

ANALISIS TANGGAPAN PENGGUNA TERHADAP KONTEN CHANNEL ARDHEKA PRODUCTION YOUTUBE PACITAN

Moh Tino Firmansyah¹, Tika Dedy Prastyo, M.Kom², Dr. Mukodi
M.S.I³.

^{1,2,3} Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan Email :
helmasandita@gmail.com¹, tikadedypratyo@gmail.com², mukodi@yahoo.com³

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sisi menarik konten *channel* pada situs *youtube*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini dideskripsikan menggunakan kata-kata wawancara. Data pada penelitian ini adalah *Analisis Tanggapan Pengguna Terhadap Konten Channel Ardheka Production*, sedangkan sumber datanya berupa video *Ardheka Production* yang ditabel dalam bentuk teks. Penyediaan data dilakukan dengan metode wawancara dan metode catat. Video disimak kemudian hal-hal yang berkaitan dengan data dicatat. Penelitian ini menggunakan analisis isi media. Analisis isi media kualitatif digunakan untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Hasil analisis menunjukkan struktur yang digunakan untuk menyajikan pesan dalam *Ardheka Production* variatif, yaitu struktur penyajian data dari sisi menarik, penyajian data terhadap perkembangan dari sudut pandang, penyajian data terhadap pandangan *channel*, Penyajian data terhadap berbagai opini masih pada tanggapan awal atau tidak.

Kata Kunci: *Tanggapan,, Ardheka Production, Channel Youtube*

Abstract : Research aims to understand channel content with draw in the youtube site. Type this research is qualitative. This study described using words interview. Data on this research is the analysis to channel content users ardheka production, of data and video production in ardheka who ditabel in the form of text. Provision of data was undertaken with the methods recorded interview and methods. Video disimak then things relating to data noted. This study using analysis the media. The qualitative analysis media used to scrutinize document may be text, pictures, symbol, etc to understand a certain culture of a social context. The analysis shows a structure used to presents a message in production ardheka variatif, the data presentation used the structure from the draw, on the presentation of data from the perspective of, To the channel, the data presentation used presentation of data on various opinion is still in initial comments or not.

Keywords: Response, ardheka production , youtube channel

PENDAHULUAN

Pesan persuasi adalah pesan yang bersifat mempengaruhi, artinya pesan yang disampaikan bukan hanya sekedar menyampaikan sesuatu namun, juga mempengaruhi penerima pesan untuk melakukan atau menerima hal yang menjadi tujuannya. Pesan persuasi dapat disampaikan melalui berbagai sarana, baik tertulis, lisan, audio, visual maupun audio-visual. Di era digital ini pesan persuasi disebarakan melalui media internet yaitu melalui media sosial *Facebook, Instagram, Tweeter, Youtube* dan sebagainya.

Youtube merupakan sebuah aplikasi yang berfungsi untuk berbagi membagikan video atau film. *Youtube* menjadi wadah yang pas untuk menyampaikan sebuah pesan, baik pesan yang berkaitan dengan pendidikan, kebudayaan, politik dan sebagainya. Seperti halnya Tanggapan yang penyampaianya bukan hanya dalam bentuk iklan komersil di televisi melainkan juga melalui *Youtube*. Salah satu Channel Youtube adalah Ardheka Production Youtube Pacitan. Penelitian ini menganalisis Tanggapan Pengguna Terhadap Konten Channel Ardheka Production dengan kajian semantik.

Kajian kreatifitas membantu memahami makna dari sebuah pesan dan bagaimana cara pesan disampaikan melalui tanda-tanda. Kajian kreatifitas digunakan untuk menganalisis "Analisis Tanggapan Pengguna Terhadap Konten Channel Production Youtube Pacitan". Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan struktur pesan persuasi dan pesan persuasi yang terdapat Konten Channel Production Youtube Pacitan pada situs Youtube. Munandar (2009 : 12) semiotika menjadi ilmu yang memperhatikan makna pesan dan bagaimana tanda-tanda digunakan sebagai salah satu alat menyampaikan pesan. Dalam teorinya Munandar menyebutkan kreatifitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsure-unsur yang suadh ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Pesan persuasi menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (1987 : 16-17) menyatakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Dalam penyebarannya menggunakan teknologi komputer dengan jaringan internet, sehingga dapat diakses dengan mudah, cepat dan di mana saja. Dalam media baru kita

dapat mengakses berbagai macam informasi, hiburan dan sebagainya. Kemudian untuk tingkat yang lebih kompleks pesan persuasi digunakan untuk mencapai tujuan pribadi dan orang lain. Dalam tingkatan yang lebih kompleks tujuan penjualan dapat membantu orang lain dengan mencoba menjelaskan mengapa seseorang perlu membeli produk tersebut. Pada tingkatan lebih rumit pesan dengan menarik tanggapan dengan membangun empati atau membangun pemahaman pada sebuah situasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode Analisis Tanggapan. Dalam penelitian ini akan menggali lebih dalam pemaknaan khalayak atau informan mengenai youtuber Ardheka Production. Penelitian dengan menggunakan Analisis Tanggapan dapat melihat bagaimana khalayak atau informan memaknai isi dari video Ardheka Production dengan latar belakang orang yang berbeda- beda. Pelaksanaan penelitian, yang meliputi penyediaan data, analisis data hasil analisis yang diwujudkan dalam bentuk kaidah-kaidah. Penulisan laporan penelitian adalah tahap di mana peneliti membuat laporan dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini berbentuk skripsi.

Tempat dan Waktu Penelitian

Dilakukan di Rumah Jln Agus Salim Gang X No 4, Kwarasan Baleharjo, Pacitan. Diskusi terfokus ini dilaksanakan pada hari Kamis, 25 Juli 2020 yang dimulai pukul 11.00 WIB, dan berlangsung selama 2 jam.

Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian merupakan suatu yang penting kedudukannya di dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang. Tetapi subjek penelitian pada umumnya manusia atau apa saja yang menjadi urusan manusia. (Arikunto, 2007:152) penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive. Penentuan subjek melalui teknik tersebut bertujuan untuk menyeleksi orang (informasi narasumber) atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006:156). Kriteria dalam pemilihan subjek penelitian ini adalah subjek merupakan vlogger (youtuber) aktif mengunggah video dalam satu tahun terakhir, tinggal atau berdomisili di Pacitan, berusia minimal 20 an tahun, memiliki jumlah subscriber minimal

300 pengikut. Minimal mengunggah video satu kali dalam satu bulan. Alasan peneliti menentukan kriteria diatas adalah untuk memenuhi kebutuhan data atau informan yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini.

- b. Subjek utama dari penelitian ini adalah Pemilik akun Youtube Ardheka Production yaitu Dwi Hardianto. Objek penelitian merupakan masalah yang akan diteliti. Memilih objek penelitian penting untuk dilakukan, agar dapat memberikan arahan dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk diteliti. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah tanggapan channel vlogger dalam presentasi musik di Youtube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

a. Penyajian data tentang dari sisi menarik channel Ardheka Production Pacitan

Sebagian khalayak menganggap channel Ardheka Production cukup menghibur. Pembahasan kedua peneliti memberikan pembahasan tentang dari isi mana channel Ardheka Production menghibur. Pertanyaan ini ditujukan untuk khalayak yang menganggap channel Ardheka Production menghibur.

No	Pernyataan	Hasil
1.	“Perlu memilah kata- kata yang digunakan, dan memperbaiki konten agar lebih baik”.	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> memilih kata-kata yang baik
2.	Sebaiknya dalam membuat video yang lebih yang lebih baik dan memperbaiki kualitas konten	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> memilih kualitas yang baik
3.	”Dalam membuat video harus memilah kata-kata yang lebih baik dan kurang perkembang”.	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> memilih kata-kata dan perkembangan yang kurang baik
4.	“Ada selipan edukasi di dalam beberapa konten videonya Ardheka Production itu baik untuk melatih otak karena digabung dalam musik”.	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> memilih selipan edukasi konten yang baik

b. Penyajian data terhadap perkembangan *channel* Ardheka Production dari sudut pandang *Youtuber*.

Pada pembahasan ke kedua peneliti lebih mengarah ke khalayak *youtuber* musik, bagaimana pandangannya melihat perkembangan *channel Ardheka Production* ini jika dinilai dari sudut pandang *youtuber* seperti nya.

No	Pernyataan	Hasil
1.	“Perlu memilah kata- kata yang digunakan, dan memperbaiki konten agar lebih baik”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
2.	Sebaiknya dalam membuat video yang lebih yang lebih baik dan memperbaiki kualitas konten	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> menghibur
3.	”Dalam membuat video harus memilah kata-kata yang lebih baik dan kurang berkembang”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
4.	“Ada selipan edukasi di dalam beberapa konten videonya Ardheka Production itu baik untuk melatih otak karena digabung dalam musik”.	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> menghibur

c. Penyajian data terhadap pandangan *channel* Ardheka Production Pacitan

Proses wawancara diajukan kepada empat khalayak yang peneliti pilih. Moderator memberikan pembahasan pertama mengenai pandangan terhadap *channel Ardheka Production* dari sudut pandang masing-masing khalayak.

No	Pernyataan	Hasil
1.	“Perlu memilah kata- kata yang digunakan, dan memperbaiki konten agar lebih baik”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
2.	Sebaiknya dalam membuat video yang lebih yang lebih baik dan memperbaiki kualitas konten	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> menghibur
3.	”Dalam membuat video harus memilah kata-kata yang lebih baik dan kurang berkembang”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
4.	“Ada selipan edukasi di dalam beberapa konten videonya Ardheka	Setuju jika <i>channel Ardheka Production</i>

	Production itu baik untuk melatih otak karena digabung dalam musik”.	menghibur
--	--	-----------

d. Penyajian data terhadap berbagai opini masih tetap pada tanggapan awal atau tidak

Pembahasan keempat peneliti ingin mengetahui bagaimana pendapat khalayak setelah mendengar beberapa opini dari khalayak lain tentang *channel* Dwi, atau masih tetap pada opini yang pertama atau berubah pikiran.

No	Pernyataan	Hasil
1.	“Perlu memilah kata- kata yang digunakan, dan memperbaiki konten agar lebih baik”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
2.	Sebaiknya dalam membuat video yang lebih yang lebih baik dan memperbaiki kualitas konten	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> kualitas video tidak menghibur
3.	”Dalam membuat video harus memilah kata-kata yang lebih baik dan kurang berkembang”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> tidak menghibur
4.	“Ada selipan edukasi di dalam beberapa konten videonya Ardheka Production itu baik untuk melatih otak karena digabung dalam musik”.	Tidak setuju jika <i>channel Ardheka Production</i> beberapa konten videonya tidak menarik.

B. Pembahasan

Penelitian yang peneliti lakukan ini untuk menganalisis tanggapan pengguna terhadap konten *channel Ardheka Production Pacitan* yang berkaitan dengan pencitraan. Teori yang digunakan teori *uses and gratification* yang menjelaskan bahwa pengguna media adalah khalayak yang aktif untuk memilih media yang akan mereka gunakan dan mampu memenuhi kebutuhan. Dalam teori ini menjelaskan bahwa setiap orang memilih media sesuai kebutuhan dan ada sisi yang menarik tertentu untuk memilih media mana yang ingin mereka gunakan seperti *instragram* Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan John Fikse bahwasanya secara tidak langsung merupakan pesan mengenai kebutuhan yang diperlukan oleh khalayak. Menurutnya

pendekatan teori *Uses and Gratification* dimana para khalayak memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang bisa dipenuhi. Kebutuhan tersebut didapat dengan menggunakan sumber-sumber media dan non media atau berpendapat bahwa khalayak mencari kepuasan tertentu dengan berpaling ke media, menggunakan media massa daripada digunakan oleh media massa; atau penggunaan media dan ganjaran yang dicari (Santoso, 2009).

Penelitian ini menggunakan pendekatan yang menganggap bahwa khalayak aktif memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan mereka mulai berkembang, tidak hanya digunakan dalam media televisi, radio dan surat kabar saja melainkan juga ke berbagai media baru yang berkaitan dengan komunikasi teknologi, akibatnya kategori baru mengenai tanggapan dan kepuasan telah muncul yang menjelaskan mengapa orang – orang menggunakan media sosial (Sheldon & Bryant, 2016).

Sedangkan informan temannya mengatakan “Youtube channel nya Ardheka Production ini saya suka karena kita bisa mengetahui kehidupan musik atau hiburan maupun saat tidak bekerja yang saat bersama teman dan juga orang sekitarnya lebih menarik lagi karena *channel* Ardheka Production itu sosok yang lucu jadi bisa menghibur kalau melihat Youtube. Jadi jelas bahwa *channel* Youtube Ardheka Production ini untuk memperlihatkan seperti apa yang dilakukan Dwi ketika menjadi musik dengan berbagai kegiatannya dan Dwi ketika bersama temannya dengan berbagai canda tawanya dan juga Dwi dengan lingkungan sekitar yang menampilkan keramahannya.

Keunikan *channel* Youtube Ardheka Production ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penontonnya tidak sedikit yang melihat *channel* Youtube di sela-selakesibukannya untuk menonton. Seperti yang saya dibilang rutin tidak tergantung waktu luang biasanya saya menonton dari judulnya apakah menarik atau tidak baru saya menontonnya. Jadi disini mereka melihat *channel* Youtube Ardheka Production itu disaat tidak ada kesibukan yang dilakukan pada waktu segang saja. Namun berbeda dengan teman yang termasuk rutin menonton begini yang dikatakan: “Ya saya cukup sering menonton namun tidak setiap ada video baru menonton itu tidak, saya suka itu hanya mengenai konten-konten tertentu. Disini menunjukkan subscriber tidak menjadikan rutin menonton *channel* Youtube Ardheka Production mereka akan

menonton sesuai dengan video yang mereka sukai saja dan itu dilakukan pada waktu luang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hall, Stuart. 1986. Encoding/Decoding dalam Stuart Hall, etall (ed). Culture, Media, Language. London: Hutchinhon &Co.
- Harbermas, Jurgen. *The Structural Transformasion of the Public Sphere: An Inquiry into acategory of Bourgeois Society* . Cambridge : Polity, 1989.
- Harold D. Lasswell 2009 Structure an Function of Communication in Societ dalam. Wilbur Schramm. (Ed)
- McQuail, Dennis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Jakarta, Salemba Humanika.
- DeCesare, J. A. (2014). User Uploads and YouTube One Channels for Teaching, Learning, and Research. Library Technology Reports.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Roiu, G. L. Å. Z. Å. (2008). New media versus news media, 3(3), 76–84.
- Roodt, S. (2013). Using YouTube to Support Student Engagement for the Net Generation in Higher Education. 1977(December 1977), 223–231.
- Retrieved from [http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=87385180&site=e host-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=87385180&site=e%20host-live)
- Tjanatjantia. Widika. (2013). Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia. Retrieved from [https://canacantya.wordpress.com/sejarah/ sejarah-berdirinya-Youtube](https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube).

Rahma Ida, Studi Media dan Kajian Budaya, Jakarta, Kencana. 2014

Rinati, Dominic. 2009. Popular Culture. Yogyakarta Ar-Ruzz Media.

Severin, W. J. (2008). Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa.

https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

<https://socialblade.com>

<https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>

