

BAB II

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Video Blog (Vlog) Di Media YouTube

Youtube adalah sebuah situs website yang dirancang untuk share atau berbagi Video. Youtube dibuat pada tahun 2005 oleh 3 orang mantan pegawai Paypal pada Februari 2005. Ketiga orang tersebut adalah Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Mereka mendaftarkan domain YouTube.com pada bulan february tahun 2005 (Herwibowo, 2008:49). Saat ini YouTube tampaknya semakin sukses menjadi medium tontonan yang paling digandrungi. Menurut *Vice President of Engineering* YouTube, Cristos Goodrow, durasi orang menonton video di platform tersebut telah meningkat drastis. Totalnya mencapai 1 miliar jam per hari. Capaian itu telah diraih YouTube pada 2016 lalu. Durasi tersebut terus bertambah pada tahun ini. Sekadar diketahui, sebelumnya pada 2015 YouTube juga mengumumkan capaian sejenis. Tahun tersebut mereka berhasil mencatat bahwa penggunaanya telah menonton video dengan total durasi 500 juta jam per hari. Sedangkan pada 2014, total durasi tersebut tercatat sebanyak 300 juta jam. Jumlah pengguna YouTube sendiri tidak sedikit dan tahun 2016 sudah mencapai 1 Milyar. (<http://tekno.kompas.com/read/2017/03> diakses pada tanggal 3 Maret 2017 pukul 09:18 Wib).

YouTube adalah salah satu perwujudan fenomena budaya dalam media dimana sebuah site yang bisa menampilkan dan menyaksikan kutipan acara televisi dan menyaksikan keadaan di belahan dunia lainnya. Di media YouTube banyak sekali video yang bisa ditonton oleh banyak orang dan berubah menjadi sebuah wadah referensi penggunanya. Meskipun YouTube telah menjadi salah satu titik referensi untuk kritik dan memberikan saran dari Generasi Y – hal itu dikutip sebagai bukti tentang perhatian pendek mereka, dalam memandang kehadiran media industri selebriti. Karena itu, secara keseluruhan kedangkalan mereka - itu sangat berharga mengenali seberapa lebar dan bervariasi kesenangan yang sebenarnya. Pertama, telah menambahkan dimensi lain dari pengalaman bagi para penikmat hiburan komersial utama. Bangunan pada apa yang selalu ada dalam pers hiburan (pelaporan harian berita, ‘cool’ dan memalukan saat dari industri musik populer khususnya televisi, bioskop dan (Turner, 2010:153).

YouTube menyediakan referensi video dalam berbagai bentuk. Kita bisa menyaksikan berbagai daftar video yang paling banyak ditonton oleh dunia baik pada hari ini, minggu ini, bulan ini, tahun ini bahkan disepanjang waktu. Kita juga bisa melihat video terbaru atau *Recent Videos* yang baru masuk ke koleksi YouTube. Tidak hanya itu YouTube juga menyediakan referensi dalam berbagai kategori seperti video yang banyak didiskusikan

Most Discussed, atau paling top *Top Rated*, atau yang paling favorit, *Top Favorited* serta yang menjadi trending saat ini. Ada banyak kategori yang ada dalam media YouTube, untuk mempermudah penonton untuk mencari konten-konten yang disukai YouTube mengelompokkan dalam berbagai kategori mulai dari *Comedy, Entertainment, Movie* dan *Animation, Sport, Music, Game, News, Science, Travel*, dan *People Blog* atau yang lebih banyak dikenal dengan nama Video Blog (Vlog) yang dapat menyiarkan diri sendiri kepada dunia.

Teknologi internet berbasis web 2.0 adalah salah satu pengklasifikasian “wajah baru dari web” dimana karakteristik pertukaran data adalah *many-to-many* atau dengan istilah pembaca berinteraksi dengan pembuat berita dan pembaca lainnya sebelum pertukaran data yang terjadi adalah *one-to-many* dikenal dengan teknologi web 1.0, pembaca tidak bisa berinteraksi dengan pembuat berita (Abugaza, 2013:17). Banyak fasilitas yang bisa digunakan dalam video YouTube untuk bisa bergaul dengan pengguna lainnya. Banyak YouTuber menggunakan fasilitas tersebut untuk menyatakan kekaguman atau mengahakimi pengguna lainnya. Salah satunya adalah menampilkan Vlog atau *Video Web Blog* yang bisa menampilkan perspektif pribadi YouTuber terhadap isu-isu tertentu (Herwibowo, 2008:86). Vlog merupakan salah satu konten yang ada di media YouTube. Vlog

merupakan istilah yang digunakan oleh kalangan penonton YouTube serta sebuah ungkapan untuk menggambarkan gabungan video dan blog.

Para pembuat video blog atau vlog ini biasanya disebut dengan nama “Vlogger”. Secara umum vlog dapat diartikan sebagai blog yang memasukkan unsur/media video ke media sosial YouTube. Berbagai perangkat biasa digunakan untuk membuat sebuah Video Blog (Vlog), seperti kamera digital yang bisa merekam video, ponsel berkamera, mikrofon, serta alat pendukung lainnya. Vlog bisa juga disebut sebagai bentuk lain dari televisi internet. Video blogging sendiri dapat dibuat dalam bentuk rekaman satu gambar atau rekaman yang dipotong ke beberapa bagian. Dengan perangkat lunak yang tersedia, seseorang dapat menyunting video yang mereka buat dan memadukannya dengan audio, serta menggabungkan beberapa rekaman ke dalam satu gambar menjadi suatu rekaman video blogging yang padu.

Kapasitas interaktif YouTube saat ini telah menyediakan platform yang beragam dan dominan dengan berbagai konten yang dibuat pengguna di mana produksi (Turner, 2010:154) Umumnya Vlog digunakan untuk menyajikan informasi yang menarik, lucu, konyol, unik, edukatif, dan lainnya. Vlog biasanya dilakukan dengan berbicara di depan kamera menceritakan tentang sesuatu yang ia suka, berbicara berbagai tips, berbagi apapun yang ada di

dalam pikiran, montase, bahkan ada pula yang membuat klip seperti film. Sekarang ini, vlogger biasanya membuat vlog secara regular, harian, mingguan atau bahkan bulanan. Ada pula istilah *take-a-long vlogging* yang berarti vlogger yang menceritakan kesehariannya dalam durasi yang panjang, seperti pergi ke mall, kemudian mengendarai sepeda motor, lalu, pulang ke rumah.

Dalam kategori yang terdapat dalam YouTube sendiri, vlog biasanya dimasukkan ke dalam kategori '*People and Blog*'. Dalam kategori ini penonton dapat menyaksikan semua hal yang terkait dengan manusia. YouTube itu sendiri merupakan sebuah situs jaringan sosial namun bukan tempat mencari pertemanan, di mana video dalam situs ini menjadi media utama hubungan sosial antara peserta (Turner, 2010:155). Kita juga bisa menyaksikan orang terkenal, orang aneh, orang lucu dan masih banyak lagi perjalanan hidup manusia yang terekam dalam kategori ini. Walaupun YouTube menyiapkan konten khusus untuk vlog ini, tapi secara otomatis kita akan banyak menemukan video diary, atau Video Blog (Vlog) yang di *upload* dalam media YouTube.

Banyak orang yang telah memulai memasukkan videonya ke dalam kategori ini karena dalam kategori ini merasa lebih bersifat pribadi. Namun untuk membuat sebuah konten vlog di YouTube, pengguna harus terlebih dahulu akun yang sudah terdaftar dalam media YouTube. Untuk melakukan registrasi dalam

media YouTube tidaklah terlalu sulit. Siapa saja bisa dapat berkunjung dan bergabung dalam media ini. Dalam membuat sebuah akun di media YouTube cukup dengan memasukkan alamat email, masukkan password, konfirmasi password, masukkan username, isi biodata, dan terakhir klik tombol *Create My Account*, dan vlogmu sudah bisa di upload di media YouTube.

Sebenarnya banyak platform di internet yang memungkinkan orang mengakse vlog, namun penelitian ini hanya akan merujuk pada satu platform saja yakni YouTube. YouTube dianggap peneliti sebagai platform raksasa yang tidak lagi asing di telinga orang Indonesia. Penggunaannya yang mudah dan gratis pun membuat platform ini digemari masyarakat khususnya remaja, dari yang hanya sekedar menonton video-video di dalamnya, hingga memproduksi konten lalu dipublikasikan melalui platform tersebut. Pembuat video blog biasa disebut dengan video blogger atau disingkat vlogger. Video-video yang ditampilkan hanya sebatas lokasi-lokasi yang menarik, pameran-pameran pengganti yang gila dan berbagai lelucon (Herwibowo, 2008:67).

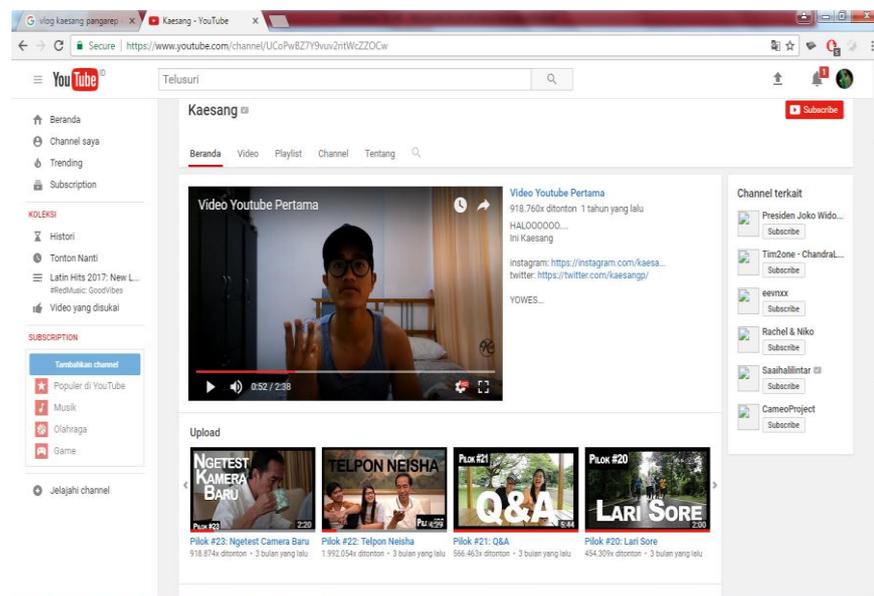
Di Indonesia aktivitas video blogging cukup banyak mendapat apresiasi publik. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya vlogger Indonesia yang namanya telah dikenal, baik di dunia maya maupun di dunia nyata, melalui vlog-vlognya. Cara penyajian blog yang berbeda tersebut tentu berpengaruh terhadap cara vloggernya

mempresentasikan diri di hadapan para penonton vlognya, dimana vlogger dapat lebih leluasa melakukan presentasi diri di vlog dibandingkan dengan di blog. Mengingat jika blog berupa tulisan, cara blogger mempresentasikan diri hanya dapat dilakukan sebatas kata-kata. Seperti yang banyak dipahami orang, video seolah-olah lebih mampu “bicara” dibandingkan kata-kata. Hal ini tentu karena sifat audiovisual yang dimiliki video itu sendiri. Apa yang membedakan representasi diri setiap vlogger di vlog-vlognya, tidak lain adalah motif-motif vlogger tersebut memproduksi vlog.

B. Joko Widodo dalam Vlog Piloc #Kaesang

Video Blog (Vlog) saat sekarang sudah menjadi sebuah fenomena yang tidak memandang usia dan kalangan. Dengan kreatifitas dan kemauan yang ada siapapun bisa menciptakan konten tersendiri yang diinginkan dan dimuat dalam media YouTube. Salah satunya yang mengikuti trend ini adalah Kaesang Pangarep yang merupakan sanak sulung dari Presiden Joko Widodo. Itulah sebabnya blog dapat dipanggil dengan sebutan sebagai mesin amandemen pertama. Mereka memperpanjang kebebasan media bagi pengguna (Turner, 2010:90). Sebelum memulai eksistensi dalam dunia vlog Piloc Diary Anak Kampung, Kaesang sudah menyalurkan cerita-cerita tentang kehidupannya dalam blog misterkacang.blogspot.com yang banyak menceritakan diary pribadi berisi curhatan pribadi dan beberapa foto-foto dirinya

bersama teman-teman lainnya. Tidak hanya itu Kaesang juga aktif di media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Sama seperti kehidupan anak muda biasanya Kaesang juga menyelingkan tentang impian dan harapan perjalanan asmara di berbagai media sosial miliknya.



Gambar 2.1 : Profil Vlog Kaesang

Dalam Video Blog atau Vlognya sendiri Kaesang juga termasuk pengguna aktif di media sosial YouTube miliknya. hal ini terlihat dari banyaknya video-video yang sudah di upload. Ketika melihat kecendrungan percakapan sosial media di Indonesia sebagian besar masih digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan ringan dan cenderung “bahasa curhat” (Abugaza, 2010:42). Dalam video pertama di vlog miliknya, ia memberikan pembukaan berupa teks bertulis ‘Diary Anak Medok’ Teks tersebut dapat dipastikan berkaitan dengan

logat bahasa Jawa-nya yang kental terdengar. Di video yang berjudul Video Youtube Pertama itu, Kaesang memperkenalkan dirinya dan menceritakan bahwa ia baru belajar menyunting dan mengambil gambar. Melalui video berdurasi dua menit 38 detik itu, ia juga menjelaskan alasan beralih dari blog dan membuat vlog serta Kaesang mengaku belum mahir membuat dan menyunting video, namun ia melihat video sebagai sesuatu yang seru untuk dieksplorasi. Video ini pertama kali di upload sejak tanggal 7 Maret 2016 lalu dan sudah disaksikan lebih kurang sekitar 900.000 kali ditonton.

Sampai saat ini dalam vlog yang diunggah dalam media YouTube Kaseang sudah mengupload sebanyak 28 video Piloc yang menampilkan bermacam-macam kegiatan pribadi dan serta kegiatan lainnya. Meski video yang ia unggah di channel YouTubanya masih terbilang tidak telalu banyak, namun Kaesang mampu mencuri perhatian penonton untuk selalu mengikuti channel nya. Seacara keseluruhan dari video yang sudah di upload dalam media YouTube, Kaseang sudah mendapatkan sebanyak 20.579.278 kali penayangan sejak pertama kali memuat video dalam YouTube. Adapun dalam jumlah *subscriber* yang aktif mengikuti berbagai vlog Kaesang di YouTube ada sebanyak 250.000 *subscriber* dan terus naik. Kaesang bisa mendapatkan subscriber yang banyak hanya dalam waktu terbilang singkat ini tidak terlepas dari sosok orang penting dari nagara ini. Secara, ia adalah anak orang nomor satu di Indonesia yaitu

Presiden Joko Widodo. Hal ini terjadi karena setiap Vlog Pilok yang di upload oleh Kaesang selalu menjadi viral di banyak media, baik media cetak maupun media online. Pada pertumbuhan lanjutan dari perkembangan internet sebagai alat untuk mengatur bentuk informasi dan interaksi sosial mensyaratkan bahwa politik internet akan terus retheorized dari sudut pandang yang baik kritis dan rekonstruksi (Durham dan Kallner, 2001:702).

Ada beberapa Vlog Kaesang yang menampilkan kegiatan keseharian Presiden Joko Widodo yang tidak banyak diliput media. Hampir setiap vlog pilok yang menampilkan Presiden Joko Widodo di dalamnya ramai dibicarakan oleh kalangan pengguna media sosial di Indoensia. Kalau kita melihat lagi video yang diunggah Kaesang Pangarep dalam akun Pilok di YouTubanya adalah sesuatu yang biasa dan sering kita jumpai dalam kehidupan kita sehari-hari. Namun kemasan yang banyol dari Kaesang membuat yang menonton menjadi terhibur. Terlebih apa yang diunggah tersebut adalah dilakukan oleh anak seorang Presiden, itu semakin membuat banyak orang senang. Dalam setiap video yang dimuat dalam Vlog Pilok Kaesang memiliki konten yang cukup sederhana. Video yang diupload juga tidak terlalu panjang, maksimal hanya 4 sampai 5 menit saja. Ada juga waktu terpendek yang biasa di upload, waktu minimal yang sering di upload dalam setiap vlog pilok-nyapun minimal hanya sekitar 1 menit.

Partisipasi yang berbeda dari model menu personalisasi dari pengguna YouTube dengan kegiatan pembuatan konten dari wartawan warga negara atau blogger (Turner, 2010:179). Walaupun video-video yang dimuat dalam akun YouTubanya, konten-konten sederhana yang ada dalam vlog Kaesang pun bisa dengan mudah kita pahami dan sudah banyak menggambarkan tentang-tentang kehidupannya.. Kaesang sendiri mengunggah videonya yang menantang adu panco dengan Bapak nya Presiden Joko Widodo. meski konten yang disajikan oleh Kaesang Pangarep sangat sederhana, yang bahkan nampak sekali bahwa Bapak Joko Widodo kurang bisa berakting di depan kamera, namun konten itu berhasil membuat penonton tersenyum. Dan lebih dari itu, pesan moral dan nasehat yang disampaikan oleh Bapak Joko Widodo juga sangat dalam dan bisa dijadikan sebagai prinsip bagi siapa saja yang sedang menonton video tersebut. Dalam vlog Kaesang ini kita bisa melihat bagaimana identitas dan citra yang di bangun Presiden Joko Widodo dalam Vlog Piloc Kaesang.

Berbicara mengenai Presiden Joko Widodo yang sering hadir dalam Vlog Kaesang, banyak hal-hal yang bisa diperhatikan. Hampir semua Video Blog (Vlog) Kaesang dimana Presiden Joko Widodo ada dalam Vlog tersebut banyak ditonton oleh pengguna YouTube. Hebatnya lagi dari semua Vlog Kaesang yang ada Presiden Jokowi selalu menjadi viral di dunia maya dan serta sering dimuat dalam

media online lainnya. Berdasarkan hal inilah peneliti menjadikan subjek penelitian ini Vlog Piloc Kaesang yang terdiri dari edisi Piloc #3, 4, dan 22. Dalam Vlog Piloc yang diteliti ini hanya Vlog yang hanya ada Presiden Joko Widodo saja di dalamnya. Karena salah satu fokus penelitian ini kehadiran Presiden Joko Widodo yang ada dalam VLog Kaesang. Jadi selain Vlog Kaesang yang menjadi subjek umum dalam penelitian ini, kehadiran Presiden Joko Widodo dalam Vlog Kaesang inilah yang menjadi fokus subjek dalam penelitian ini.