

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori lebih dahulu. Mencari keputusan yang terkait dengan tugas, lalu menyusunnya. Kajian pustaka meliputi mengidentifikasi secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. (Ardianto, 2019: 37).

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan judul penelitian ini adalah Ekspresi YouTuber Akuroyan melalui konten video di media YouTube. Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi pendahuluan beberapa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, yang mengkaji hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti. Berikut peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang meneliti tentang sejenis penelitian.

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Arbitya Pradiza Putra	Atami Puspa Reusi	Taufik Rismawan
	Tahun	2012	2018	2011
1	Universitas	Universitas Mercu Buana	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
2	Judul	Ekspresi Afeksi dalam twitter studi pada remaja Followers di akun @soalcinta	Ekspresi Vloger Melalui Media Vlog di kota Bandung	Fenomena Seni Graffiti sebagai Media Ekspresi Diri Para Bomber di Kota Bandung
3	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam bagaimana remaja pengguna twitter mengeluarkan ekspresi afeksi terhadap pasangannya	Adapun maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, menguraikan, serta mendeskripsikan Bagaimana Vlog menjadi media ekspresi bagi para Vlogger melalui studi Deskriptif	Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui Fenomena Seni Graffiti Sebagai Media Ekspresi Diri Para Bomber di Kota Bandung, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses pertukaran pesan para bomber melalui kegiatan Graffiti di kota Bandung, proses penafsiran

				lambang-lambang coretan graffiti dalam kegiatan seni jalanan (street art) bagi tiap bomber di kota Bandung, serta fenomena seni Graffiti sebagai media ekspresi diri para bomber di kota Bandung.
4	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi fenomenologi	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.
5	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan interaksi bagaimana remaja pengguna situs jejaring sosial twitter mengekspresikan perasaan afeksinya melalui tweet dari akun @soalcinta dengan gaya hidup bagi remaja mendorong remaja untuk melakukan pembukaan dalam ruang publik.	Hasil penelitian ini menunjukan bagaimana motif, pemanfaatan, frekuensi dari vlogger bagaimanana vlogger untuk mencapai tujuan yang di harapkan untuk berbagi informasi dan pemanfaatan vlog sebagai media berekspresi di komunitas dan menjadikan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena seni graffiti sebagai media ekspresi diri dari para bomber, merupakan satu pandangan baru bagi masyarakat untuk berinteraksi melalui symbol dalam bentuk gambar yang dilakukan pada public space. Dimana pada awalnya hanyalah

		<p>Remaja jadi tidak malu-malu dalam mengekspresikan perasaan afeksinya terhadap pasangan di dalam twitter, meskipun setiap informan mempunyai definisi akan privacy yang berbeda-beda tetapi ada kalanya mereka mengeluarkan informasi tersebut ke dalam bentuk tweet.</p>	<p>YouTube sebagai media penyimpanan atau arsip. Dan menghasilkan engagement yang baik .</p>	<p>dianggap sebagai bentuk vandalisme. namun, dalam perkembangannya aksi ini malah berubah fungsi menjadi seni. Graffiti hadir dalam ruang publik, dan pada akhirnya graffiti tersebut menjadi seni publik (public art). Maraknya hasil karya graffiti di dinding jalanan memberikan banyak sekali kebebasan dalam menyampaikan informasi dan menuangkan ekspresi diri.</p>
6	Perbedaan Penelitian	<p>Penelitian ini lebih tertuju bagaimana pengguna jejaring sosial mengekspresikan perasaan afeksinya terhadap pasangan di dalam twitter.</p>	<p>Penelitian ini lebih menunjukan bagaimana motif, pemanfaatan, frekuensi dari vlogger bagaimanana vlogger untuk mencapai tujuan yang di harapkan</p>	<p>Penelitian ini lebih menunjukan bahwa fenomena seni graffiti sebagai media ekspresi diri dari para bomber, merupakan satu pandangan baru bagi masyarakat untuk berinteraksi.</p>

Sumber: Peneliti, 2019

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau communication bersal dari bahasa latin “communis” atau dalam bahas inggrisnya “commun” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi, ini menimbulkan kesamaan. Suwardi (1986:13 dalam Rohim, 2009:8).

Menurut Sedangkan menurut Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid yang dikutip oleh Wiryanto (2004: 6) dalam bukunya yang berjudul *Pengantar Ilmu Komunikasi*, mendefinisikan komunikasi sebagai proses untuk melakukan pertukaran informasi yang dilakukan dua orang atau lebih untuk menciptakan saling pengertian.

Sedangkan komunikasi menurut Webster New Collegiate Dictionary menjelaskan bahwa:

Komunikasi adalah “suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem, lambang-lambang, tanda-tanda atau tingkah laku”. (Riswandi, 20-0:1).

Sedangkan menurut Hoveland yang dikutip oleh Wiranto (2008:6) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, mendefenisikan komunikasi, demikian: “The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal an symbols) to modify, the behaviour off the other individu”. (komunikasi adalah proses dimana individu mentansmisikan stimulus untuk mengubah prilaku individu yang lain.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi yang dijelaskan oleh Onong Uchjana Effendy (2008: 8) meliputi empat komunikasi, diantaranya sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi tentang suatu peristiwa, gagasan, atau tingkah laku yang disampaikan kepada orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarama pendidikan yang memberikan pengetahuan dan informasi, melalui ide atau pemikiran yang disampaikan kepada orang lain.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi berfungsi untuk menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi orang lain, baik merubah jalan pikiran ataupun tingkah lakunya.

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dinamika Komunikasi, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi.

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feddback*) dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampain pesan komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan, fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Berdasarkan sifatnya komunikasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicara yang kita sadari termasuk kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara verbal.

2. Komunikasi non-verbal

Komunikasi non verbal adalah proses penyampaian pesan-pesan oleh seseorang yang dilakukan tidak dengan kata-kata atau bahasa verbal, melainkan melalui petunjuk-petunjuk atau tanda-tanda lain yang terjadi pada tubuh seseorang.

3. Komunikasi tatap muka

Komunikasi tatap muka adalah suatu bentuk komunikasi yang mempertemukan secara tatap muka pihak komunikator dan komunikan. Pesan disampaikan secara langsung dari komunikator, dan secara langsung menerima umpan balik/feedback dari komunikan.

2.1.2.5 Proses Komunikasi

Proses komunikasi yaitu bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk dapat menciptakan komunikasi yang lebih efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan juga ada penyampaian pesan untuk dapat mewujudkan motif komunikasi. Melalui komunikasi ini sikap dan juga perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain.

1. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan atau komunikasi.

2. Pesan

Pesan sendiri mempunyai makna yaitu setiap pemberitahuan yang berisikan, kata, maupun komunikasi secara lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Pesan sendiri menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin

3. Penerima

Penerima merupakan pihak yang memperoleh pesan atau stimulus yang dikirimkan oleh sumber. Pesan atau Stimulasi yang telah diterima tersebut dapat terdiri dari beraneka ragam bentuk, seperti kata-kata, tulisan, gerak-gerik, mimik muka, ekspresi wajah, sentuhan, aroma, serta perbuatan bahkan tingkah laku lawan bicara.

4. Feedback

Feedback bermanfaat untuk dapat memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikator, juga Feedback dapat memperjelas persepsi.

2.1.2.6 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana dalam buku *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

1. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
2. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
4. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan (Effendy, 1993 : 18).

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat di mengerti dan di terima oleh komunikan.

2.1.3 Media Sosial

Media sosial adalah media online (daring) yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, networking, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain.

Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.

Menurut Michael Cross pengertian media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. (<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-media-sosial>, diakses 7 desember 2019, 11:55).

Berbagai definisi Nasrullah, dalam buku Media Sosial (2017 : 13) menyimpulkan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Dari berbagai pengertian di atas penulis menggaris bawahi bahwa media sosial mempunyai ciri has tertentu dalam kaitannya setiap manusia melakukan hubungan sosial di zaman perkembangan teknologi komunikasi. Sehubungan dengan hal itu, maka, Nasrullah, dalam buku Media Sosial (2017: 15), media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber,. Karena itu, media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Adapun karakteristik media yaitu, jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna. Adapun macam-macam media sosial, yaitu *Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Blog*.

Dengan demikian, media sosial merupakan suatu media alat bantu seseorang dalam bersosialisasi dengan lingkungan dan orang-orang baru yang tidak secara langsung bertatap muka.

2.1.4 Tinjauan Mengenai New Media

2.1.4.1 Pengertian New Media

Media Baru atau *New Media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya.

Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

New Media merupakan konsep yang menjalankan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat mengakses content kapan saja, di mana saja sehingga memberi kesempatan kepada siapa saja, baik pengguna ataupun penerima untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru melalui isi media. Aspek penting lain dari *new media*, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirnya media berbasis *realtime* di mana *content* media tidak bisa di atur seperti pada media konvensional sekarang ini.

Menurut Everett M. Rogers (2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif. Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan. Sementara menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana

seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.

Menurut McQuail (2011), dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan dan memasukkan informan modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

2.1.5 karakteristik *New Media*

Perkembangan dunia media massa dewasa ini telah melahirkan sebuah sub pembahasan baru mengenai sebuah jenis media massa yang disebut dengan media baru atau new media. Dari segi sejarah, istilah media baru sebenarnya mulai muncul cukup pesat sejak tahun 1980. Hal ini

disebabkan karena adanya banyak perbedaan di dunia media dan komunikasi yang tidak hanya terjadi di satu sektor saja, tetapi di beberapa sektor sekaligus. Perubahan tersebut menghadirkan banyak perubahan-perubahan pada berbagai aspek media massa, seperti misalnya cara distribusi media massa, cara publik berinteraksi dengan media, hubungan baru antar konsumen atau pengguna media massa, dan lain sebagainya. Pada prinsipnya, perubahan dan munculnya media baru mempengaruhi pola-pola bekerjanya media massa di tengah masyarakat. Bahkan pada salah satu titik yang paling ekstrem, media baru memungkinkan masyarakat untuk menghasilkan berita sendiri dengan bebas, kapan saja dan di mana saja.

Media baru muncul dengan perkembangan teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, dan surat kabar) media memiliki karakteristik diantaranya :

1. Digital

Ciri khas atau karakteristik dari media baru yang pertama kali adalah digital. Maksudnya, semua data dan konten yang ada di dalam media baru sebenarnya merupakan data-data yang bersifat digital dan bukan fisik seperti layaknya media massa yang berupa koran, ataupun yang lainnya.

2. Interaktivitas

Karakteristik kedua dari media baru adalah interaktif atau interaktivitas. Maksudnya, pada media baru memungkinkan semua orang, termasuk pembaca yang awam sekalipun dapat terlibat langsung dalam proses

diskusi atau saling mengomentari sebuah berita atau sebuah komentar dari seseorang tertentu di dalam suatu berita tersebut.

3. Hipertekstual

Karakter berikutnya adalah hipertekstual. Maksudnya, pada media baru terdapat hiperteks-hiperteks yang memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang lain dengan cepat melalui mengklik teks tersebut dengan menggunakan perangkat mouse ataupun dengan disentuh langsung pada gawai telepon genggam pintar. Adanya hiperteks membuat orang dapat dengan mudah berpindah konten, melakukan pencarian konten.

4. Virtual

Media baru merupakan media virtual. Maksudnya, objek ataupun benda-benda yang kita klik, kita lihat dan seterusnya di media baru tidak memiliki objek fisik sebagaimana media massa yang lain seperti misalnya majalah, dan lain sebagainya. Identitas kita pun bisa dengan mudah kita buat dengan asal, ketika kita ingin berkomentar pada media.

5. Simulasi

Simulasi merupakan sebuah representasi dari suatu peristiwa atau suatu kejadian, objek, atau hal lain yang dapat menambah pemahaman terhadap hal tersebut tanpa harus memasuki atau mengalami kejadian atau benda asli secara langsung. Dengan adanya virtualisasi dan teknologi digital, media baru dapat menghadirkan sebuah simulasi terhadap suatu objek atau suatu peristiwa tertentu.

2.1.6 Manfaat New Media

New media dalam bidang ini banyak menyita perhatian masyarakat misalnya saja berbagai macam jejaring sosial yang banyak digunakan masyarakat saat ini seperti facebook, twitter, skype, yahoo messenger, my space, hello, line, bbm, instagram, dan lain-lain. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi. (<https://imambilqisthiword.wordpress.com/2017/10/08/definisi-new-media-manfaat-komponen-serta-pengaplikasian-new-media>, diakses 7 Desember 2019, 00:14).

1. Bidang industri

Dalam bidang ini memudahkan bagi siapapun yang menawarkan / mempromosikan produk tertentu sehingga tidak memerlukan lahan untuk membuka toko dan promosi langsung kepada konsumen, melalui new media pedagang atau pemilik produk dapat mempromosikan produknya melalui facebook, twitter, instagram dan lain lain.

2. Bidang Pekerjaan

Dalam bidang ini bagi yang ingin mencari pekerjaan cukup searching di internet lalu mendaftar secara online bahkan ujian masuk secara online juga, tidak perlu langsung datang ke kantor .

3. Bidang Transportasi

alam bidang ini Transportasi ini memudahkan calon penumpang untuk mendapatkan transportasinya dengan mudah, selain mudah penumpang

juga mengetahui profil calon driver tranportasinya , berbeda dengan tranportasi konvensional.

2.1.7 Tinjauan Mengenai Internet

2.1.7.1 Pengertian Internet

Internet adalah jaringan komputer yang dapat menghubungkan suatu komputer ke jaringan komputer dengan jaringan komputer lain. Sehingga dapat berkomunikasi atau berbagi data tanpa melihat jenis komputer itu sendiri.

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

Internet adalah suatu jaringan komunikasi yang menghubungkan satu media elektronik dengan media yang lainnya. Standar teknologi pendukung yang dipakai secara global adalah Transmission Control Protocol atau Internet Protocol Suite (disingkat sebagai istilah TCP/IP). TCP/IP ini merupakan protokol pertukaran paket (dalam istilah asingnya Switching Communication Protocol) yang bisa digunakan untuk miliaran lebih pengguna yang ada di dunia.

Dalam buku Liliweri (2015: 285) Menurut Manovich dalam “The New Media Reader” mendefinisakan media baru dalam delapan proposisi :

1. Media baru versus cyberculture. Media baru merupakan sebuah paradigman dan objek budaya, sedangkan cyberculture merupakan beragam fenomena sosial yang berkaitan dengan jaringan komunikasi internet seperti blog.
2. Media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer sebagai platform distribusi informasi melalui situs web, komputer multimedia, Blu-Ray Disk dan lain-lain.
3. Media baru merupakan media pertukaran data digital yang dikendalikan oleh software. Bahasa media baru didasarkan pada asumsi bahwa, semua benda budaya yang mengandalkan representasi digital mengirimkan informasi berbasis komputer demi peningkatan kualitas informan itu sendiri.
4. Media baru merupakan campuran antara konvensi budaya yang sudah ada dengan konvensi software. Media baru dapat dipahami sebagai campuran antara konvensi budaya yang lebih tua untuk representasi data, akses dan manipulasi dan konvensi terbaru dari representasi data, akses, dan manipulasi itu. Data adalah representasi dari realitas visual dan pengalaman manusia. Data adalah data numerik komputer ini terus keluar dari tombol “kreatif” keputusan dan didelegasikan kepada posisi teknisi. misalnya dalam film, perangkat lunak digunakan di beberapa daerah

produksi, dalam diri orang lain dibuat menggunakan animasi komputer.

5. Media baru media yang menghasilkan estetika baru, karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika content. Artinya media baru sangat bermanfaat untuk merekam momen penampilan realitas dan sekaligus mengubah kualitas data dari rekaman tersebut.
6. Media baru sebagai pemercepat eksekusi “algoritma” artinya segala algoritma yang sebelumnya dilakukan secara manual atau teknologi lain seperti kalkulator maka kini eksekusi seperti itu harus berubah menggunakan teknologi yang ada seperti perhitungan lunak menggunakan excel.
7. Media baru sebagai candra dimuka yang dapat mengendalikan encoding informasi, media baru juga dipandang sebagai metamedia. Manovich malah menyatakan bahwa emrio media mulai tahun 1920 maka media baru mulai berkembang cepat dalam jangka waktu yang tidak bisa diramalkan. Sementara itu metamedia merupakan media baru yang lahir bertepatan dengan postmodernisme. Contohnya metamedia ialah pengubah kualitas dan kuantitas informasi melalui teknik manipulasi.

Komunikasi interpersonal merupakan dipahami sebagai komunikasi yang melibatkan dua orang atau komunikasi yang secara

kontekstual merupakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal secara kontekstual memang sangat berbeda dari komunikasi kelompok, meskipun terjadi dalam kelompok kecil. Komunikasi interpersonal mensyaratkan keterlibatan penuh pihak yang terlibat. Jika salah satu pihak menarik diri dari percakapan maka komunikasi interpersonal pun praktis akan berakhir. Jelas, kondisi ini juga berlaku di media sosial. Dalam media sosial, komunikasi tak terjadi secara interaktif jika pihak yang diajak berkomunikasi menarik diri dari percakapan yang ada. Jika pertukaran informasi tidak terjadi, maka pihak pemberi informasi, dalam hal ini pemilik akun media sosial hanya melakukan komunikasi searah, namun begitu ada pihak lain yang menanggapi apa yang dituliskannya dan terjadi interaksi maka komunikasi interpersonal terjadi. (Adler & Rodman, 2006:188-189)

2.1.7.2 Fungsi Internet

Internet atau (Interconnection networking) adalah jaringan komunikasi global yang terbuka menghubungkan miliaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon. Beberapa fungsi dari internet dalam empat kategori, yaitu:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan

Dengan adanya internet kita bisa mencari pengetahuan dari seluruh dunia dari yang berbentuk artikel, gambar, dan video.

Kemudahan mencari wawasan dengan hanya menuliskan apa wawasan yang anda inginkan.

2. Mudahnya Bertransaksi

Jika kalian selalu belanja dengan datang ke tempat perbelanjaan, itu akan menghabiskan waktu dan tenaga, coba kalian belanja di toko online, banyak sekali barang dan bisa jadi lebih murah barang di antar ke tempat kediaman anda dan tidak harus menghabiskan tenaga dan waktu, tapi anda harus hati-hati karena banyak oknum orang yang tidak bertanggung jawab yang melakukan penipuan dalam berbelanja online.

3. Untuk Tempat hiburan

Dengan teknologi yang semakin maju dan mulai membuat situs untuk mengupload video di internet. Jika anda sedang badmood, coba buka internet disana banyak sekali media hiburan yang akan membuat anda tidak bosan jika sedang tidak ada pekerjaan, media hiburan di internet cukup bervariasi dari mulai tulisan, gambar, video, dan game.

4. Memudahkan Mencari Lowongan Kerja

Tidak hanya untuk wawasan dan hiburan, di internet juga di sediakan situs untuk mencari kerja atau kerja freeance, salah satu situs untuk bekerja di internet adalah freelancer.com dan jika anda tidak punya pekerjaan cari saja pekerjaan yang anda inginkan di internet.

2.1.7.3 Bagian-Bagian Internet

Internet memiliki bagian-bagian yang berperan penting dalam perkembangannya, diantaranya :

1. Web

WWW atau World Wide Web maupun Web adalah sebuah sistem yang saling terkait dalam sebuah dokumen berformat hypertext yang berisi beragam informasi, baik tulisan, gambar, suara, video, dan informasi multimedia lainnya dan dapat diakses melalui sebuah perangkat yang disebut web browser.

2. Situs

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link.

3. Homepage

Halaman awal ketika kita menjelajahi suatu halaman suatu situs tertentu di Internet.

4. Web Browser

Web Browser adalah suatu program yang digunakan untuk menjelajahi dunia Internet atau untuk mencari informasi tentang suatu halaman web yang tersimpan di komputer. Awalnya, web

browser hanya berorientasi pada teks dan belum dapat menampilkan gambar.

2.1.8 Tinjauan Mengenai YouTube

Pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas. Youtube mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video youtube diputar. Iklan tersebut dinamakan dengan Google AdSense, sebuah program yang menawarkan pembayaran berdasarkan tingkat frekuensi sebuah video diputar. Pada bulan Februari 2017, tercatat bahwa ada video dengan total durasi 400 jam diunggah di Youtube setiap menitnya dan total satu miliar jam konten Youtube ditonton orang setiap harinya.

Salah satu layanan dari Google ini, memfasilitasi pengguna untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Dapat dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif.

Selain bisa dimanfaatkan untuk mencari informasi, YouTube juga bisa digunakan sebagai media hiburan dimana kita bisa mengakses berita,

musik dan lagu, informasi dunia terbaru, film dan lain-lain. Upload bebas video dengan menggunakan YouTube kadang bisa menimbulkan akibat fatal ketika kita secara sadar mengupload atau tidak sengaja mengupload. Kemungkinan lain dari kebijakan tersebut diantaranya mengenai sara. Itulah sebabnya di beberapa negara sangat ketat memberlakukan aturan penggunaan YouTube.

Tidak berbeda dengan fungsi search engine, pencarian di YouTube akan muncul *list* sejumlah video YouTube sesuai *keyword* yang dipakai dalam pencarian tersebut. Dari hasil pencarian akan muncul *top rated*, *most viewed* dan *most recent* di halaman muka YouTube dan juga jumlah video yang berhubungan dengan kata kunci pencarian tadi.

YouTube juga bisa menjadi media untuk menghasilkan uang, YouTube saat ini juga menjadi salah satu upaya promosi yang sangat efektif untuk mengiklankan produk secara gratis. Produk yang dimaksud di sini bisa berupa barang elektronik, pakaian, makanan dan minuman, bisnis dan lain sebagainya.

Mengikuti perkembangan zaman yang pesat, youtube menawarkan fitur-fitur yang membuat penggunaannya semakin nyaman mengakses berbagai video. Fitur-fitur youtube yang ada antara lain:

1. Menonaktifkan Video Anotasi

Video anotasi merupakan video-video yang dapat diklik di bagian atas atau samping video yang sedang diputar. Video anotasi merupakan video yang masih berhubungan dengan video yang

sedang diputar. Biasanya, fitur ini dimanfaatkan oleh para pengunggah video agar lebih banyak orang menonton video unggahannya.

2. Mengatur Autoplay

Fitur Autoplay merupakan fitur yang baru-baru ini dikeluarkan youtube sehingga ketika seseorang sudah selesai menonton suatu video, algoritma youtube akan mengarahkan pengunjung ke video selanjutnya yang berhubungan dengan video yang ditonton sebelumnya. Beberapa orang bisa saja merasa terbantu dengan fitur ini, apalagi ketika tidak ingin repot-repot membuang waktu untuk memilih video apa yang akan ditonton.

3. Mengatur Kecepatan Video

Fitur yang satu ini sangat bermanfaat untuk para penikmat video tutorial yang merasa sebuah video terlalu cepat sehingga kesulitan mengikuti tutorial. Video pada youtube bisa diatur untuk diputar lebih cepat atau lebih lambat sesuai preferensi penonton.

4. Mengunduh Video Dengan Cepat

Seringkali ketika mencari di YouTube dan menemukan video yang menarik, kita ingin menyimpannya untuk ditonton kembali di hari esok. Untuk menyimpan video pada YouTube mudah saja dengan cara menambahkan huruf “ss” pada url video yang sedang ditonton di antara www.

(<https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube>, diakses 7 Desember 2019, 01:25)

2.1.9 Pengertian YouTuber

YouTuber adalah istilah untuk pengguna Youtube. Tak dapat dipungkiri, YouTube merupakan salah satu media alternatif untuk memanjakan mata dan telinga kita dengan berbagai videonya. Berbeda dengan televisi yang kanalnya terbatas, YouTube menyediakan aneka ragam video yang bisa kita pilih sendiri, mengingat model user-generated content yang membuat setiap orang dapat mengunggah video kreasi mereka. Ditonton lebih dari satu milyar pengunjung setiap bulannya, setiap menit ada sekitar seratus video diunggah oleh YouTuber. Banyak YouTuber giat mengunggah video ke YouTube dengan berbagai alasan, namun secara umum mereka berbagi konten yang mereka suka. Mulai dari video klip, komedi, film pendek, dokumenter, walkthrough game, dan masih banyak lagi. (<https://www.youtuber-indonesia-profesi-jaman-kreatif>, diakses 7 Desember 2019, 01:40).

2.1.10 Karakteristik YouTuber

YouTuber, istilah yang dalam beberapa tahun ini digunakan masyarakat umum untuk mengacu pada aktivitas membuat video pribadi kemudian diunggah ke media sosial bernama YouTube. Saat ini, YouTuber telah menjelma menjadi profesi baru di tengah sosialitas masyarakat, setidaknya untuk sebagian dari mereka. Peralannya, dengan membuat video

dan ditonton masyarakat luas, mereka bisa mendapatkan keuntungan, baik eksistensi atau finansial.

Konsep konten video dalam penelitian ini berarti sebuah forum berbentuk konten video bertujuan untuk mendapatkan ide atau kreatifitas. Bentuk konten video dipercaya sebagai mediamorfosis dari video menuju konten video. Adapun karakteristik dari konten video ialah:

1. YouTuber di produksi secara individu
2. kontennya di produksi kedalam bentuk konten video
3. Konten yang di sampaikan pada video di YouTube beragam. Ada berupa game, challenge, kegiatan sehari-hari. Yang bersifat memberi informasi atau pengetahuan.

2.1.11 Tinjauan Mengenai Ekspresi Diri

2.1.11.1 Makna Ekspresi Diri

Ekpresi diri merupakan suatu proses menyatakan, pengungkapan maksud, perasaan, gagasan atau hasil pemikiran. Ekspresi diri adalah bentuk atau pola pemikiran dan penyelesaian masalah. Ekspresi diri adalah proses holistik yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman individu tentang diri sendiri dan fenomena eksternal, dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai berbagai jenis tujuan pembelajaran. Ekspresi diri didasarkan pada konstruktivisme sosial, dimana belajar dan emosi menekankan pada konteks kegiatan belajar merupakan interaksi antara kognitif dan faktor afektif dalam pemecahan masalah (Pollanen, 2011).

Menurut Gasparovicha (2011), pendekatan ekspresi diri merupakan suatu rangkaian proses belajar seperti: pembelajaran pengalaman emosional, penemuan diri, perubahan sikap, pengalaman diri yang positif, pemahaman tentang aturan dan pemahaman tentang makna. Hal ini menunjukkan bahwa kandungan belajar meliputi aspek aktivitas kreatif individu yang bertujuan penting dari pengembangan kepribadian.

Menurut Taylor *et al* (1977: 55)berpikir adalah suatu proses penggunaan lambang visual atau grafis untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan yang baru (*creativity*). Memahami realitas berarti menarik kesimpulan, meneliti berbagai kemungkinan penjelasan dari realitas *eksternal* dan *internal*. Dari proses berfikir, memahami, dan merasakan realitas yang ada, maka akan berpengaruh terhadap bagaimana individu tersebut mengekspresikan dirinya, dalam bentuk identitas yang berbeda dari individu lain.

2.1.11.2 Fungsi Ekspresif

Komunikasi Ekspresif tidak otomatis bertujuan memengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) seseorang. Emosi tersebut dikomunikasikan melalui pesan-pesan

nonverbal, Emosi dapat kita salurkan lewat bentuk- bentuk seni seperti Puisi, Lukisan, Lagu, Pantomim dan Tarian.

Media komunikasi yang sering digunakan untuk ekspresi diri ini dapat kita lihat dalam karya-karya novel, puisi, musik, tarian, atau lukisan. Isi pesan yang ada dalam karya-karya ini dapat merupakan pesan ekspresi diri, emosi para penciptanya. Ekspresi ini dapat merupakan harapan atau kritik yang disampaikan oleh para pengarang kepada para pembaca, penonton atau *audience*.

2.1.12 Motif

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian motif. Motif, atau dalam bahasa Inggris “motive” berasal dari kata *movere* atau *motion*, yang berarti gerakan atau sesuatu yang bergerak. dalam psikologis, istilah motif erat hubungannya dengan “gerak”, yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia atau disebut juga perbuatan atau perilaku (Saworno, 2009: 137).

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan.

Menurut Sigmund Freud menyebut Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertindak laku dikarenakan adanya kebutuhan – kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan

aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2007: 73).

Harold Koontz (1980: 632) dalam buku *Management*, mengutip pendapat Berelson dan Steiner, mengemukakan bahwa motif adalah suatu keadaan dari dalam yang member kekuatan, yang menggiatkan, yang menggerakkan atau menyalurkan perilaku ke arah tujuan-tujuan.

Dari berbagai macam pendapat dari para ahli di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksudmaksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

2.1.13 Manfaat YouTuber

Zaman sekarang banyak sekali kreasi-kreasi konten yang dibuat oleh anak muda sekarang. Disitu mereka bisa mengeluarkan ide-ide kreatif mereka agar bisa menarik untuk dilihat dan dinikmati para penggemar. Salah satunya menjadi seorang youtubers. Sekarang pun banyak yang membuat youtubers hanya untuk kesenangan sendiri atau bisa juga bermanfaat

untuk orang-orang yang menontonnya. Dan pastinya jika sudah menjadi seorang youtubers, mereka sudah terkenal dimana-mana bahkan mendapatkan penghargaan yang luar biasa. Menjadi seorang youtubers bukan hanya untuk mendapat perhatian agar disukai banyak orang tetapi juga bisa mendapatkan keuntungan dari penghasilan ini. Untuk menjadi seorang Youtubers pastinya harus mempunyai banyak akal, ide kreatif, maupun karya-karya yang bisa dapat menarik perhatian orang-orang yang melihatnya. Sehingga mendapatkan banyak viewers ataupun subscriber.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Ardianto (2011: 20) adalah “Dasar dari pemecahan masalah. Ilmu sendiri merupakan kegiatan yang dirintis oleh para pakar ilmiah sebelumnya”.

Berdasarkan judul yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya maka fokus penelitian ini menuju pada ekspresi diri.

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemauan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk berpartisipasi aktif, interaksi dan kreatif terhadap umpan baik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas atau masyarakat baru melalui media. Liliweri (2015: 284).

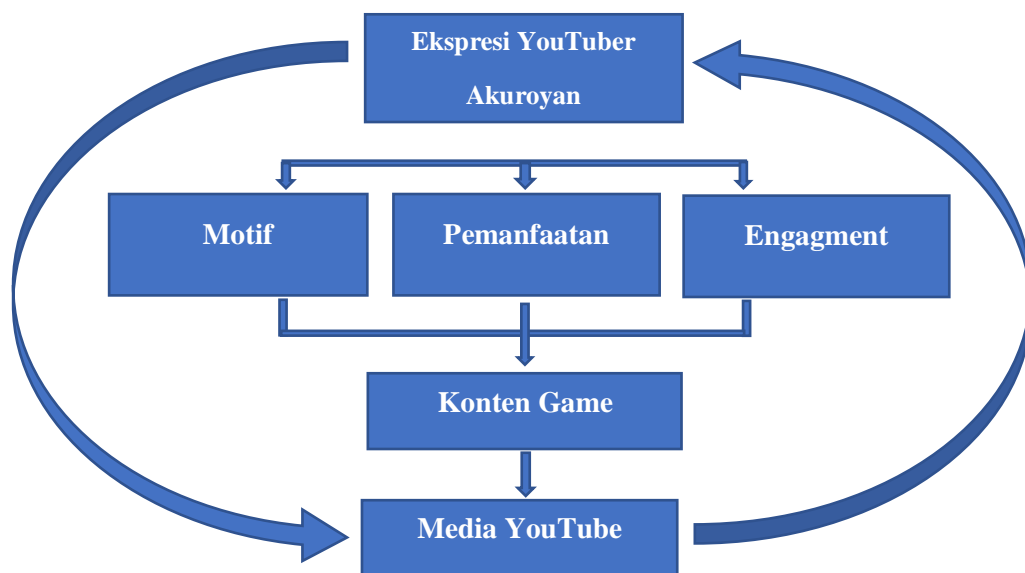
Beberapa konsep penting yang akan digunakan peneliti akan dibatasi. Youtuber adalah orang yang berperan dalam pembuatan video. YouTube merupakan konten sharing yang digunakan sebagai tempat untuk mengupload video konten yang telah dibuat oleh YouTuber serta sebagai tempat berkomunikasi antara

YouTuber dengan viewers-nya. Media ekspresi merupakan salah satu tujuan YouTuber untuk mengungkapkan ide atau kreatifitas melalui konten video.

Dalam kerangka pemikiran, peneliti berusaha untuk membahas masalah poko dari penelitian, yaitu membahas sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menjadikan masalah perkembangan dan ketertarikan dasar untuk mengkaji perkembangan serta ketertarikan Konten game YouTuber menggunakan media YouTube sebagai media ekspresi diri.

Gambar 2.1

Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2019