

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini lagu anak terkesan ditinggalkan. Fenomena aneh yang terjadi yaitu anak-anak yang masih kecil dan belum cukup umur, bahkan terkadang dijumpai mereka belum mengeyam pendidikan dasar dengan riangnya menyayikan lagu-lagu remaja dan dewasa. Dan lebih mencengangkan lagi adalah bahwa lagu-lagu tersebut berisikan nilai-nilai hidup yang belum saatnya mereka tahu, seperti hal mengenai cinta. Media hiburan nampaknya juga semakin tidak ramah terhadap anak-anak. Tidak adanya acara televisi yang khusus menampilkan penyanyi cilik dan menyanyikan lagu anak-anak. Adapun suatu acara yang menampilkan penyanyi cilik tetapi menyanyikan lagu orang dewasa.

Kemunculan internet membentuk suatu media baru bagi masyarakat yang disebut media sosial. Media sosial sangat erat hubungannya dengan manusia karena di zaman sekarang ini orang-orang membagi berita atau informasi melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter dan lainnya. Orang tidak perlu lagi menonton berita di televisi, karena informasi yang terdapat di televisi hampir sama dengan yang ada di media sosial. Ketua KPAI Susanto mengatakan, lagu-lagu untuk anak-anak Indonesia saat ini terancam punah. Ia menyayangkan kondisi tersebut di tengah perkembangan pesat musik dengan segala aliran dan inovasinya

pada era digital. “Lagu anak-anak di Indonesia justru semakin hilang dari waktu ke waktu, bahkan terancam punah. Ini berbanding terbalik dengan musi-musik lain. Sumber:<https://www.republika.co.id/berita/senggang/musik/18/03/11/p5fdxu299-lagu-anakanak-indonesia-terancam-punah> (diakses 8 Desember 2018)

Berbagai gerakan baru terus dilakukan oleh para musisi, selain berkarya dibidang musik para musisi juga peduli dengan hal diluar bidangnya. Endank Soekamti adalah salah satu contoh musisi yang selalu membuat gerakan baru diluar bidang bermusik. DOES University adalah salah satu bukti nyata bahwa Endank Soekamti peduli terhadap pendidikan di Indonesia. Sekolah bakat gratis yang digagas oleh Erix Soekamti. Selain peduli terhadap pendidikan band Endank Soekamti juga peduli terhadap lagu anak yang mulai punah dan jarang diperdengarkan. Sebagai bentuk kepeduliannya, band Endank Soekamti meluncurkan konten #SaveLaguAnak di youtube channel Soekamti Junior.

Media sosial kerap dijadikan sebagai alat atau media untuk dijadikan bahan promosi. Contohnya pemasaran di media sosial yaitu twitter, facebook, instagram, youtube, soundcloud dll. Beberapa media sosial yang sering digunakan sebagai media promosi yaitu youtube yang dapat diakses secara gratis, dan khalayak dapat melihat secara *audio visual*.

Yogyakarta selain sebagai kota pelajar, juga disebut kota seni dan budaya. Telah banyak melahirkan para seniman atau musisi yang diakui pada tingkat nasional maupun internasional. Termasuk juga dalam bidang kesenian musik, baik musik

tradisional maupun musik – musik modern. Efek globalisasi cukup terasa di Yogyakarta. Masuknya budaya dan seni dunia ke Yogyakarta telah membawa efek perubahan yang cukup besar. Seperti masuknya budaya musik modern, yang biasanya kita dengarkan lewat musisi – musisi atau band. Digelarnya even berskala besar seperti, Soundrenalin merupakan bukti bahwa pasar musik modern di Yogyakarta cukup prospektif. Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) yang digelar rutin adalah salah satu bukti dukungan masyarakat Yogyakarta dalam melestarikan budaya warisan leluhur.

Dalam era globalisasi saat ini, media sosial sangat berkaitan erat dengan para musisi atau band. Setiap musisi atau band pasti mempunyai akun media sosial seperti twitter, facebook, instagram, youtube, soundcloud. Berikut beberapa band asal Yogyakarta yang menggunakan media sosial (Youtube), tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Band yang aktif di Youtube

No	Nama Band	Jumlah <i>Subscriber</i>	Jumlah <i>View</i>	Konten
1.	Braves Boy	12.450	5.924.881	Dokumentasi Manggung Live Perform Video klip Sketsa BTS Album

2.	Endank Soekamti	91.768	42.878.789	Dokumentasi manggung BTS Album Video klip Video karaoke Video lirik dan chord bahasa isyarat Video klip animasi lagu anak #SaveLaguAnak
3.	FSTVLST	2,477	588.826	Dokumentasi manggung Video cover
4.	Jogja Hip-Hop Foundation	455	4.799	Video klip
5.	Libertaria	1.164	294.295	BTS Video klip Video klip Video testimoni Album
6.	Serigala malam	444	40.487	Dokumentasi manggung Video lirik BTS Album
7.	Sheila on 7	18.104	371.165	Dokumentasi manggung Video klip
8.	Shaggy Dog	20.134	3.182.566	Dokumentasi manggung Video klip BTS Album

Sumber: www.youtube.com (diakses 4 Februari 2018)

Berdasarkan beberapa band di atas yang aktif menggunakan media sosial Youtube, band Endank Soekamti mempunyai jumlah subscriber dan viewers

terbanyak, serta memiliki konten yang beragam. #SaveLaguAnak adalah salah satu konten yang dibuat oleh Endank Soekamti sebagai wujud nyata dalam melestarikan lagu anak-anak yang mulai punah dan jarang diperdengarkan.

“Seperti gudeg dan bakpia, Endank Soekamti adalah aset Yogyakarta”, itulah *tagline* band asal Yogyakarta yang terbentuk pada 1 Januari 2001 bertepatan dengan malam tahun baru. Band yang beranggotakan Erix Soekamti (bass dan vokal), Dory Soekamti (Gitar dan vokal) serta Tony S (*additional drum*) sudah mempunyai total 8 album yaitu kelas 1 (2003), Pejantan Tambun (2005), Sssttt...!!! (2007), Soekamti.com (2010) Angka 8 (2012), Kolaborasoe (2014), Soekamti Day (2016) dan yang terbaru Salam Indonesia (2018).

Selain menciptakan karya di bidang musik, Endank Soekamti juga menciptakan karya berupa film. Tahun 2016 mereka menghasilkan karya berupa film yang berbeda dari yang sebelumnya pernah diproduksi, yaitu film panjang berjudul “Vlog Fest 2016 The Movie” dalam format 360 derajat, yang dirilis bertepatan dengan peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia, 17 Agustus 2016. Berdurasi 50 menit, hingga saat ini bisa dikatakan “Vlog Fest 2016 The Movie” adalah sebuah film panjang berformat 360 derajat pertama di dunia yang pernah diproduksi dan dirilis di dunia. Sumber: <http://soekamti.com/news/film-panjang-berformat-360%CB%9A-pertama-di-dunia-telah-dirilis-di-indonesia-pada-17-agustus-2016> (diakses 4 Februari 2018)

Sadar akan melek media terutama media sosial, Endank Soekamti tidak hanya aktif di Youtube tetapi juga media sosial lain seperti Insatgram, Facebook dan Twitter. Keaktifan tersebut bisa dilihat dengan jumlah pengikut di instagram mencapai 354 ribu dan jumlah kiriman mencapai 1558. Di *fanspage* Facebook Endank Soekamti memiliki jumlah *like* sebanyak 2.432.604 juta, serta jumlah pengikut di Twitter sebanyak 81 ribu. Sumber: facebook dan youtube band Endank Soekamti (diakses 4 Februari 2018)

Youtube adalah sebuah media sosial atau *platform* berbagi video secara online. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Berbagai jenis video terdapat pada Youtube mulai dari video yang berkaitan dengan musik, video lucu, video tutorial, *webseries*, hingga video blog. Format yang digunakan video dari Youtube adalah flv atau mp4 yang dapat diputar dipenjelajahan web yang memiliki plugin flash player.

Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi penggunaanya untuk meng-*upload* video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan Youtube adalah database video yang paling populer didunia internet, bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif.

Selain bisa dimanfaatkan untuk mencari informasi, Youtube juga bisa digunakan sebagai media promosi dan hiburan, dimana kita bisa mengakses berita, musik dan informasi dunia terbaru, film dan lain-lain. Pada media sosial Youtube

banyak saluran atau *channel* yang kini dimanfaatkan oleh musisi atau band, contohnya dalam *channel* band Endank Soekamti.

Endank Soekamti juga aktif dalam media Youtube, terhitung 6 tahun bergabung sejak 2011 jumlah *viewers* sudah mencapai 42 juta dan 91 ribu *subscribers*. Konten isinya pun beragam, selain video klip dan video lirik, *The story of soekamti day* misalkan yaitu sebuah video dokumentasi disetiap Endank Soekamti *perform*. Beberapa video *behind the scene* saat mereka membuat album seperti *#Themakingofangka8*, Kolaborasi Rockumentary, *#Soekamti7thAlbum* dan yang terbaru ini yaitu *The Making of Soekamti's 8th Album*. Sumber <https://www.youtube.com/user/soekamtiofficial/about> (diakses 4 February 2018)

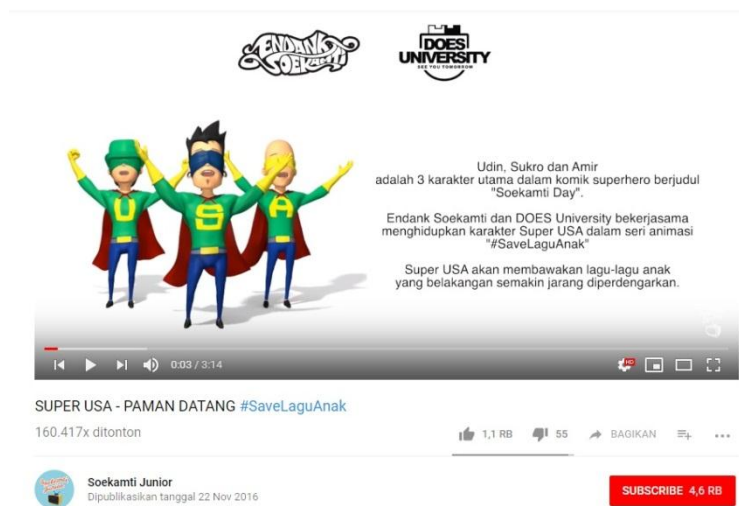
Berbagai gebrakan baru terus dibuat oleh band Endank Soekamti. Band asal Yogyakarta itu meluncurkan video klip lagu anak “Paman Datang” ciptaan A.T. Mahmud pada tanggal 22 November 2016. Uniknya, video klip ini dibuat dalam animasi 3D dengan menampilkan karakter Super USA. Video klip ini merupakan buah kolaborasi Endank Soekamti dengan siswa-siswa DOES University generasi pertama. Seperti diketahui DOES University sendiri adalah sekolah bakat gratis yang digagas oleh Erix Soekamti. Sesuai namanya, sekolah ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk belajar sesuai bakat dan minat yang dimiliki.



Gambar 1.1 Karakter Super USA dalam konten #SaveLaguAnak

Sumber: <http://soekamti.com/>

Pemilihan lagu Paman Datang merupakan salah satu bentuk usaha mempopulerkan lagu legendaris anak-anak yang kini kian jarang diperdengarkan. Sedangkan karakter yang muncul di video tersebut merupakan 3 tokoh utama dalam serial komik superhero karya Endank Soekamti berjudul *Soekamti Day*. “Harapannya, anak-anak memiliki alternative lebih beragam dan sesuai dengan usia tumbuh kembang mereka saat mengakses media sosial melalui internet,” jelas Erix Soekamti. Project ini bisa dibilang merupakan tindakan nyata dari Endank Soekamti untuk menyelamatkan lagu anak-anak. Endank Soekamti dan DOES University berencana memproduksi lagi beberapa lagu-lagu anak dan menyebarkanluaskannya secara gratis melalui kanal Soekamti Junior di youtube atau bisa juga diakses lewat www.soekamtijunior.com dalam seri animasi #SaveLaguAnak. Sumber: <https://musik.kapanlagi.com/berita/gebrakan-baru-endank-soekamti-rilis-video-klip-lagu-anak-1c5a46.html> (diakses 8 Desember 2018)



Gambar 1.2 Lagu Paman Datang yang di unggah di youtube Soekamti Junior

Sumber: www.youtube.com

Sejak rilis di youtube pada tanggal 22 November 2016 video klip Paman Datang sudah ditonton sekitar 100 ribu penonton. Saat ini proyek #SaveLaguAnak sudah rilis 4 lagu diantaranya, Paman Datang, Bintang Kecil, Naik Kereta Api dan Potong Bebek Angsa. Semua lagu anak yang dibalut dengan video 3D animasi ini bisa dinikmati di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti. Setelah keempat video klip lagu anak tersebut tersedia di kanal youtube, berbagai reaksi pun datang dari para pendengarnya.



Aditya Wicaksono 2 tahun yang lalu (diedit)

Malah band punk gahar gini yang peduli terhadap lagu anak di Indonesia Salut! #Fatherhood . Terimakasih Endank Soekamti family

👍 24 🗨️ BALAS



adelia rena riwayatani 2 tahun yang lalu (diedit)

Fix!!mau saya tontonkan ke anak didik ku,,kebetulan cocok untuk anak SD..terima kasih mas Erix..Salam Guru Kamtis.

👍 1 🗨️ BALAS



Mister DRG 1 tahun yang lalu

Ini contoh "save lagu anak" yang seharusnya. Bukan cuma koar-koar pakai hastag #savelaguanak.

👍 🗨️ BALAS



zainal fachrudin 2 bulan yang lalu

Dengan ini maka para orang tua tidak takut anak nya kehilangan lagu anak2 berbahasa indonesia... Keren endank soekamti..□□□□

👍 🗨️ BALAS

Gambar 1.3 Komentar positif terhadap video klip

Lagu anak #SaveLaguAnak

Sumber: www.youtube.com



Hamdan Khoirudin 2 tahun yang lalu

modelnya yg jadi mas erik kalo bisa jangan di piercing telinganya.

👍 8 🗨️ BALAS



tri yunawan 1 tahun yang lalu

ditanyain ponakan dikuping sukro ada apanya aku bingung meh jawab opo □

👍 🗨️ BALAS



antonio conte 2 tahun yang lalu

Kenapa namanya harus usa, diganti INA kan lebih keren



1



BALAS

Gambar 1.4 Komentar negatif terhadap video klip Lagu anak #SaveLaguAnak

Sumber: www.youtube.com

Sebagai salah satu musisi di Indonesia yang beraliran punk, Endank Soekamti menunjukkan kepeduliannya terhadap punahnya lagu anak dengan *campaign* melalui konten #SaveLaguAnak. Hal ini cukup berbanding terbalik dengan musik mereka yang biasanya dinikmati kalangan remaja maupun dewasa.

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Effendy (2006:89). Munculnya berbagai macam opini komentar *netter* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang Opini *subscriber* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti.

B. Rumusan Masalah

Melihat dari pembahasan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah;

Bagaimana opini subscriber terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti tahun 2018?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan opini *subscribers* terhadap konten #SaveLaguAnak di channel youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti tahun 2018.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan pengetahuan khususnya dalam bidang komunikasi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penyampaian pesan melalui konten video melalui youtube.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi panduan atau acuan terhadap para kreator-kreator youtube atau youtubers pemula dalam mengolah sebuah konten video yang akan di unggah terutama konten musik video.

E. Kajian Teori

1. Opini

a. Pengertian Opini

Opini adalah serapan dari bahasa asing (*opinion*), merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata (*intangible*), baik dalam bentuk opini tertulis maupun secara lisan. Bisa juga sebagai perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan dan lain sebagainya. Sebaliknya, istilah “*public*”, lebih tepat dan mempunyai arti sempit yang mewakili kelompok atau khalayak tertentu/terbatas sebagai obyek sasarannya. (Ruslan, 2002:63). Opini adalah tanggapan aktif terhadap rangsangan, tanggapan yang disusun oleh melalui interpretasi personal yang diturunkan dari dan turut membentuk citra. (Nimmo, 1989:12)

Djoenaesih S. Sunarjo (dalam Ruslan, 2002:64) mengatakan bahwa ciri-ciri opini itu adalah:

- Selalu diketahui dari pernyataan-pernyataannya
- Merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat
- Mempunyai pendukung dalam jumlah besar.

Opini dapat dinyatakan secara aktif atau pasif, verbal (lisan) dan baik secara terbuka dengan melalui ungkapan kata-kata yang dapat ditafsirkan dengan jelas, maupun melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak langsung, dan

dapat diartikan konotatif atau persepsi (personal) (Ruslan, 2002:64). Dan opini pun dapat dinyatakan melalui perilaku, sikap tindak, mimik muka atau bahasa tubuh. Opini publik berarti merupakan suatu tanggapan atau jawaban dalam bentuk lisan maupun tulisan yang mewakili beberapa individu atau suatu kelompok.

Menurut William Albig, opini berupa reaksi pertama di mana orang mempunyai rasa ragu-ragu terhadap sesuatu masalah yang lain dari kebiasaan, ketidakcocokan dan adanya perubahan penilaian, sehingga unsur-unsur tersebut mendorong orang untuk saling mempertentangkannya. (Sunarjo, 1997:33).

b. Jenis Opini

Menurut Effendy (2006:89) terdapat beberapa jenis opini yang berbeda. Jenis-jenis opini adalah:

a. Opini individual (*individual opinion*)

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Baru diketahuinya bahwa orang-orang lain ada yang sependapat dan ada yang tidak sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang-orang lain.

b. Opini pribadi (*private opinion*)

Opini pribadi adalah pendapat asli seseorang mengenai suatu masalah sosial. Pendapat seseorang belum tentu merupakan opininya pribadi, mungkin ia ambil alih opini orang lain disebabkan ia menyetujuinya, lalu dalam suatu pergunjungan dikomunikasikannya kepada orang lain sebagai opininya sendiri, tetapi bukan opininya pribadi.

c. Opini kelompok (*group opinion*)

Opini kelompok adalah pendapat sekelompok mengenai masalah sosial yang menyangkut kepentingan banyak orang, termasuk sekelompok tadi. Sebagai contoh adalah keharusan Pancasila dijadikan asas tunggal bagi organisasi kemasyarakatan. Diantara berbagai kelompok itu ada yang pro dan ada yang kontra.

d. Opini mayoritas (*majority opinion*)

Sesuai dengan makna yang disandung oleh istilah itu, opini mayoritas adalah pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu masalah yang pro, mungkin yang kontra, mungkin yang mempunyai penilaian lain. Biasanya munculnya opini mayoritas itu dibawa kepada suatu forum terbuka dalam bentuk lembaga, misalnya parlemen, sehingga bisa dihitung berapa jumlah yang pro, berapa yang kontra, dan berapa pula yang tidak termasuk pro dan kontra.

e. Opini minoritas (*minority opinion*)

Opini minoritas adalah kebalikan dari opini mayoritas. Opini minoritas adalah pendapat orang-orang yang relatif jumlahnya sedikit dibandingkan

dengan jumlah mereka yang terkait dengan suatu masalah sosial. Mungkin yang sedikit ini adalah yang pro, mungkin yang kontra, mungkin pula yang mempunyai penilaian lain.

f. Opini massa (*mass opinion*)

Opini masa merupakan tahap kelanjutan dari opini publik. Seperti dikatakan diatas, opini publik adalah pendapat sejumlah orang yang bersifat kontroversial atau mengandung pertentangan sebagai hasil pergunjungan terbuka mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

g. Opini umum (*general opinion*)

Opini umum adalah pendapat yang sama dari semua orang dalam suatu masyarakat mengenai masalah yang menyangkut kepentingan umum.

Opini individual dan opini pribadi itu bergalau dalam bentuk perbincangan. Kalau orang-orang yang terlibat dalam pergunjungan itu seluruhnya setuju atau tidak setuju terhadap masalah yang dibicarakan itu, maka terjadilah opini umum (*general opinion*). Jika ternyata ada yang pro dan ada yang kontra atau penilaian lain, yang terjadi adalah opini publik (*public opinion*) (Effendy, 2006:89-91).

Sesuai dengan makna dari istilah yang dikandungnya, opini individual atau *individual opinion* adalah pendapat seseorang secara perseorangan mengenai sesuatu yang terjadi di masyarakat. Pendapat itu bisa setuju, bisa juga tidak setuju. Baru diketahuinya bahwa orang-orang lain ada yang sependapat dan ada yang tidak

sependapat dengan dia, setelah ia memperbincangkannya dengan orang-orang lain Effendy (2006:89).

Menurut Cutlip dan Center dalam Ollie.H (2007:33), opini adalah suatu pernyataan tentang sikap mengenai suatu masalah yang bersifat kontroversial. Opini timbul sebagai hasil pembicaraan tentang masalah yang kontroversial yang menimbulkan pendapat berbeda-beda. Lalu, bagaimana dengan sikap atau *attitude*, menurut Cutlip dan Center adalah kecenderungan untuk memberikan respons terhadap suatu masalah atau suatu situasi tertentu.

Opini bisa dilihat dari segi positif, negatif atau netral atau dengan rasa suka, benar, netral. Dalam bukunya opini publik (Sunarjo, 1997: 98) menjabarkan lebih lanjut mengenai arah dari opini yaitu:

1. Opini Positif

Menyebabkan seseorang bereaksi secara menyenangkan terhadap orang lain, suatu kebijaksanaan sebuah organisasi.

2. Opini Netral

Jika seorang tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi keadaan.

3. Opini Negatif

Menyebabkan seseorang memberi opini yang tidak menyenangkan beranggapan buruk mengenai seseorang.

c. Proses pembentukan Opini

Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut, menurut R.P. Abelson dalam Ruslan (2016:66-67) bukanlah perkara mudah, karena mempunyai kaitan yang erat dengan:

1. Kepercayaan mengenai sesuatu (*belief*)
2. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (*attitude*)
3. Persepsi (*perception*), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar dari berbagai faktor, yakni:
 - a. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.
 - b. Pengalaman masa lalu seseorang atau kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya.
 - c. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat).
 - d. Berita-berita, dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi opini

Sebelum terbentuknya opini, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Arifin (2010:96) dalam bukunya opini publik, menyatakan bahwa pembentukan opini publik terjadi karena:

- a. Sejumlah orang menyadari suatu situasi dan masalah yang dianggap perlu dipecahkan. Maka orang-orang ini mencari beberapa alternatif sebagai pemecahan masalahnya, hal mana didasarkan pada faktor yang diperolehnya.
- b. Beberapa alternatif lain sebagai saran pemecahan masalahnya ditemukan, sehingga terjadilah diskusi tentang kemungkinan penerimaan salah satu atau beberapa alternatif.
- c. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan pilihan terhadap salah satu atau beberapa alternatif yang disetujui bersama melalui pelaksanaan keputusan yang telah diambil, terbentuklah suatu pengelompokan baru dan dipupuklah kesadaran kelompok.
- d. Berdasarkan keputusan dirumuskanlah suatu perincian pelaksanaan dan tindakan dalam bentuk program sebagai konsep kerja yang dukungannya lebih luas, bukan saja dalam kelompok yang telah menerimanya, akan tetapi juga di luarnya sehingga terjadilah diskusi secara menjalar di kelompok-kelompok lain.

2. New Media / Media Baru

Media baru merupakan istilah yang digunakan untuk berbagi teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama selain baru yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:149)

Menurut Nicholas Gane dan David Beer dalam Nasrullah (2014:14) memaparkan karakteristik media baru dengan *term network, interactivity, information, interface, archive* dan *simulation*;

Tabel 1.2 Karakteristik media baru menurut Nasrullah (2014)

Era Media Pertama (<i>Broadcast</i>)	Era Media kedua (<i>Interactivity</i>)
Tersentral (dari sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber

Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Zhu dan Chen dalam Purwana dkk (2017:7) membagi media sosial menjadi dua kelompok dengan sifat dasar koneksi dan interaksi, sebagai berikut:

1. *Content based*

Content based merupakan media sosial yang fokus pada sebuah konten, diskusi dan komentar pada konten yang ditampilkan. Tujuan utamanya yaitu untuk menghubungkan individu dengan konten yang sudah disediakan oleh profil tertentu karena individu tersebut menyukainya, contoh Instagram, Youtube dan lain lain.

2. *Profile based*

Profile based merupakan media sosial yang berbasis profil focus terhadap anggota individu. Media sosial kelompok ini mendorong koneksi yang terjadi karena individu tertarik pada pengguna media sosial tersebut, contohnya Facebook, Twitter dan lain lain.

Media sosial seperti Facebook dan Twitter merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring sosial online (Hamidati, 2011:14).

3. Youtube

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai *platform* distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun yang kecil. Youtube merupakan salah satu perusahaan milik Google. Youtube diciptakan oleh tiga orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, Youtube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat (David, Sondakh dan Harilama, 2017).

Youtube adalah video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015:47; David, Sondakh dan Harilama, 2017)

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai acuan penulis untuk mendapatkan referensi penelitian dahulu sebagai pedoman atau pembanding dalam menyusun penelitian, artikel dalam jurnal yang dikaji oleh peneliti terdahulu sehingga dapat membantu peneliti dalam proses pengkajian tema yang diteliti. Peneliti mendapati kesamaan konteks pada penelitian sebelumnya yaitu:

1. Penelitian tentang proses pembentukan opini di media pernah dilakukan oleh Christiany Juditha dalam Jurnal Pekommas tahun 2014, dengan judul Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial Twitter. Dari keseluruhan prosesnya, Juditha kemudian menyimpulkan hasil dari penelitiannya yaitu, bahwa opini-opini pribadi yang terbentuk pada media sosial seperti Twitter, akan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat membentuk satu kesamaan opini yang menggiring opini pribadi menjadi opini publik. Apalagi melalui media sosial seperti Twitter yang memiliki sifat yang cepat sehingga dengan cepat juga dapat membentuk opini publik. Tweet yang diposting oleh orang-orang ternama seperti artis dan selebriti lainnya akan semakin memudahkan opini publik

tersebut terbentuk. Hal ini tentunya menyebabkan opini semakin cepat menyebar dan dibaca orang lain sekaligus membentuk kesamaan opini.

2. Penelitian terdahulu yang kedua oleh Muh. Akbar Kamaruddin, Hafied Cangara dalam tahun 2014 dalam jurnal komunikasi KAREBA Vol. 3. No. 1 Januari – Maret 2014 dengan judul “Opini Tokoh Masyarakat Terhadap Kenijakan Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan Sebagai Center Point of Indonesia (CPI). Peneltian ini bertujuan untuk mengetahui opini tokoh masyarakat terhadap kebijakan pemerintah provinsi Sulawesi selatan dalam membangun *Centre Poin of Indonesia* (CPI), dan untuk mengetahui kebijakan pemerintah provinsi Sulawesi selatan dalam membangun *Centre Poin of Indonesia*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data, teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini adalah seluruh tokoh masyarakat kota Makassar.
3. Terakhir peneliti mengacu penelitian yang dilakukan oleh Joi Siburian dalam jurnal Jom FISIP Volume 2 no, 1 – Februari 2015 dengan judul Opini Masyarakat Batak pada Program Acara Horas di Rantau Pada RTV (Studi Kasus di Kelurahan Tanjung Rhu Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru). Dalam penelitian tersebut memiliki tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana opini masyarakat Batak pada program acara Horas di rantau pada RTV. Teori dalam penelitian tersebut ialah opini dan media massa. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif dengan metode

kualitatif. Subjek dari penelitian ini yaitu masyarakat Batak Kelurahan Tanjung Rhu Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru yang sering menonton dan mengetahui program acara Horas di Rantau. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *snowball* sampling, wawancara dan pengumpulan data. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui dan memahami dengan acara Horas di Rantau. Sikap responden terhadap acara tersebut sangat baik, karena memiliki nilai pendidikan yang dapat menambah pengetahuan dan pembelajaran yang positif untuk ditonton.

Penelitian serupa mengenai opini di media sosial pernah dilakukan oleh Christiany Judhita pada tahun 2014 yang berjudul “Opini Publik terhadap kasus “KPK Lawan Polisi” dalam media sosial Twitter”. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu adalah pada unit analisisnya. Jika penelitian sebelumnya mengambil subjek media sosial twitter, maka penelitian ini akan lebih fokus kepada media sosial youtube. Pada pembahasannya juga akan berbeda jika penelitian Christiany Judhita membahas tentang Opini publik kasus “KPK Lawan Polisi” di media sosial twitter. Pada penelitian ini membahas mengenai opini subscribers terhadap konten di youtube.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Creswell menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian ilmiah yang lebih dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam setting yang alamiah tanpa adanya intervensi apapun dari peneliti (Herdiansyah,2014:8).

Penelitian kualitatif itu berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil (Moleong,2002:27).

Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong,2002:3).

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki,1986:55). Data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan *subscribers* channel Soekamti Junior milik band Endank Soekamti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari Biro Statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya (Marzuki, 1986:56).

3. Teknik pengambilan informan

Dalam penelitian kualitatif sangat erat kaitanya dengan faktor-faktor konstektual. Oleh sebab itu, pada penelitian kualitatif tidak adanya sampel acak, tetapi sampel bertujuan (*purposive sampel*) (Moleong, 2008:224). Teknik pengambilan informan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik sampling purposive yaitu dimana pengambilan sampel sesuai dengan pertimbangan penelitian berdasar maksud dan tujuan penelitian.

Peneliti telah menentukan kriteria informan untuk pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

a. Mengetahui Erix Soekamti / fans band Endank Soekamti

- b. Mengikuti atau menjadi *subscribers* akun youtube Soekamti Junior milik band Endank Soekamti
- c. Pernah menonton konten #SaveLaguAnak
- d. Berusia 23-24 tahun

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2005:62). Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara.

Pada penelitian kualitatif, bentuk data berupa kalimat, atau narasi dari subjek atau responden penelitian yang diperoleh melalui suatu teknik pengumpulan data yang kemudian data tersebut akan dianalisis dan diolah dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dan akan menghasilkan suatu temuan atau hasil penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan (Herdiansyah, 2014:116). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Berikut beberapa teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan

pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2008:186). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2005:72).

Lincoln dan Guba dalam (Sugiyono, 2005:76) mengemukakan ada tujuh langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- 1) Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan
- 2) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- 3) Mengawali atau membuka alur wawancara
- 4) Melangsungkan alur wawancara
- 5) Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- 7) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh

b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut

pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2014:143). Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2013:201) Pada penelitian ini pengumpulan data diperoleh dari buku-buku, jurnal, serta mengutip dari sumber *online* dan beberapa informasi lainnya.

5. Teknik analisis data

Dalam setiap penelitian, umumnya melibatkan data yang akan diolah atau dianalisis. Data tersebut didapat melalui serangkaian proses pengumpulan data yang disesuaikan dengan metode penelitian yang dipilih. Dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data harus melalui beberapa tahapan yang setiap tahapan tersebut saling terkait satu sama lain (Herdiansyah, 2014:152).

Menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2008:248) analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan berkerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, meninsestikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2005:91-99) mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas,

sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verivfcation*. Peneliti ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena penelitian yang digunakan membutuhkan data berupa kata-kata bukan berupa angka.

6. Uji validitas data

Dijelaskan oleh Neuman dalam Herdiansyah (2014:190) validitas dapat pula diartikan sebagai kesesuaian antara alat ukur dengan sesuatu yang hendak diukur, sehingga hasil ukur yang didapat akan mewakili dimensi ukuran yang sebenarnya dan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk mendapatkan keabsahan data, diperlukan teknik pemeriksaan data, dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Prinsipnya adalah, menurut teknik triangulasi, informasi mestilah dikumpulkan atau dicari dari sumber-sumber yang berbeda agar tidak bias sebuah kelompok (Afrizal, 2016:168). Menurut Patton dalam Moleong (2008:330) mengemukakan bahwa, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.