

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Rokok merupakan barang yang masih menjadi kontroversi di kalangan masyarakat Indonesia, seperti kita ketahui bahwa jumlah konsumen rokok di Indonesia adalah salah satu yang terbanyak di dunia. Perkembangan rokok yang pesat di Indonesia merupakan dampak dari lemahnya peraturan dari pemerintah untuk melarang rokok di Indonesia. Hal ini menjadi surga bagi industri-industri rokok dunia. Amerika yang dahulu disebut sebagai Negara Marlboro karena merupakan negara pendiri Marlboro, justru sekarang melakukan pengetatan peraturan untuk mengurangi rokok. Mulai dari melarang adanya iklan rokok sampai menaikkan harga rokok dengan harga yang sangat tinggi, dan hal tersebut saat ini telah berhasil mengurangi rokok di Amerika dengan cukup pesat. Kementerian Kesehatan menunjukkan peningkatan prevalensi perokok dari 27% pada tahun 1995, meningkat menjadi 36,3% pada tahun 2013. Artinya, jika 20 tahun yang lalu dari setiap 3 orang Indonesia 1 orang di antaranya adalah perokok, maka dewasa ini dari setiap 3 orang Indonesia 2 orang di antaranya adalah perokok. Keadaan ini semakin mengkhawatirkan, karena prevalensi perokok perempuan turut meningkat dari 4,2% pada tahun 1995 menjadi 6,7% pada tahun 2013. Dengan demikian, pada 20 tahun yang lalu dari setiap 100 orang perempuan Indonesia 4 orang di antaranya adalah perokok, maka dewasa ini dari setiap 100 orang perempuan Indonesia 7 orang di antaranya adalah perokok. Lebih memprihatinkan lagi adalah kebiasaan buruk merokok juga meningkat pada generasi muda. Data Kemenkes menunjukkan bahwa prevalensi remaja usia 16-19 tahun yang merokok meningkat 3 kali lipat dari 7,1% di tahun 1995 menjadi 20,5% pada tahun 2014.

Dan yang lebih mengejutkan adalah usia mulai merokok semakin muda (dini). Perokok pemula usia 10-14 tahun meningkat lebih dari 100% dalam kurun waktu kurang dari 20 tahun, yaitu dari 8,9% di tahun 1995 menjadi 18% di tahun 2013. Mengutip data hasil penelitian di RS Persahabatan (2013) memperlihatkan bahwa tingkat kecanduan atau adiksi pada anak SMA yang merokok cukup tinggi, yaitu 16,8%. Artinya 1 orang dari setiap 5 orang remaja yang merokok, telah mengalami kecanduan. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa rata-rata anak yang dilahirkan oleh ibu hamil yang merokok memiliki berat badan yang lebih ringan (<2500 gram) dan lebih pendek (<45 cm) dibandingkan dengan ibu yang tidak merokok (>3000 gram) dan lebih panjang (>50 cm).

Data-data tersebut menunjukkan fakta bahwa merokok jelas berakibat pada buruk pada kesehatan masyarakat Indonesia. Merokok merupakan faktor yang berakibat sangat besar terhadap munculnya berbagai penyakit. Seorang perokok mempunyai risiko 2 sampai 4 kali lipat untuk terserang penyakit jantung koroner dan memiliki risiko lebih tinggi untuk terserang penyakit kanker paru dan penyakit tidak menular (PTM) lainnya. Kebiasaan buruk merokok akan berdampak lebih buruk lagi jika masyarakat malas bergerak atau kurang olahraga, diet tidak sehat dan tidak seimbang atau mengonsumsi alkohol.

(Sumber:<http://www.depkes.go.id/article/print/166030002/htts-2016-uarakan-kebenaran-jangan-bnuh-dirimu-dengan-canu-roko.html>)

Pada era perkembangan jaman yang begitu pesat saat ini semakin banyak teknologi-teknologi baru, apalagi saat ini berkembang rokok elektrik dikalangan remaja perokok. Di lain sisi, pada saat ini masalah tembakau menjadi suatu hal yang mempengaruhi kesehatan dengan hadirnya rokok elektrik dirasa dapat mengontrol asupan nikotin kedalam tubuh. Vaporizer adalah salah satu alternatif yang dapat dilakukan sebagai pengganti rokok karena dalam vape

tidak mengandung tar dan karbonmonoksida yang terkandung didalam rokok tembakau tetapi mengandung senyawa nikotin yang dapat diturunkan dosisnya menjadi 0 mg, sebenarnya rokok elektrik dapat membantu perokok mengurangi kecanduan dari rokok konvensional atau rokok tembakau.

Penemu pertama kali rokok elektrik adalah Herbert Gilbert pada tahun 1963 namun penemuan tersebut tidak menghasilkan vapor yang sekarang sedang menjadi trend. Pada tahun 2003 Hon Lik asal China menemukan dan mematenkan e-cigarrete atau yang dikenal dengan personal vaporizer yang menjadi awal mula munculnya vapor. Cerita Hon Lik menemukan e-cigarette bisa di bilang unik karena ia menemukannya inspirasi membuat e cigarette dari mimpinya pada tahun 2000. Sejak awal diperkenalkan di Tiongkok pada tahun 2003 perkembangan personal vaporizer ini sangat pesat dan diperkenalkan di Amerika pada tahun 2007 dan salah satu pabrik pabrik di Tiongkok berdiri pada tahun 2009 (Sumber: <http://vapeterbaik.com/sejarah-vape>). Di Indonesia sendiri perkembangan rokok elektrik pertama kali diperkenalkan sekitar tahun 2010. Vapor pertama kali datang di Indonesia bisa dikatakan masuk di Tahun 2010. Dan mulai ramai diperbincangkan serta terkenalnya vapor sekitar tahun 2013-2015. Pengguna vapor di Indonesia terhitung cukup banyak dan pengguna paling banyak adalah kalangan remaja. Vapor sendiri di Indonesia belum mempunyai regulasi yang jelas terutama dari BPOM.

Komponen alat vapor sendiri terdapat tiga bagian, yang pertama disebut MOD atau mesin dari vapor itu sendiri lanjut yang kedua adalah atomizer yaitu alat untuk memanaskan liquid dan didalam atomizer terdapat komponen kawat untuk memanaskan liquid sehingga membentuk uap dan selanjutnya terdapat cairan yang disebut e-liquid yaitu adalah cairan yang dapat menimbulkan uap, e-liquid sendiri terdapat berbagai macam rasa sehingga menarik dan memiliki

banyak varian rasa seperti rasa buah buahan dan rasa kue maupun makanan dan minuman yang sering kita jumpai sehari hari. Di dalam e-liquid terdapat kandungan nikotin dari 0 mg sampai dengan 12 mg yang umumnya orang memakai akan tetapi kebanyakan e-liquid diproduksi dengan menggunakan nikotin 3 mg. (Sumber: <http://vapeterbaik.com/sejarah-vapor-di-indonesia/>)

Di Indonesia sudah banyak terdapat komunitas-komunitas personal vaporizer yang mewadahi dan membuat organisasi untuk para pengguna personal vaporizer, salah satunya adalah yang mencakup seluruh Indonesia yang bernama APVI (Asosiasi Personal Vaporizer Indonesia) sedangkan di Yogyakarta sendiri bernama PAVY (Paguyuban Vaporizer Yogyakarta) yang mewadahi komunitas pengguna vapor di Indonesia khususnya di Yogyakarta, di kota ini telah banyak berdiri gerai-gerai vapor yang di dalamnya berisi penjualan vapor meliputi MOD, atomizer dan liquid, selain itu di dalam gerai vapor juga menjadi pertemuan informal para pengguna vapor bahkan melalui media sosial pengguna vaporizer dapat saling berhubungan.

Vaporizer sendiri sampai saat ini masih banyak menimbulkan pro dan kontra sehingga para pengguna vapor belum bebas untuk menggunakannya. Di kalangan masyarakat juga belum banyak yang mengetahui vaporizer dan masih sering bertanya apa itu vapor dan terkadang masyarakat sendiri terganggu dengan uap yang dihasilkan vapor menyerupai asap rokok namun yang dihasilkan vapor lebih banyak. Saat ini masyarakat banyak yang ingin beralih ke vapor akan tetapi masih ragu dan takut menggunakan vapor, dan faktor masyarakat yang merupakan perokok aktif lebih memilih rokok konvensional karena beranggapan tembakau lebih puas. Di dalam media sosial Facebook khususnya yang banyak menjadi wadah komunitas dari pengguna vaporizer melalui Facebook pula mereka dapat saling bertukar pengetahuan tentang vaporizer dan menjadi wadah untuk melakukan jual beli barang vaporizer, didalam Facebook sendiri banyak sekali grup jual beli vaporizer area Yogyakarta meliputi group Jogja Vaper, Market Jual

Beli Vapor Jogja dan masih banyak lagi, sedangkan untuk sharing antar pengguna vapor terdapat group Jogja Vaper Corner. Media sosial selain Facebook yang digunakan oleh pelaku bisnis vapor untuk beriklan yaitu Instagram, melalui Instagram mereka juga dapat mempromosikan produk mereka, karena pengguna media sosial Instagram di Indonesia juga sangat banyak, di dalam Instagram juga memuat konten foto dan video sehingga pesan yang disampaikan terhadap pengguna instagram dapat disampaikan dengan maksimal dan mudah.

Para pelaku bisnis vape sendiri untuk memperkenalkan vape melalui berbagai macam media sosial, diantaranya melalui YouTube, pada saat ini YouTube sangat efektif digunakan pelaku bisnis vape untuk memasarkan produk mereka yang akan di jual karena dengan YouTube dapat memuat konten-konten yang lebih luas jangkauannya dan tidak hanya visual tetapi juga dapat menampilkan secara keseluruhan audio visualnya dapat menciptakan ketertarikan emosional yang lebih baik dibandingkan gambar dan teks. Dengan menciptakan rasa ketertarikan apalagi sekarang banyak sekali youtuber-youtuber di Indonesia salah satunya dari kalangan pengguna vape, karena YouTube dianggap memiliki jangkauan yang luas karena orang dapat mengakses YouTube kapanpun yang dia inginkan setiap harinya melalui ponsel. Saat ini berbagai *smartphone* telah mempermudah pengguna untuk mengakses YouTube. Dimanapun mereka berada dan kapanpun waktu yang mereka miliki, mereka bisa dengan mudah mengakses YouTube.

Kemudahan ini menjadikan youtube sebagai media sosial yang tepat untuk melakukan promosi. Setelah melihat video produk di YouTube, biasanya calon pembeli akan mencari tahu informasi produk secara lengkap melalui website, fanpage, atau akun twitter milik brand tersebut. YouTube menjadi jalan pintas menuju media sosial lain. Selain itu YouTube juga memberikan fasilitas beriklan dengan teknik pay-per-click yang lebih murah dibandingkan

Facebook, Google atau Bing. Mereka bisa memilih kapan video iklannya ingin diputar di YouTube. Video iklan bisa sebelum atau sesudah video diputar, melalui fasilitas search, atau melalui display panel. Anda juga bisa memantau kesuksesan video iklan Anda dengan membaca data analitik di YouTube.

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia

Media Sosial	Jumlah Pengguna
YouTube	49 %
Facebook	48%
Instagram	39%
Twitter	38%

Sumber : We Are Social and Hootsuite dan Digital GFK Asia/ (<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>)

Berdasarkan dari sumber data diatas bahwa di Indonesia YouTube adalah aplikasi yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mengakses berbagai macam informasi dan konten-konten yang terdapat dalam media sosial YouTube dan YouTube adalah aplikasi yang sangat mudah digunakan oleh berbagai kalangan tidak memandang usia dan jenis kelamin mulai dari anak-anak, remaja maupun orang tua.

Di Indonesia sendiri banyak saat ini banyak sekali youtuber-youtuber yang mempunyai channel tentang vape untuk memperkenalkan, mereview ,sekaligus mengiklankan produk tersebut kepada masyarakat, melalui youtube mereka mempromosikan dengan harapan agar komunikasi dapat diterima oleh masyarakat, dan channel tersebut telah memiliki banyak subscriber yang artinya pengikut dapat memperoleh konten terbaru dari channel itu sendiri.

Tabel 1.2

Nama channel yang paling terkenal di Indonesia dan di kalangan vape pada akhir akhir ini atau perbulan Oktober.

Nama Channel	Jumlah Subsscriber
Vaperstuff Indonesia	85 ribu
Fatriio	60 ribu
Doyan Vape	50 ribu
Ariffarisan	20 ribu

Sumber : Data yang diolah peneliti tahun 2017melalui Channel YouTube

Berdasarkan pada data tersebut channel dari vaperstuff Indonesia memiliki jumlah subscriber paling banyak, namun channel yang lain juga memiliki keunikan tersendiri dibandingkan Vaperstuff Indonesia. Selain yang disebutkan diatas masih banyak lagi reviewer-reviewer yang memperkenalkan dan mengiklankan produk vape. Biasanya pemilik channel tersebut mendapatkan endorse dari pemilik produk vape untuk diperkenalkan kepada masyarakat dan pemilik channel tersebut terikat kontrak sponsor dari produk vapor yang akan mereka kenalkan di Indonesia, salah satu channel YouTube yang sangat terkenal yaitu chanel dari Vaperstuff Indonesia yang berbasis di Surabaya dan Jakarta dan terdiri dari 1 orang reviewer. Vaperstuff Indonesia sendiri cenderung lebih banyak mereview atau memperkenalkan produk produk device dibandingkan dengan produk liquid vape sendiri, mereka mereview produk tersebut dengan pendapat yang berbeda-beda dari masing-masing reviewernya, didalam deskripsi channel juga tertulis lengkap bagaimana deskripsi dan produk yang mereka perkenalkan sehingga dapat mempengaruhi subscriber untuk membeli produk tersebut dengan cara mereview. Vaperstuff sendiri banyak terdapat candaan namun tetap ada waktu untuk serius dalam mereview agar pesan mereka dapat tersampaikan terhadap penonton channel mereka, review dilakukan berdasarkan apa yang mereka rasa dari produk tersebut dan tiap anggota mempunyai pendapat berbeda. Salah satu anggota Doyan Vape ada juga yang sering nglawak dan itu menjadikan ciri

khas tersendiri dari channel tersebut dibandingkan channel lain, meskipun setiap channel memiliki keunikan dan ciri khas masing masing untuk memperkenalkan suatu produk. Vaperstuff Indonesia tidak mau disebut sebagai reviewer tetapi mereka menyebutnya dengan introducer atau mereka hanya memperkenalkan produk tersebut. Vaperstuff Indonesia juga memproduksi produk sendiri berupa rda dan rda tersebut diiklankan sendiri oleh channel YouTube reviewer lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat maka penulis merumuskan permasalahannya yaitu bagaimana persepsi subscriber terhadap pesan di channel YouTube Vaperstuff Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu

1. Untuk mendeskripsikan persepsi subscriber terhadap pesan di channel Vapperstuff Indonesia yang sering ditonton oleh remaja pengguna vape.
2. Untuk mendeskripsikan faktor faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap channel youtube vaperstuff Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis,

yaitu :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberika suatu informasi dan memberikan manfaat terhadap masyarakat dan dapat menjadi kajian dalam hal persepsi masyarakat terhadap suatu media sosial.

2. Secara praktis penelitian ini diharapkan untuk memberikan wawasan dan pandangan terhadap pesan didalam media sosial youtube untuk dijadikan bahan evaluasi bagi pengguna YouTube.

E. Kerangka Teori

1. Persepsi

Persepsi adalah suatu pengalaman tentang obyek, peristiwa dan atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi setiap individu dapat berbeda walaupun yang diamati benar-benar sama (Rakhmat, 2011).

Menurut Desiderato dalam Psikologi Komunikasi Jalaluddin Rakhmat (2011) persepsi adalah sebuah penafsiran mengenai suatu obyek, peristiwa atau informasi yang dilandasi oleh pengalaman seseorang dalam melakukan penafsiran tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan juga bahwa persepsi adalah hasil pemikiran seseorang pada situasi tertentu. Sedangkan Bimo Walgito (2002) menjelaskan bahwa persepsi merupakan satu pengorganisasian dan penginterpretasian terhadap stimulan yang diterima oleh individu sehingga pengalaman, motivasi dan sikap menjadi satu kesatuan dalam diri individu.

Cantril dan Hunt (1967) dalam Suciati (2015) mengungkapkan bahwa suatu persepsi bergantung dari sebagian besar asumsi yang kita bawa dalam waktu tertentu. Laura A King (2012) dalam Suciati (2015) mendefinisikan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang mengatur dan memberi arti informasi sensoris untuk memberikan makna. Proses tersebut berjalan dari bawah ke atas dan begitu sebaliknya.

Dari beberapa pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah suatu kemampuan yang cakap untuk melihat dan memahami kemudian menafsirkan suatu stimulan sehingga menghasilkan penafsiran yang berarti. Persepsi juga merupakan sebuah proses menyimpulkan informasi melalui suatu obyek dan berbagai peristiwa.

Sebuah persepsi bisa berbeda antara satu orang dengan orang lain, meskipun objek yang dipersepsi sama. Beberapa hal yang menyebabkan perbedaan persepsi :

a. Perhatian

Dalam menangkap stimulus ada perbedaan fokus dari setiap individu.

b. Set

Set adalah harapan terhadap rangsangan yang akan timbul. Ekspektasi terhadap munculnya rangsangan menyebabkan individu bisa memiliki perbedaan persepsi.

c. Kebutuhan

Kebutuhan-kebutuhan yang sesaat maupun menetap mempengaruhi persepsi seseorang.

d. Sistem nilai

Sistem nilai yang ada di masyarakat sangat menentukan jenis persepsi yang muncul.

e. Ciri kepribadian

Sebuah kepribadian yang berbeda akan berakibat pada pemberian persepsi yang berbeda terhadap orang lain.

f. Gangguan kejiwaan

Hal ini menyangkut kelainan yang disebut yang disebut halusinasi maupun ilusi. Halusinasi bersifat individual dan hanya dialami oleh individual yang bersangkutan.

Saverin dan Tankard (2006) dalam Suciati (2015) juga mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor psikis yang mempengaruhi persepsi:

a. Asumsi berdasarkan pengalaman masa lalu

Banyak penelitian telah dilakukan para pakar untuk membuktikan bahwa asumsi berpengaruh terhadap persepsi. Salah satunya dilakukan oleh Adelbert Ames, Jr. dengan penelitiannya yang dikenal dengan *monocular distorted room*.

b. Harapan-harapan budaya

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bagby tentang harapan budaya berpengaruh terhadap persepsi membuktikan bahwa ada keenderungan yang kuat pada subyek penelitian untuk melihat gambar-gambar yang memiliki latar belakang budayanya sendiri.

c. Motivasi

Penelitian McClelland dan Atkinson membuktikan tentang pengaruh motivasi terhadap persepsi manusia.

d. Suasana hati

Suasana hati atau *mood* berpengaruh pada persepsi. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Leuba dan Lucas dengan jalan melakukan hipnotis pada subyek penelitian dari subyek memiliki suasana hati tertentu dan dan menyuruh mereka untuk menceritakan tentang apa yang mereka lihat di dalam gambar.

e. Sikap

Hastrof dan Cautril melakukan penelitian tentang persepsi terhadap permainan sepak bola Amerika. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa sikap menentukan sebuah persepsi. (Dr.Suciati,hal 99)

Faktor - faktor lain yang bersifat struktural yang menentukan persepsi adalah sebagai berikut :

- Faktor struktural berasal semata mata dari stimulus fisik dan efek saraf yang ditimbulkan pada saraf individu Kohler,Wartheimer (1959),dan Koffka dalam (Jalaluddin Rahmat,2011) merumuskan prinsip persepsi bersifat struktural,jika ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti fakta fakta yang terpisah,kita harus memandang dalam hubungan keseluruhan
- Krech dan Crutchfield mengatakan medan konseptual dan kognitif selalu di organisasikan dan diberi arti ,kita mengorganisasikan stimulus dengan melihat kondisi teksnya walaupun stimulus yang kita terima itu tidak lengkap kita akan mengisinya dengan interpretasi yang konsisten dengan rangkaian stimulus yang kita persepsi (Rakhmat,2011:57).
- Dalam hubungan dengan konteks,Krech dan Crutchfiel menyebutkan sifat sifat perceptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat sifat struktur secara keseluruhan ,menurut dalil ini jika individu dianggap sebagai anggota kelompok,semua sifat individu yang berkaitan dengan sifatkelompok yang dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya (Rakhmat,2011:58).

2. Teori *New Media*

Creeber dan Martin (2009) mengemukakan bahwa *new media* adalah sebuah produk dari komunikasi yang termediasi oleh teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Pendapat lain dari *new media* adalah sebuah media yang didalamnya terdiri atas gabungan berbagai elemen. Hal ini mempunyai arti bahwa terdapat penggabungan media didalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, mempunyai karakter yang fleksibel, mempunyai potensi yang interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara umum (Mondry, 2008).

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011) ciri utama *new media* adalah adanya saling keterhubungan suatu akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya yang berpotensi, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang fleksibel.

3. Teori Pesan

Menurut Onong Uchjana Effendy (2013) pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya yang disampaikan kepada orang lain.

Adapun macam-macam pesan menurut Jallaludin Rakhmat adalah sebagai berikut :

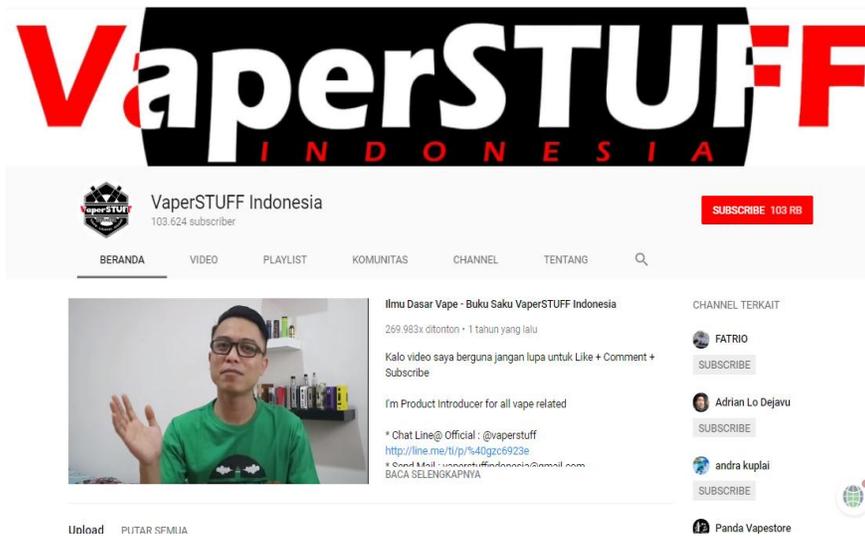
- Efektifitas pesan

Bicara menggunakan bahasa, pada gilirannya adalah pesan dalam bentuk kata kata dan kalimat kita sebut pesan linguistik. Manusia mengucapkan kata kata dan kalimat dengan cara cara tertentu. Setiap cara berkata memberikan maksud tersendiri . cara ini disebut pesan paralinguistic. Akan tetapi manusia menyampaikan dengan cara lain selain dengan bahasa ,misalnya menyampaikanya dengan bahasa isyarat ini kita sebut pesan ekstralinguistik. Pesan yang efektif yaitu pesan yang dapat mempengaruhi orang lain sehingga orang lain tertarik. Apabila dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain harus menyentuh perilaku komunikasi dan menggunakan motif motif yang ada dalam pesan yang akan kita sampaikan

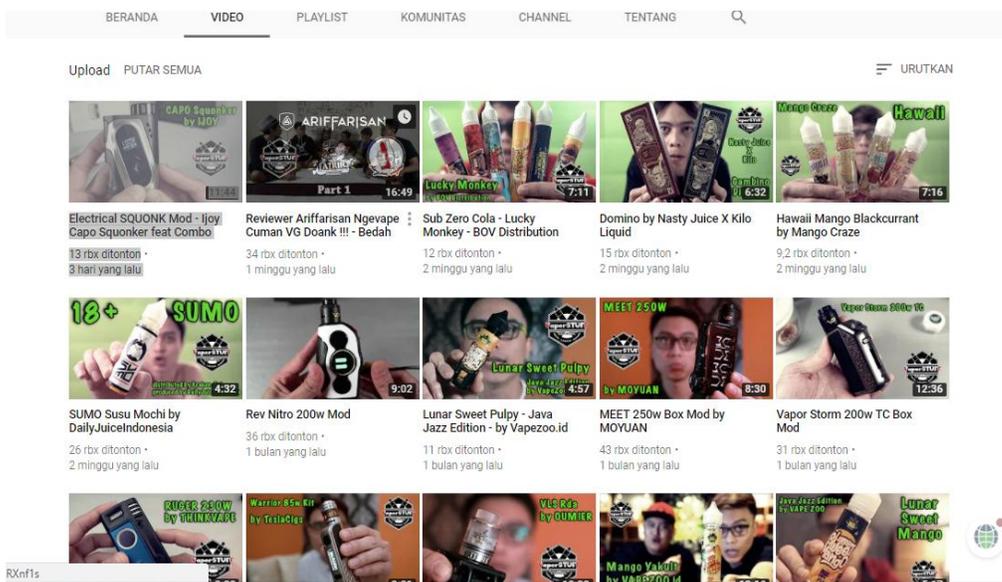
4. Pemanfaatan Media Sosial Youtube

YouTube merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dan digandrungi masyarakat. Media satu ini memungkinkan penggunanya untuk mengakses video maupun membaginya pada orang lain. Hal inilah yang membuatnya begitu populer sebab YouTube bisa melayani pengguna dengan berbagai kepentingan dan keperluan yang berbeda. Ada yang mengaksesnya untuk mendapat informasi seputar bisnis, hiburan, hobi, gaya hidup dan lain-lain. Ada pula yang bahkan menjadikannya sebagai salah satu pendukung inti dari profesi yang dijalani. Dengan posisi dan fungsi yang demikian, YouTube menawarkan banyak manfaat dan kemudahan bagi para pengguna dari segmentasi yang berbeda-beda. YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan pekerja PayPal, yakni Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Saat itu, nama domain YouTube baru diaktifkan sedangkan ketiga pendirinya menyiapkan launching pertama

laman tersebut dengan sedemikian rupa. Tiga bulan kemudian, yakni pada Mei 2005 preview YouTube diluncurkan dan bisa diakses khalayak umum kemudian disusul peluncuran resminya enam bulan kemudian sekitar November pada tahun yang sama.



Gambar 1 : Channel Youtube Vaperstuff Indonesia



Gambar 2 : Konten Channel Youtube Vaperstuff Indonesia(sumber : https://www.youtube.com/results?search_query=vaperstuff)

Saat itu, YouTube mendapat suntikan investasi dari beberapa pebisnis papan atas sehingga perkembangannya tidak membutuhkan waktu lama. Tahun selanjutnya yaitu tahun 2006 YouTube mulai menempati urutan teratas dalam kategori situs paling populer versi beberapa lembaga polling. Tidak mengherankan jika pada akhir 2006, kemudian Google membeli YouTube seharga 1,65 milyar USD dan disebut-sebut sebagai akuisisi terbesar yang pernah dilakukan Google. Hingga saat ini YouTube masih beroperasi dan melayani jutaan pelanggan tiap harinya. Popularitasnya tetap diakui sebab Youtube cukup *friendly* bagi pengguna sehingga tidak menyulitkan pengguna amatir untuk menikmati dan memaksimalkan fitur-fitur yang ditawarkan dengan slogan *broadcast yourself*.

YouTube memungkinkan sekaligus memudahkan siapapun untuk berkarya dalam bentuk video dan memublikasikannya sehingga bisa diakses masyarakat luas dan mendapatkan komentar, saran hingga kritik-kritik yang beragam. Untuk saat ini pemanfaatan media social YouTube banyak digunakan untuk beriklan dan berbisnis.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilaksanakan oleh Arina Setyawati Agustin (2012) berjudul Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Online Shop. Penelitian ini didasarkan pada pemanfaatan online shop. online shop yang telah menjadi tren belanja saat ini telah banyak menjamur di Facebook. Pengguna Facebook di Indonesia yang terus meningkat menjadi alasan terbesar bagi para pemilik online shop untuk memanfaatkan media sosial tersebut. Sudah banyak orang yang menggantungkan hidup mereka dengan mencoba peruntungan nasib melalui online shop. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Computer Mediated Communications. Dalam teori ini ada salah satu perangkat yang disebut Groupware, yaitu perangkat yang dapat memudahkan komunikasi bersama dan

up date real time (segera dan saat itu juga). Keuntungan dengan adanya Groupware adalah setiap orang dapat mengerjakan apapun, dimana saja, kapan saja, meskipun antar anggota terpisah jarak, jadi lebih efisien biaya dan waktu. Teori ini berkaitan erat dengan konsep belanja online shop yang digemari oleh masyarakat Surabaya. Siapa saja, kapan saja dan dimana saja dapat melakukan belanja online shop. Hasil penelitian ini adalah persepsi positif masyarakat Surabaya terhadap online shop pada media sosial Facebook. Hal ini berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan para informan. Ke enam informan yang memiliki perbedaan usia dan pekerjaan namun memiliki persepsi yang sama tentang online shop. persepsi positif mereka dikatakan berdasarkan pengalaman. Metode penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif

Penelitian yang dilakukan oleh Abdillah Supodo (2013) dengan judul Persepsi Masyarakat Terhadap Komunitas Band Independent dalam Menggunakan Youtube Sebagai Medium Eksistensi , Penelitian ini di dasarkan pada fenomena tentang banyaknya band indiependent (indonesia) yang ada saat ini. Band indiependent dengan band-band kebanyakan yang biasanya menggunakan televisi maupun radio sebagai media untuk mengenalkan dirinya kepada masyarakat. Medium yang di pakai band indiependent berbeda dengan band-band kebanyakan. Salah satunya dengan menggunakan media internet dalam hal ini website youtube. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada pada masyarakat dengan sedalam-dalamnya. Penelitian ini menggunakan purposive sampling untuk pemilihan informan. Penelitian ini memfokuskan pada persepsi masyarakat terhadap band indiependent dalam menggunakan youtube sebagai medium eksistensi.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan atau lebih, hubungan antar variabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional 1 unsur bersama unsur lainnya. Biasanya kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasi data dan diakhiri dengan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisisan data tersebut. penelitian kualitatif perlu kiranya dikemukakan beberapa definisi, pertama bogdan dan taylor (1975:5) dalam (Moleong, 2002).

mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan perilaku yang diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic(utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mngisolasikan individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari kebutuhan , metode deskriptif kualitatif karena sifatnya yang tidak terlalu mengutamakan makna sebaliknya, penekanan pada deskriptif menyebabkan format deskriptif kualitatif lebih banyak menganalisis permukaan data,hanya mmemperhatikan

proses proses kejadian suatu fenomena ,bukan kedalaman data (Burhan Bungin, 2009:146).

2. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling data atau teknik pengambilan informan

Metode purposive sampling yaitu pengambilan informan dengan cara teknik acak dan bersifat selektif. Dan kecenderungan memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data (H.B Sutopo,2002:56). Informan yang diambil adalah 5 informan yang mensubscriber channel youtube vaperstuff Indonesia

Adapun karakteristik informan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Pengguna vape dalam ruang lingkup komunitas vape Wooden Vape Yogyakarta ,
- b. Dari yang sudah dari tahun 2015 menggunakan vape dan yang baru menggunakan vape
- c. Subscriber channel Vaperstuff Indonesia yang aktif

Jenis sumber data yang berupa manusia dalam penelitian pada umumnya dikenal dengan sebagai responden istilah responden sangat akrab ketika digunakan dalam penelitian kualitatif ,dengan pengertian bahwa peneliti memiliki posisi yang lebih penting dan responden hanya sekedar memberikan tanggapan (Respond) pada apa yang ditentukan peneliti. Cara penyajian informasi yang terbuka dan mengikuti selera informan ini menuntut kemampuan khusus bagi para peneliti didalam pengumpulan data untuk bias lentur dan kritis memahami beragam informasi yang memang penting yang secara langsung berdampak pada kemantapan kualitas

penelitiannya. Manusia sebagai sumber data yang perlu dipahami bahwa mereka terdiri dari beragam individu yang juga memiliki beragam posisi (H.B Sutopo, 2002:50-51).

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan suatu teknik pengambilan data yang diharapkan dapat digunakan untuk mengumpulkan data mengenai persepsi subscriber terhadap pesan di channel YouTube Vaperstuff Indonesia. Teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara terhadap responden penelitian untuk mengetahui persepsi-persepsi lain dari subscriber. Melalui metode ini memungkinkan bagi responden untuk mendefinisikan persepsinya sesuai dengan istilah-istilah mereka sendiri sehingga peneliti memperoleh data kualitatif yang lebih mendalam sehingga dapat mempertajam tujuan penelitian (Moleong, 2002.:135).

b. Dokumentasi

Menggunakan beberapa episode di channel YouTube Vapperstuff Indonesia. Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni dan karya pikir. Studi dokumentasi dalam penelitian kualitatif ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara, yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian atas suatu kejadian. Hasil

wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apabila didukung oleh dokumen yang terkait dengan fokus penelitian .dokumentasi sudah lama digunakan dalam banyak hal dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan dalam penelitian ini dokumentasi berupa gambar dan video (Deddy Mulyana,2004:195).

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang mengacu pada sejumlah metodologi yang berdasarkan pada beragam prinsip teoritis dan menggunakan metode pengumpulan dan analisis data non kuantitatif. Dengan kata lain, penelitian ini menunjukkan kualitatif dari sesuatu yang berupa proses kejadian, peristiwa dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk kata-kata (Moleong, 2002).

Analisis kualitatif ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan dan hasil dari masalah yang diteliti. Oleh karena itu, analisa yang dilakukan dengan pengolahan data kualitatif dengan mengacu pada intisari tentang persepsi. Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Maksud dasar dari penelitian ini yaitu berusaha untuk mengetahui Persepsi subscriber terhadap pesan di channel YouTube Vaperstuff Indonesia. Analisis data dilakukan secara terus menerus sejak awal penelitian sampai menemukan data dan informasi yang sesuai dengan batas penelitian. Dilakukan dengan beberapa tahap yaitu:

1. Reduksi Data

Merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data yang ada di lapangan. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang

menajamkan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan dapat diambil dan diverifikasi (H.B Sutopo, 2002:91).

2. Penyajian Data

Penyajian dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data merupakan usaha menggambarkan fenomena keadaan sesuai dengan data yang direduksi dan disajikan kedalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami.

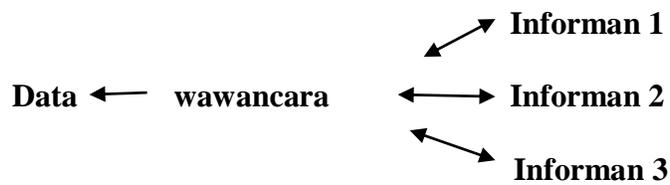
3. Penarikan Kesimpulan

Merupakan suatu permasalahan penelitian yang menjadi pokok pemikiran terhadap apa yang diteliti. Pada tahap ini peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang telah direduksi kedalam laporan secara sistematis dengan cara membandingkan, menghubungkan, dan memilih data yang mengarah pada pemecahan masalah, mampu menjawab permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai.

4. Uji Validitas data

Dalam penelitian ini tahap selanjutnya adalah uji validitas data , yaitu data yang telah dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian, harus diusahakan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus dapat menentukan cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperolehnya. Tidak hanya tergantung dari ketepatan memilih sumber dan teknik pengumpulanya. Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa cara untuk pengembangan validitas data penelitian antara lain adalah triangulasi data (triangulasi sumber) yaitu adalah

mengumpulkan data yang wajib dari beragam sumber data yang ada. Artinya data yang sama lebih baik diambil dari berbagai sumber, triangulasi sumber data dapat menggunakan satu jenis narasumber tetapi dari suatu kelompok atau tingkatan yang berbeda. Peneliti dapat memperoleh data dari narasumber yang berbeda posisinya dengan wawancara mendalam sehingga dapat membandingkan informasi dari narasumber satu dengan narasumber yang lainnya, dengan cara tersebut maka data sejenis bias teruji kebenarannya (Sutopo, 2002 :77-80).



Gambar : triangulasi sumber

