

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi modern saat ini sudah melesat tinggi, siapapun, dan dimanapun mereka dapat mengakses media teknologi yang canggih dan juga beragam. Salah satu medianya adalah media internet yang dapat membantu masyarakat mempelajari ataupun mengetahui segala macam informasi, seperti seputar kebudayaan, teknologi, dan lain-lain yang ada di Indonesia maupun informasi dari seluruh penjuru Dunia. Perkembangan teknologi yang semakin maju mengakibatkan peredaran informasi menjadi sangat cepat.

Informasi dapat diterima dari tempat yang satu ke tempat yang lain dalam waktu yang hampir bersamaan. Seseorang dapat memperoleh informasi kapanpun dan dimanapun. Informasi tetap dapat diakses dengan memanfaatkan teknologi informasi. Alat teknologi informasi yang biasa digunakan adalah berupa komputer, handphone, gadget dan lain-lain yang telah dihubungkan dengan internet. Semua hal yang terhubung dengan internet, seperti media sosial, portal berita online, maupun pemutar video online bisa diakses oleh siapapun.

Perkembangan teknologi tersebut juga dirasakan oleh bisnis media, hal tersebut ditandai dengan situasi bisnis media saat ini yang jauh berbeda dibandingkan masa lalu. Masyarakat lebih memanjakan dirinya dengan akses internet untuk mencari berita dibandingkan dengan berlangganan dengan koran cetak yang memiliki waktu terbit. keberadaan media yang semakin berkembang saat ini sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat. Tidak lagi sebatas sebagai sumber jenis informasi, melainkan bisa berfungsi sebagai media pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Selain itu, media massa atau pers bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi.¹

Youtube salah satunya, sebagai media alternatif yang dapat diakses siapapun dan dimana saja untuk menonton beragam tayangan-tayangan menarik selain dari televisi yang menjadi pilihan utama. Situs yang memang dikhususkan bagi mereka yang ingin mencari informasi dengan bentuk video dan dapat langsung ditonton. Dikutip dari *Quick Sprout*, youtube merupakan mesin pencari kedua yang paling banyak digunakan di dunia. Artinya, ketika orang-orang mencari informasi, mereka biasanya juga akan memanfaatkan youtube.²

¹ Thahira. 2018. Media Cetak Di Tengah Perkembangan Media Digital Di Kota Palopo (Studi Kasus Koran Cetak SERU! YA). IAIN, Palopo. Hal. 2-3

² Hellanthusonfri, Jefferly. "*You Tube Marketing*". Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016.

Dengan adanya media sosial seperti youtube juga memudahkan mereka yang memiliki hobi di bidang pembuatan video untuk bisa bebas mengunggah karya-karya mereka untuk di publikasikan. Jika video yang telah di unggah tersebut mendapatkan respon dari penonton yang baik, jumlah views dari video tersebut juga kan bisa bertambah, begitu juga dengan jumlah subscribers.

Cara mendapatkan dana ini salah satunya melalui iklan yang akan dipasangkan dalam medianya. Berbeda lagi apabila media jurnalistik milik negara yang tidak harus mengiklankan, karena dananya didapatkan dari negara. Namun dalam melakukan pengiklanan tidak asal saja, karena harus sesuai dengan permintaan yang diajukan untuk pemasangan iklan. Untuk memenuhi hal tersebut perusahaan jurnalistik memerlukan strategi dalam beriklan. Strategi diperlukan untuk menghindari adanya kesamaan dalam cara beriklan dengan perusahaan jurnalistik lainnya. Dalam strateginya tersebut, bisa saja perusahaan media memakai strategi pemasaran untuk mengiklankan.

Buchori Alma dalam bukunya Manajemen Bisnis Syariah mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen. Hal ini menjadi penting karena untuk mencapai target laba saling terhubung. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasaran untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut

membutuhkan sebuah konsep. pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Media jurnalistik juga harus memiliki strategi dalam melakukan pemasaran agar pengunjung bisa meningkat sehingga mendapatkan keuntungan dan menjadi yang paling diandalkan oleh masyarakat. Untuk itu *copy* tidak bisa dilakukan oleh sembarangan individu, melainkan harus seorang yang memiliki keahlian dalam hal tersebut, yaitu seorang *copywriter*. *Copywriter* bertanggung jawab dalam penulisan sebuah naskah (*copy*) yang menarik untuk dibaca.

Untuk menjadi *copywriter* harus memiliki ide kreatif, karena menulis sebuah *copy* akan terpaku pada *client brief*. Menjadi seorang *copywriter* berfokus kepada penulisan yang mampu membuat pembaca membeli, atau mampu mempersuasi konsumen. Selain ide kreatif, menjadi seorang *copywriter* juga harus mempunyai kemampuan dalam menguasai tata bahasa, kosa kata, ejaan, atau pun tanda baca. Mengutip dari Buku karya Lane dkk, yang berjudul *Kleppner's Advertising Procedure*, peran seorang *copywriter* dalam menciptakan sebuah iklan adalah menciptakan strategi dalam kalimat yang baik, menjangkau perasaan audiens, dan menciptakan visual dalam kalimat iklan.

Copywriter adalah penanggung jawab penulisan teks untuk tujuan pemasaran. Sementara *copywriting* adalah penggunaan kata-kata untuk mempromosikan produk, orang, perusahaan, opini, ataupun ide. *Copywriter* hampir terdapat di setiap perusahaan, dikarenakan fungsinya membantu perusahaan dalam mencapai audiens melalui ide-ide kreatif yang diciptakannya.⁵ *Copywriter* dalam media jurnalistik selain memiliki ide kreatif juga dituntut bisa membuat sebuah *copy* dengan cepat, karena bagi media jurnalistik kecepatan merupakan senjata utama dalam persaingan di pasar jurnalistik.

Ide kreatif dan kecepatan yang dimiliki *copywriter* dapat berguna di perusahaan media informasi dan pemberitaan, karena media informasi dan pemberitaan memerlukan seorang *copywriter* untuk membuat sebuah artikel advertorial. Ratna Kartika Sari dan Iin Soraya dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Kreatif Menulis Advertorial Menggunakan Microsoft Word” mengungkapkan bahwa advertorial merupakan jenis iklan yang dikemas dalam gaya jurnalistik dan ditulis dalam bentuk editorial atau artikel yang memuat informasi mengenai kegiatan perusahaan atau review keunggulan sebuah produk disertai fakta empiris dan informasi yang berguna.

Dengan adanya media sosial seperti youtube juga memudahkan mereka yang memiliki hobi di bidang pembuatan video untuk bisa bebas mengunggah karya-karya mereka untuk di publikasikan. Jika video yang telah di unggah tersebut

⁴ Madiyant, Muslikh. *Copywriting*. 2021. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Hal xxvii

mendapatkan respon dari penonton yang baik, jumlah views dari video tersebut juga kan bisa bertambah, begitu juga dengan jumlah subscribers.

Hal ini dimanfaatkan oleh akun youtube mata milenial indonesia tv untuk bagaimana cara strategi penulisan caption dan judul youtube yang menarik agar masyarakat bisa menonton di youtube mata milenial Indonesia tv. Dan juga bagaimana setiap isi konten di akun youtube mata milenial Indonesia tv inisendiri bisa mendapatkan jumlah viewer yang banyak di setiap uploadannya. Di akun youtube mata milenial indonesia tv untuk membuat konten informatif, edukasi dan hiburan, video yang mereka upload kebanyakan bersifat News atau Berita, dan menjadi program unggulan di stasiun Mata Milenial Indonesia Tv.

Akun Youtube Mata Milenial Indonesia TV merupakan salah satu akun informatif yang populer di papua, konten yang disajikan menarik dan up to date serta menghadirkan juga para menteri yang memiliki latar belakang berbeda-beda sehingga hal ini membuat penonton tertarik dan sekaligus viewer dari akun Youtube Mata Milenial Indonesia TV. Maka tidak heran Mata Milenial Indonesia TV ini memiliki strategi dan teknik tersendiri agar viewernya bertambah. Salah satu stasiun TV yang melakukan menaikkan jumlah viewers di Mata Milenial Indonesia TV yang disingkat yaitu MMI TV adalah salah satu stasiun televisi lokal di Jayapura, Papua. Mata Milenial Indonesia TV menggunakan Youtube sebagai salah satu media sosial mereka untuk menyebarluaskan informasi, terutama seperti informasi yang bersifat news.



Gambar 1.1 Tampilan profile channel youtube Mata Milenial Indonesia Tv

Seperti pada salah satu stasiun televisi swasta itu adalah PT. Mata Milenial Indonesia TV dengan berbasis Internet sebagai channel Televisi yang akhirnya memanfaatkan Youtube untuk menayangkan live streaming dan menayangkan program-program yang menarik dan beredukatif. PT. Mata Milenial Indonesia TV yang didirikan pada tanggal 28 Oktober 2018, MMITV ini merupakan Televisi terestrial digital di wilayah perbatasan Indonesia, sebuah Televisi dengan misi nasional Indonesia untuk menyebarkan informasi dari perspektif Indonesia dengan generasi milenial sebagai sasarannya. Adanya multi konten menarik bertujuan untuk menjadi Televisi yang dapat memberikan perbelanjaan dan hiburan khususnya bagi generasi Milenial Indonesia serta masyarakat pada umumnya. PT. Mata Milenial Indonesia TV juga adalah sebagai Production House (PH), pembuatan Tayangan Talkshow (Dialog), Pembuatan TVC-ILM, Pembuatan dan pemutaran Video Company Profile, Produksi dan penayangan Advertorial-CSR, dan kerjasama lainnya termasuk Pelatihan Jurnalistik Televisi, dan kegiatan-kegiatan off air.



Gambar 1.2 Logo PT. Mata Millennial Indonesia TV

Program yang tersedia yaitu antara lain program Hai Indonesia, Entrepreneurship, I-Tems, Try Eat, Bersama Pakar, Public Diplomacy, Persembahan Untuk Bunda, Cyber World, Keys Of Music, Dongeng Anak, dan Interfaith.⁷ Program-program inilah yang memberikan informasi secara mendidik dan tayangan yang menghibur untuk masyarakat. Dengan konsep *multiplatform* ini memudahkan penonton untuk menonton kapan saja dan dimana saja. Dengan banyaknya program yang tersedia dapat memberikan pilihan dan kebebasan kepada penonton untuk memilih program siaran, karena jika penonton sudah memilih program yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, sekaligus hobi mereka maka akan sulit bagi penonton untuk berpindah ke lain program.

Penulis Caption dan Judul Youtube adalah orang yang bertugas untuk membuat caption di youtube yang nantinya akan di unggah ke Youtube dan aplikasi Vidio.com. Mata Milenial Indonesia TV, Dalam hal ini Penulis Caption dan Judul Youtube bertugas untuk menulis naskah yang sudah di upload oleh pihak Mata Milenial Indonesia TV, seperti membuat judul video,caption, dan menulis hastag di youtube.

Dengan penjelasan yang sudah dipaparkan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di stasiun Mata Milenial Indonesia Tv (MMI TV) Peneliti akan memfokuskan pada “Strategi Penulisan Caption dan Judul Youtube Di Mata Milenial Indonesia Tv Dalam Menaikkan Jumlah Viewers”

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah penelitiannya yaitu “Bagaimana strategi penulisan caption dan judul youtube di Mata Milenial Indonesia Tv?”

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah untuk mengetahui strategi penulisan caption dan judul youtube di Mata Milenial Indonesia Tv.

1.3 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ada, maka yang menjadi manfaat penelitian diantaranya sebagai berikut :

1.3.1 Manfaat Praktis

Secara Praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan terhadap strategi penulisan caption dan judul youtube di mata milenial indonesia tv dalam menaikkan jumlah viewers.

1.3.2 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama yakni strategi penulisan caption dan judul youtube.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan penelitian ini terbagi dalam lima bab dan pada tiap-tiap babnya terdapat subsub bab sebagaimana yang digunakan berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memben uraian singkat mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini berisi uraian mengenai penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konsep, kajian teori dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga berisi mengenai tentang metodologi penelitian yang digunakan untuk menganalisa permasalahan dalam penelitian. Metodologi tersebut meliputi Paradigma Penelitian, Jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data

teknik analisis data, teknik keabsahan data dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini terdiri dari gambaran dan tinjauan umum analisis metode kualitatif dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penarikan kesimpulan berdasarkan dari semua penelitian yang dilakukan. Serta pemberian saran atau rekomendasi sebagai penutup penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

