seperti, interaksi, de-massifikasi dan asinkron. Interaktivitas adalah kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya melibatkan komputer) untuk berkomunikasi dengan penggunanya.¹⁵

Fitur lain dari teknologi ini ialah de-masifikasi, masif. Dengan kata lain, kendali atas sistem media biasanya dialihkan dari produsen media ke konsumen. Ketiga adalah asinkron, yang artinya teknologi komunikasi baru memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan dari setiap orang pada waktu yang disukai.¹⁶

Tidak hanya itu, *New Media* mempunyai beberapa fungsi, seperti:

1. Memberikan arus informasi dengan cepat dan tepat
2. Alat transaksi jual beli online
3. Media hiburan
4. Media komunikasi efisien
5. Sarana Pendidikan.¹⁷

¹⁴ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hlm. 16.

¹⁵ Ibid., hlm. 8

¹⁶ Ibid., hlm. 8

¹⁷ Lia Herliani, "Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)", *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, No. 4, 2015, hlm. 218.

Hadirnya media baru ini maka muncul pula jenis jenis media baru, seperti internet, blog, dan media sosial.

2.3.4. Media Sosial

Media sosial hadir sebagai salah satu bagian dari media baru yang menjadi sarana komunikasi, perantara atau penghubung antara manusia dengan manusia lainnya. Kemampuan situs web yang berfungsi sebagai alat interaktivitas adalah salah satu fiturnya. Selain itu, media sosial memungkinkan kita untuk berkomunikasi dan mengenal satu sama lain. Seperti Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram, Youtube dan lainnya.¹⁸

Media sosial, menurut para ahli, merupakan mekanisme orang untuk berkomunikasi secara online. Jejaring sosial populer yang digunakan oleh masyarakat umum antara lain Facebook, WhatsApp, dan situs web lainnya. Bergantung pada kebutuhan pengguna, setiap situs web memiliki fungsi yang beragam. Asnawir mengklaim bahwa media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi yang menghadirkan strategi segar untuk menyebarkan informasi yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih efektif daripada media massa lainnya.¹⁹

Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah jejaring sosial yang digunakan sebagai media interaksi yang memberikan inovasi baru dalam menyampaikan sebuah pesan dan menyebarkannya, selain itu media sosial juga memiliki ragam fitur fitur yang dapat kita rasakan kegunaannya dan dapat kita

¹⁸ Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2011)

¹⁹ Usman J. Asnawir, *Jurnal Sositologi*, (vol 15, no. 2, 2016) hal 314

rasakan manfaat nya ditengah pesat nya perkembangan teknologi, dan media sosial merupakan bentuk nyata dari adanya media baru.

2.3.5 Youtube

Tiga orang penemu aplikasi *Youtube* adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. *Youtube* berperan untuk melakukan pengunggahan video yang kemudian dapat dilihat atau dinikmati oleh siapa saja dan di mana saja di seluruh penjuru dunia. *Youtube* berbeda dari televisi karena penikmat atau penontonnya dapat menonton video berulang kali. Orang-orang dari Indonesia sering mengakses situs media sosial *Youtube*.²⁰

Youtube bisa diakses oleh setiap kelompok umur, termasuk orang tua, semua kalangan usia bisa menggunakan *Youtube* untuk berbagai tujuan, termasuk memutar musik dan menonton video review dan tutorial. Ini juga sebagai bentuk jejaring sosial yang baru-baru ini mendapatkan banyak daya tarik dan telah berkembang menjadi situs web populer untuk berbagi konten audiovisual.

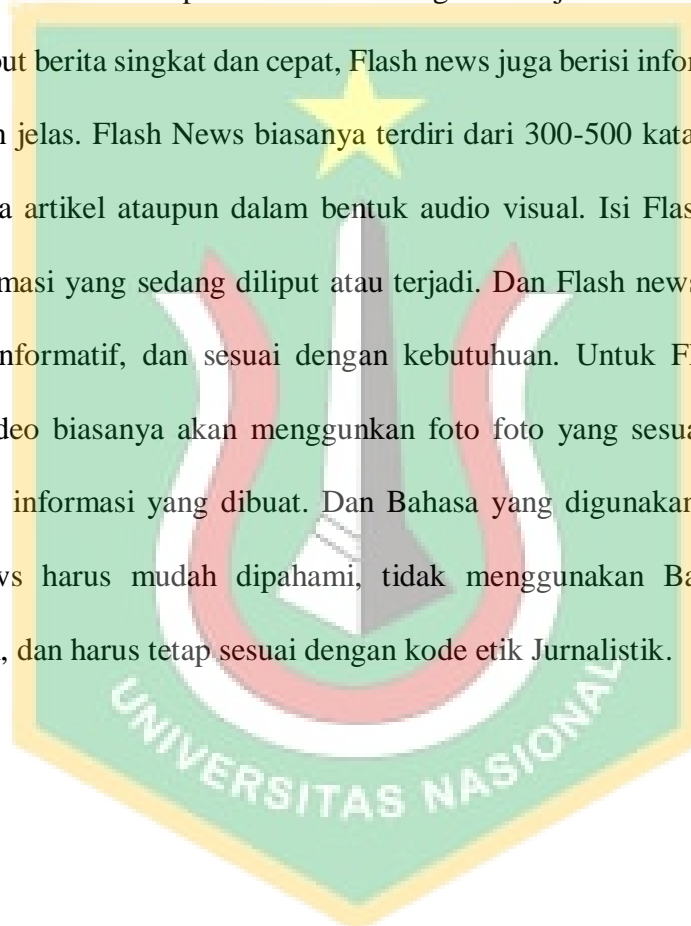
Jika Televisi hanya dapat ditonton pada saat berlangsung waktu yang sudah ditentukan, Sedangkan *Youtube* dapat ditonton kapan saja dan berkali kali, selain itu, *Youtube* menawarkan berbagai macam konten, yang semuanya dapat dilihat tanpa biaya. Selama terhubung ke internet, pembuat konten dan penonton dapat membagikan video mereka. *Youtube* tidak hanya memberikan hiburan kepada para penggunanya tapi juga memberikan informasi yang bermanfaat bagi

²⁰ Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram hal 259

penggunanya, seperti di kanal Youtube Mata Milenial Indonesia TV yang menyajikan program *Flash News* yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi terkait Isu Politik, Ekonomi dan Sosial.

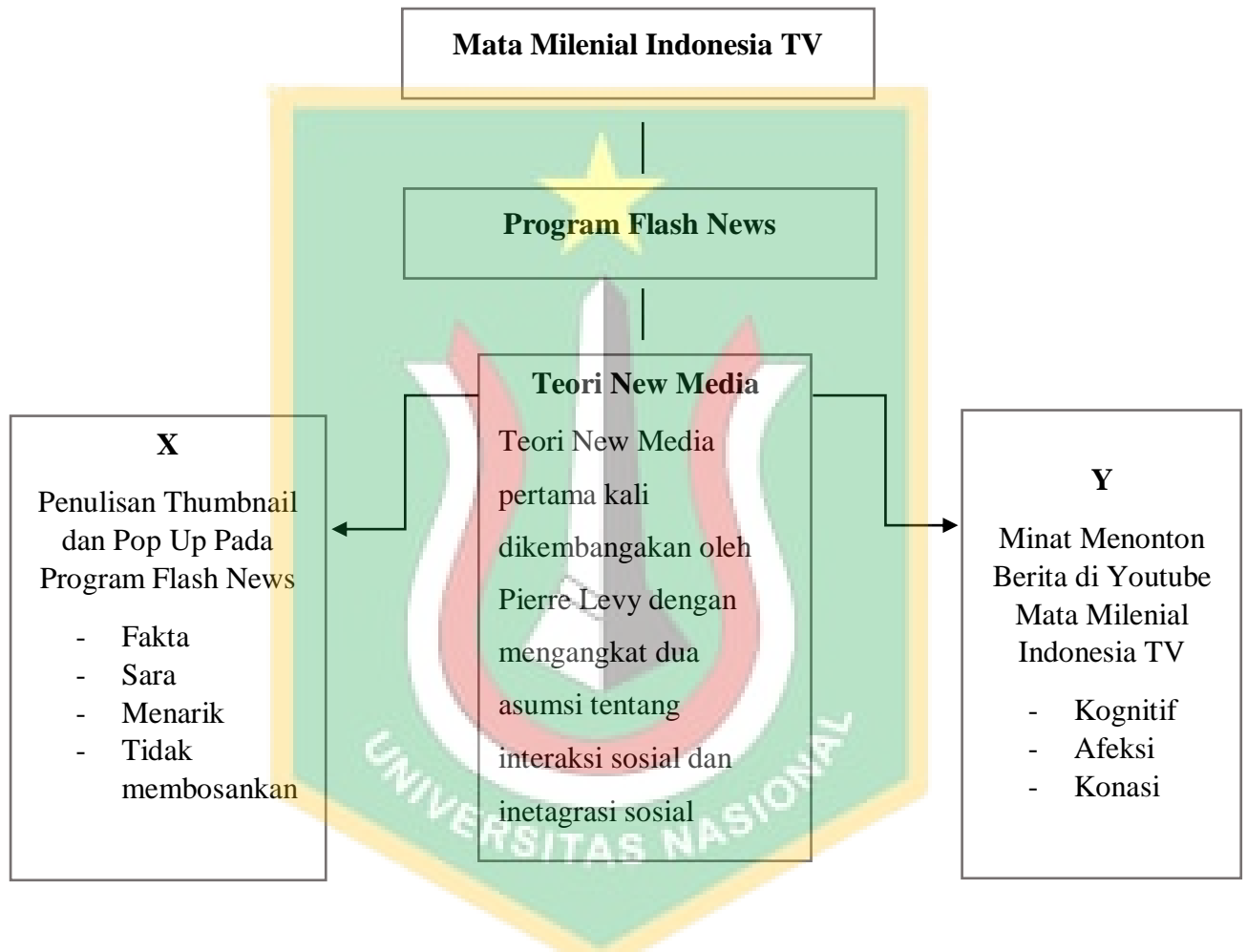
2.3.6 Program Flash News

Flash News merupakan salah satu bagian dari jenis berita, Flash news atau biasa disebut berita singkat dan cepat, Flash news juga berisi informasi yang actual, pokok, dan jelas. Flash News biasanya terdiri dari 300-500 kata. Dan Flash news bisa berupa artikel ataupun dalam bentuk audio visual. Isi Flash News berfokus pada informasi yang sedang diliput atau terjadi. Dan Flash news dikemas dengan menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan. Untuk Flash News dalam bentuk Video biasanya akan menggunakan foto foto yang sesuai dengan isi dari berita atau informasi yang dibuat. Dan Bahasa yang digunakan dalam membuat Flash News harus mudah dipahami, tidak menggunakan Bahasa yang tidak dimengerti, dan harus tetap sesuai dengan kode etik Jurnalistik.



2.4 Kerangka Pemikiran

Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran



- Mata Milenial Indonesia TV merupakan televisi yang berbasis internet. MMI TV diperuntukan bagi generasi Milenial dengan Multi konten menarik bertujuan untuk menjadi televisi yang dapat memberikan pembelajaran dan hiburan khususnya bagi generasi Milenial Indonesia serta masrarakat pada umumnya. Mata Millenial Indonesia Televisi Channel adalah salah satu sarana Mata Indonesia TV dalam menyiarkan berita. MMI TV dapat

disaksikan di layar Youtube, Aplikasi VIDEO. COM, dan Televisi Satelit di hampir seluruh wilayah Tanah Air Indonesia dan Dunia Internasional. Dengan tujuan membina persatuan bangsa sekaligus merayakan keberagaman Indonesia, Mata Millennial Indonesia TV merupakan stasiun media televisi *streaming* dan media online yang menayangkan berbagai tayangan online yang berkualitas. Mata milenial Indonesia menyediakan beberapa program mulai dari edukasi, sosial, politik, flash news, hingga hiburan yang akan menarik minat menonton atau mendapatkan informasi melalui youtube dan pastinya dapat dipertanggungjawabkan.

- Flash News : Flash News merupakan salah satu bagian dari jenis berita, Flash news atau biasa disebut berita singkat dan cepat, Flash news juga berisi informasi yang actual, pokok, dan jelas. Flash News biasanya terdiri dari 300-500 kata. Dan Flash news bisa berupa artikel ataupun dalam bentuk audio visual. Isi Flash News berfokus pada informasi yang sedang diliput atau terjadi
- Teori *New Media* : Pierre Levy, pencipta gagasan ini, mengklaim bahwa “media baru” adalah sebuah teori yang mengkaji peralihan media dari era konvensional ke era digital. Dari segi manfaat dan efeknya, tawaran media baru mungkin terlihat kompleks. Namun penggunaan media baru untuk komunikasi ini memiliki banyak manfaat.²¹

²¹ Herlina novi, “efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata sumatera barat” JOM FISIP UNRI, *Jurnal* vol.4, no.2, oktober 2017, hlm.9

- Penulisan *Thumbnail dan Pop Up* : Penulisan *Thumbnail dan Pop Up* merupakan bagian penting dalam pembuatan *Flash News*, karena dengan adanya *Thumbnail dan Pop Up* dapat memberikan apa yang menjadi bagian dari isi berita yang akan ditayangkan. Penulisan *Thumbnail dan Pop Up* harus dibuat semenarik mungkin agar bisa menarik minat para *subscribers* dan dapat meningkatkan minat menonton berita pada program *Flash News*.
- Fakta : Berita yang dibuat harus sesuai dengan fakta yang ada, tidak boleh dicampur dengan opini pribadi. Faktor yang membuat berita menjadi fakta seperti, kejadian sesuai dengan yang ada dan terjadi, narasumber dan pernyataan berita. Apabila data dicampur dengan opini pribadi maka itu bukan suatu karya jurnalistik. Maka dalam pembuatan flash news juga harus sesuai dengan fakta yang ada.
- Sara : Dalam hal ini berita yang disampaikan harus bersifat netral terhadap unsur SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan)
- Menarik : Setiap berita yang ditampilkan harus bersifat menarik, agar para pembaca atau penonton merasa senang atau tertarik saat menonton suatu berita.
- Tidak membosankan : Selain menarik berita juga harus bersifat tidak membosankan, oleh karena itu pembuat berita harus bisa memberikan tampilan berita yang tidak cepat membosankan agar para penerima berita bisa senang saat menonton berita yang ditampilkan.
- *Youtube* : Tiga orang penemu aplikasi *Youtube* adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. *Youtube* dikategorikan sebagai media baru karena

kemampuannya untuk menjangkau audiens tertentu sebagai penerima dan pengirim pesan, penggunaan karakter terbuka yang beragam, dan keberadaan yang tidak bergantung pada lokasi. Orang-orang dari Indonesia sering mengakses situs media sosial *Youtube*. Setiap kelompok umur, termasuk orang tua, menggunakan *Youtube* untuk berbagai tujuan, termasuk bermain musik dan menonton video pelajaran, ulasan, dan berita terbaru.

2.5 Hipotesis

Hipotesis hanyalah solusi sementara untuk topik penelitian sampai divalidasi oleh fakta-fakta yang dikumpulkan. Berikut ini adalah hipotesis penelitian.²² Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- Hipotesa Alternatif (H_a) : Berpengaruh besar terhadap minat menonton berita pada program flash news.
- Hipotesa Nol (H_0) : Tidak berpengaruh besar terhadap minat menonton berita pada program flash news.

²² Arikunto dalam Shiddiq, 2013, hlm.5