

YOUTUBE SEBAGAI WADAH BAGI CONTENT CREATOR UNTUK AKTUALISASI DIRI

Jethro Ariel¹, Wirda Yulia Putri²

Abstrak: Era teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi dan pola interaksi antara pengguna media sosial yang telah menjadi kebutuhan dalam mengakses informasi, berinteraksi juga sebagai wadah aktualisasi diri. Youtube adalah media sosial populer yang menawarkan content video audio visual, fitur record maupun live streaming dimana siapapun dapat membuat channel dengan content yang dikehendaki. Akhirnya banyak orang membangun channel youtube dengan menggunakan namanya sendiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan analisis yang digunakan adalah model Milles and Huberman. Analisis dengan membagi pembahasan menjadi dua sub topic yaitu aktualisasi diri dan hiperrealitas. Berdasarkan penelitian disimpulkan bahwa motif creator dalam Channel Hersubeno Point adalah untuk melanjutkan profesinya sebagai jurnalis. Hal itu dilakukan karena adanya perubahan pola masyarakat dalam menikmati berita yang disebutnya sebagai shifting. Dengan perubahan tersebut Hersubeno melihat bahwa Youtube memiliki pasar yang paling besar yang dapat dimanfaatkan untuk menarik minat penonton. Apa yang disajikan Hersubeno melalui Channel Hersubeno Point memiliki makna yang berbeda dengan hiperrealitas tetapi justru menjadi upaya mengubah rumor menjadi realitas melalui proses verifikasi cover both sides dengan tetap mengindahkan prinsip 5 W + 1 H dan, kode etik jurnalistik dan peraturan-peraturan yang berlaku.

Kata Kunci: Aktualisasi Diri, Motif, Hiperrealitas, Content Creator, Youtube.

Abstract: *The era of information technology has changed communication patterns and interaction patterns between social media users which have become a necessity in accessing information, interacting as well as a place for self-actualization. Youtube is a popular social media that offers audio-visual video content, record features and live streaming where anyone can create a channel with the desired content. Finally, many people build youtube channels using their own names. The research method used is descriptive qualitative. Data was collected through interviews and the analysis used was the Milles and Huberman model. Analysis by dividing the discussion into two sub topics, namely self-actualization and hyperreality. Based on the research, it is concluded that the creator's motive in Channel Hersubeno Point is to continue his profession as a journalist. This was done because of a change in the pattern of people in enjoying the news which he called shifting. With this change, Hersubeno sees that Youtube has the largest market that can be used to attract viewers. What Hersubeno presented through the Hersubeno Point Channel has a different meaning from hyperreality but instead becomes an effort to turn rumors into reality through a cover both sides verification process while still observing the 5 W + 1 H principles and the journalistic code of ethics and applicable regulations.*

Keyword: *Self-Actualization, Motives, Hyperreality, Content Creator, Youtube.*

PENDAHULUAN

Era teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini telah menyebabkan adanya perubahan arah pada pola komunikasi dan interaksi masyarakat bahkan di dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Perubahan tersebut diawali dengan adanya perkembangan dan pertumbuhan media sosial sebagai salah satu varian internet (Novianti et al., 2020).

Pada perkembangannya, media sosial menjadi kebutuhan bagi masyarakat dalam rangka untuk mengakses informasi, berinteraksi juga sebagai wadah aktualisasi diri. Aktualisasi diri adalah sebuah tahap bagi seseorang untuk menjadi dirinya sendiri dan mengembangkan sifat serta potensi yang dimilikinya (Lukartono et al., 2020).

Media sosial menawarkan banyak pilihan fitur sesuai dengan kebutuhan penggunanya, mulai dari chatting, videocall, mengunggah content. Selain itu semua orang dapat berpartisipasi, berbagi serta menciptakan karyanya sendiri. Fenomena ini kemudian mampu mengubah pola komunikasi para pengguna di mana banyak pekerjaan dapat dihandle dan dikerjakan lewat platform media sosial.

Berdasarkan berbagai pilihan platform media sosial yang ada saat ini, youtube menjadi salah satu media terpopuler dan banyak diminati oleh masyarakat di dunia. Youtube merupakan salah satu basis data yang menyediakan content video populer di media sosial serta menyediakan banyak informasi dengan fungsi untuk mencari informasi video atau melihat video secara langsung dan dapat di upload maupun di download (Fransiska et al., 2019).

Berdasarkan survey (Degenhard, 2021) yang direlease di situs statistica.com melaporkan basis pengguna YouTube di Indonesia berjumlah sekitar 80,57 juta pengguna. Jumlah pengguna YouTube di Indonesia diproyeksikan mencapai 96,80 juta pengguna pada tahun 2025.

Platform youtube banyak digemari karena menyediakan berbagai fitur dan produk serta apresiasi yang jarang disediakan oleh media sosial yang lainnya. Platform ini dapat ditelusuri dalam 80 bahasa yang berbeda, menyediakan berbagai pilihan produk sesuai dengan bidang masing-masing pengguna dan memberikan kebijakan monetisasi yang menguntungkan penggunanya secara finansial.

Adanya fitur live streaming tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi para pencari informasi sehingga dengan live streaming itu, keakuratan data lebih dapat dipertanggung jawabkan. Kelengkapan fitur serta kebijakan youtube bahkan telah menggeser model aktualisasi diri banyak orang yang dahulu banyak dilakukan melalui artikel, opini dan juga kolom. Saat ini seseorang tidak hanya dituntut untuk bisa menulis, tetapi juga harus disampaikan dalam bentuk video, record maupun live streaming dengan ekspresi yang mereka miliki. Perkembangan sosial media ini tidak lepas dari keberadaan content creator yang merupakan salah satu profesi dalam membuat content baik dalam bentuk video, tulisan maupun audio dan juga gabungan di antara berbagai materi yang disajikan dalam sebuah platform media sosial (Xiao et al., 2018).

Content creator dapat menyajikan content-content yang menarik perhatian para pengguna. Hal ini karena hampir 90% isi dari youtube berasal dari content creator itu sendiri. Youtube menyebut vlogger dan juga youtuber yang mengunggah video ini dengan sebutan content creator (Sundawa & Trigartanti, 2015).

Selain itu, kebijakan monetisasi yang ada pada platform youtube juga menjadi daya tarik bagi para penggunanya untuk berkreasi dan berlomba mendapatkan perhatian masyarakat sebagai subscriber serta viewer akan menghasilkan pendapatan. Subscriber adalah pengguna yang telah berlangganan channel sehingga setiap pembaruan yang dilakukan oleh content creator akan secara otomatis diikuti oleh subscriber (Arofah, 2015).

Penggunaan media sosial khususnya youtube di Indonesia sudah lama menjadi trend, akan tetapi belakangan youtube mendapatkan banyak perhatian karena banyaknya content creator youtube menjadi referensi bagi pengguna baru dan kalangan tertentu. Penonton youtube sangat tergantung pada seberapa besar menariknya audio, video dan gambar serta content yang disajikan. Hal itu karena para pengguna youtube tidak dapat melakukan komunikasi secara timbal balik atau bersifat satu arah (APJII, 2020).

Pada perkembangannya banyak content creator yang ingin beraktualisasi melalui youtube. Mereka ingin terlihat eksis di kehidupannya. Maka menjadi wajar jika akhir-akhir ini banyak channel yang dibuat oleh content creator sesuai dengan minat pada bidang masing-masing dengan lebih menampilkan aktualisasi dirinya. Hal itu dilakukan dengan melibatkan dirinya sendiri sebagai presenter di dalam channel yang mereka miliki. Sebagai presenter kemudian mereka mereview, mereaksi, mengomentari berbagai fenomena yang ada serta menyajikan informasi-informasi yang mereka dapatkan ke hadapan publik. Kenyataan tersebut berbeda dengan kebanyakan content creator yang menyajikan video tutorial, footage, live report, entertain dan juga melakukan editing pada video sudah ada misalnya melakukan review film, memberikan dubbing pada content orang lain dan sebagainya yang pada intinya tidak menonjolkan dirinya sendiri.

Berbagai fakta tersebut menjadi sebuah kewajaran karena dipengaruhi oleh sifat dasar manusia yaitu untuk melakukan aktualisasi diri di hadapan publik. Eksistensi selain sebagai kebutuhan juga bagian dari motif. Maka kaitannya dengan motif di youtube, human motivation theory yang dikembangkan oleh Abraham Maslow sangat relevan (Fajri, 2021).

Fenomena aktualisasi diri dapat dilihat dari banyaknya channel youtube yang lebih menonjolkan pemilik channel. Terdapat channel seperti Rocky Gerung, Edy Mulyadi dan juga Hersubeno Point yang cukup menjadi sorotan publik serta memiliki korelasi dengan tema penelitian ini. Rocky Gerung menamai channelnya dengan Namanya sendiri. Dia sendiri merupakan seorang akademisi Universitas Indonesia, seorang Dosen Filsafat yang consent dengan persoalan sosial, hukum dan pemerintahan di Indonesia.

Melalui channel youtube yang dimilikinya, Rocky Gerung menyajikan content-content tentang politik dengan memberikan kritik atau reaksi dari sudut pandang filsafat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dia sedang ingin menunjukkan eksistensinya sebagai ahli Filsafat. Pada perkembangannya, channel Rocky Gerung ini dalam menyajikan content berkolaborasi dengan Channel Hersubeno Point dimana kedua channel tersebut berafiliasi kepada FNN (Forum News Network), yaitu portal berita umum yang digawangi oleh sejumlah wartawan senior.

Selain itu juga ada Channel Edy Mulyadi yang juga berada dibawah jaringan Forum News Network (FNN). Tetapi dalam menampilkan atau menyajikan content-contentnya, Edy Mulyadi lebih menonjolkan identitasnya sebagai seorang aktivis bila dibandingkan dengan profesinya yang juga sebagai seorang wartawan senior. Tetapi dari semua channel itu terdapat beberapa kesamaan yaitu sama-sama menempatkan pemilik channel sebagai aktor atau isi utama di dalam content dengan memberikan opini atau persepsi terhadap realitas yang berkembang di masyarakat.

Berdasarkan beberapa Channel yang tersedia, hubungannya dengan dunia penyiaran broadcasting, Hersubeno Point cukup mewakili dan menarik untuk diteliti. Hersubeno Point dikelola oleh Hersubeno Arief seorang wartawan senior, mantan Presenter Televisi Nasional maupun swasta serta sebagai seorang kolumnis di berbagai media cetak di Indonesia. Dengan profesi yang digeluti, Hersubeno ingin menunjukkan eksistensinya melalui channel youtube yang dimiliki.

Hal tersebut menjadi semakin menarik pada saat apa yang disajikan oleh channel itu kemudian menjadi acuan banyak orang dalam menilai dan melihat realitas kehidupan baik politik, ekonomi, sosial maupun budaya. Pada saat pengguna media lebih percaya terhadap apa yang disampaikan atau persepsi para content creator dibandingkan harus melakukan kroscek pada sumber data, maka youtube telah melahirkan apa yang disebut dengan hiperrealitas. Hiperrealitas adalah sesuatu hal berkembang dengan sendirinya

membentuk realitas baru yang penuh dengan rekayasa (Ritzer, 2014).

Channel Hersubeno Point merupakan salah satu channel yang cukup kritis membahas persoalan - persoalan politik pemerintahan yang sedang terjadi. Berdasarkan data yang di dapat dari socialblade, Hersubeno Point telah mengunggah sebanyak 714 content dengan subscriber sebanyak 434 ribu orang dengan penonton sebanyak 66,836,287 sangat cukup untuk menciptakan sebuah hiperealitas.

Pada tanggal 15 September 2021 yang bersangkutan dilaporkan ke kepolisian karena dianggap menyebarkan informasi yang tidak terjadi atau hoax yang menyangkut Ketua Umum PDI Perjuangan, Megawati Soekarnoputri. Terlepas dari benar atau salahnya informasi tersebut, yang pasti sudah menjadi hiperealitas yang sudah dipercaya oleh subscribarnya. Bagaimana tidak, dengan fitur live streaming pada platform youtube, seorang content creator juga tidak dapat memanipulasi atau mengedit content yang langsung dinikmati oleh para pengguna. Kajian ini menjadi menarik karena selama ini content creator cenderung lebih menonjolkan produk atau content yang dibuat sebagai sebuah branding terhadap suatu entitas atau sebuah produk, bukan untuk aktualisasi diri.

Berbagai penelitian yang ada hanya sebatas meneliti youtube dalam hubungannya dengan aktualisasi diri, tetapi lebih fokus dari arah penikmat atau penonton seperti dilakukan oleh (Rizal, 2012). Penelitian yang ada tidak membahas secara khusus persoalan aktualisasi diri dari sisi content creator dan tidak fokus pada hiperealitas yang dihasilkan. Adapun hiperealitas biasanya dilakukan supaya content yang disajikan banyak mendapatkan penonton serta like. Para kreator biasanya dalam membuat video akan melakukan simulakra dan hiperealitas guna mendapatkan hasil yang bagus dan menarik (Komala, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendapatkan informasi tentang bagaimana seorang content creator menggunakan youtube sebagai sarana aktualisasi diri serta mengetahui gambaran hiperealitas yang terjadi dari kecamata content creator.

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, maka terdapat pertanyaan besar yang harus dijawab melalui penelitian yaitu bagaimana content creator menggunakan youtube untuk aktualisasi diri dan seperti apakah hiperrealitas terbangun pada saat content creator dalam menggunakan youtube sebagai sarana untuk aktualisasi diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif menyajikan deskripsi atau gambaran tentang apa yang sedang diteliti di lapangan sehingga terlihat adanya perbedaan data antara yang ada dengan temuan serta teori yang dijadikan acuan. Menarik untuk menggunakan metode ini karena objek dan subjek penelitian yang merupakan komunikator dalam komunikasi massa.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma post-positivistik, atau tidak memiliki landasan apapun dan tidak akan menemukan kebenaran yang pasti oleh karenanya ia akan terus berkembang dari waktu ke waktu (Creswell, 2013).

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara dan observasi. Data yang terkumpul di analisis secara mendalam, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Meski demikian objektivitas merupakan aspek yang paling vital dan terus menjadi perhatian utama dalam penelitian ini khususnya pada penarikan kesimpulan (Creswell, 2013).

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan mendeskripsikan temuan penelitian (Soendari, 2012). Objek penelitian ini adalah

aktualisasi diri yang dilihat melalui motivasi content creator dalam membangun channel youtube dan hiperealitas yang terbangun di dalamnya. Penelitian ini bertujuan mengetahui persepsi content creator dalam menggunakan youtube sebagai sarana aktualisasi diri dan cara content creator lebih memilih media digital youtube sebagai sarana untuk ajang aktualisasi diri serta mengetahui hiperealitas yang terbangun di dalamnya.

Informan merupakan pemberi informasi yang diwawancarai atau dianyai didalam penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam menentukan informan ini digunakan purposive sampling method yaitu dengan menentukan standar tertentu. Adapun standar yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

- a. Informan mengelola channel youtube nya sendiri
- b. Informan bertindak atas nama pribadi dan menampilkan content dengan menggunakan video dirinya sendiri
- c. Channel youtube yang menjadi acuan banyak pengguna

Berdasarkan pada kriteria diatas, maka informan penelitian ini adalah pengembang channel youtube Hersubeno Point. Data di dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari channel youtube yang sedang diteliti, sedangkan data primer didapatkan dari hasil wawancara dengan informan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik observasi serta teknik wawancara serta teknik dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan pada channel youtube meliputi proses sampai hasil akhir (upload).

Selanjutnya untuk wawancara mendalam dilakukan pada informan penelitian dengan tema wawancara sebagaimana yang telah ditetapkan yang berkaitan dengan penelitian. Adapun teknik dokumentasi digunakan untuk mendokumentasikan proses penelitian yang dalam hal ini menggunakan alat perekam dan juga kamera serta catatan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis model Miles dan Huberman dimana tehnik ini memiliki empat tahapan, yaitu (Moleong, 2017).

- a. Pengumpulan data. Pengumpulan data merupakan langkah awal dengan melakukan pengumpulan data-data penelitian melalui metode yang telah ditetapkan.
- b. Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian menyederhanakan data dengan teknik reduksi data.
- c. Data yang sudah direduksi kemudian disajikan berdasarkan kriteria tertentu sebagaimana tema dalam penelitian atau dikenal dengan display data.
- d. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan yaitu memberikan kesimpulan pada data yang telah diolah berdasarkan pada pertanyaan penelitian.

Data penelitian harus dipastikan mengandung keabsahan. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode (Moleong, 2017). Triangulasi sumber dilakukan dengan membuat perbandingan dengan sumber-sumber data untuk mendapatkan keabsahan data. Selanjutnya triangulasi metode dilakukan dengan membuat perbandingan dengan tehnik atau metode yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui motivasi para content creator peneliti menemukan berbagai perbedaan di dalamnya. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara langsung serta melalui aplikasi whatsapp mendapatkan jawaban akan diuraikan dibawah ini.

Motif dan Aktualisasi Diri

Channel youtube Hersubeno Point sampai saat ini memiliki sebanyak 423 subscribers dengan jumlah video atau content sebanyak 705 video telah ditonton lebih dari 66 juta views.

Channel youtube tersebut dibuat pada tanggal 18 Oktober 2016 oleh Hersubeno seorang mantan wartawan senior yang cukup kritis menanggapi kebijakan pemerintah melalui channel youtubanya. Dalam pada itu, Hersubeno menyematkan Namanya dan juga menempatkan dirinya sebagai content creator sekaligus sebagai pemandu atau presenter dalam channel tersebut.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap channel dan pemilik channel Hersubeno Point utamanya berkaitan dengan motivasi menjadi youtuber atau content creator. Melalui wawancara, Hersubeno menolak untuk disebut sebagai youtuber tetapi Hersubeno menegaskan bahwa dirinya memiliki profesi sebagai wartawan.

“saya melihat bahwa dalam perkembangan situasi sekarang itu, salah satu platform yang tersedia untuk mendesiminasi content-content atau berita yang saya buat salah satunya adalah platform youtube, dan ini sesuai dengan undang-undang pers utamanya pasal satu disebutkan bahwa media pers selain melalui media cetak dan elektronik juga disebutkan saluran-saluran lain yang tersedia”.

Berdasarkan penjelasan yang peneliti dapatkan dari wawancara dapat disimpulkan bahwa motivasi Hersubeno dalam membuat channel youtube adalah dalam rangka untuk lebih memudahkan dirinya dalam menjalankan profesinya sebagai wartawan. Pernyataan tersebut bila dikaitkan dengan isi content yang diunggah memang ada kesamaan dimana youtube Hersubeno Point menanggapi atau mengulas berita-berita viral di Indonesia.

Channel youtube Hersubeno Point terafiliasi juga dengan platform berita Forum News Network (FNN) dimana Hersubeno sendiri berperan sebagai Dewan Redaksi di dalamnya. Dengan kata lain bahwa motivasi yang dimiliki adalah untuk membuat youtube sebagai lahan untuk meneruskan aktivitas saya di jurnalistik

Berkaitan dengan aktualisasi diri, Hersubeno menjelaskan bahwa saat ini merupakan era shifting yaitu perpindahan dari habit lama yang biasanya orang hanya menonton televisi dan media koran. Hersubeno mengakui bahwa pada zaman shifting seperti itu, nama atau aktualisasi diri memiliki kedudukan penting karena berkaitan dengan kredibilitas dari media yang bersangkutan. Pada saat orang mengetahui nama tersebut maka akan dihubungkan dengan kapasitas dan juga kapabilitasnya.

Hersubeno menduga orang yang menonton youtubanya, Sebagian besar karena mereka telah mengenal dirinya melalui pemikiran-pemikiran yang telah dituangkan kedalam tulisan-tulisan di masa lalu. Setiap orang tersegmentasi di dalam media sosial khususnya youtube dan mengikuti orang-orang yang telah dikenalnya. Segmentasi tersebut berkaitan erat dengan citra diri dimana orang sudah mengetahui terlebih dahulu perspektif dari seseorang atau channel youtube yang bersangkutan sebelum menontonnya.

Hersubeno mengatakan bahwa dirinya sudah tidak ada lagi target untuk mengejar popularitas mengingat usia dan pengalamannya yang cukup banyak. Tetapi channel tersebut semata-mata hanya digunakan untuk melanjutkan pekerjaannya melalui youtube karena dirinya menganggap bahwa Youtube telah menjadi pasar terbesar yang menarik penonton.

Bila dikaitkan dengan kapasitas Hersubeno mengakui bahwa dirinya lebih kuat dalam membuat tulisan, tetapi dirinya menyadari bahwa literasi orang Indonesia khususnya untuk membaca tulisan sangat rendah dan orang lebih suka menonton, maka untuk menyampaikan pemikirannya, Hersubeno memilih saluran youtube. Selanjutnya, berdasarkan observasi dan juga wawancara yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa dalam membangun Channel Youtubanya, Hersubeno memiliki tim yang terdiri dari 2 (dua) orang yang berperan sebagai kameramen dan satunya lagi adalah vidio editor. Selain tim tersebut, juga terdapat kolaborasi dengan tim dari Forum News Network.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa apa yang dilakukan tersebut dikatakan sebagai salah satu upaya untuk memahami keinginan publik. Dari wawancara yang peneliti lakukan, dapat dipahami bahwa era peralihan tersebut membuat semua orang yang telah

memiliki brand berpindah ke saluran youtube. Selain Hersubeno banyak tokoh lain seperti karni Ilyas yang besar di televisi tetapi justru ditinggalkan dan membuat channel youtube.

Loonstra et al., (2009) mengartikan aktualisasi diri sebagai kesadaran manusia terhadap tujuan hidup dan dengan sepenuhnya dapat menerima potensi serta batasan diri secara hakiki. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa aktualisasi diri dalam penelitian ini adalah cara content creator memaknai keberadaan dirinya dengan channel yang dimiliki melalui berbagai upaya dengan mengaktualisasikan potensi yang dimiliki untuk mencapai keberadaan autentik dan membuat hidupnya menjadi bermakna.

Maka sebenarnya dengan menamai channel Youtube dengan namanya sendiri dan menghadirkan dirinya sendiri sebagai pembicara meskipun sekedar analisa, hal itu dapat dikatakan sebagai upaya untuk membangun aktualisasi diri.

Meskipun demikian tetapi ada alasan-alasan lain yang dapat dijadikan argumentasi seperti dalam kasus Hersubeno Point dimana yang bersangkutan memiliki profesi yang berhubungan dengan dunia penyiaran serta pemberitaan.

Sejalan dengan pendapat (Loonstra et al., 2009), (Smith, 2003) memaparkan beberapa ciri individu yang memiliki aktualisasi diri diantaranya adalah kesadaran diri yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan juga kepercayaan diri yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa. Hal tersebut juga dapat dilihat ada pada diri informan di dalam penelitian ini yang menempatkan dirinya sesuai dengan kapasitasnya.

Selanjutnya, Youtube memiliki kebijakan monetisasi yang artinya bahwa content yang telah diunggah oleh content creator dapat dikomersilkan dengan persyaratan tertentu yang telah ditetapkan. Berkaitan dengan itu Hersubeno menyatakan bahwa persoalan uang dari monetisasi adalah konsekuensi saja, bukan merupakan motivasi utama.

Hiperealitas

Sebagai channel yang menyuguhkan analisa kritis terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat khususnya berkaitan dengan kebijakan-kebijakan pemerintah serta sebagai channel yang menjadi acuan banyak orang, tentu saja ada para subscriber menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap pesan-pesan yang disampaikan lewat content. Kondisi inilah yang menurut (Xemandros, 2010) merupakan sebuah hiperrealitas, satu kondisi, dimana kepalsuan berbaaur dengan keaslian.

Terdapat beberapa catatan dalam penelitian berkaitan dengan tema hiperrealitas khususnya pada channel Hersubeno Point. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan didapatkan informasi bahwa channel tersebut dapat dikatakan telah menciptakan hiperealitas. Channel Hersubeno Point sempat menjadi sorotan public pasca mengunggah content perihal Kesehatan Mantan Presiden sekaligus ketua Umum PDI Perjuangan Megawati Soekarnoputri.

Atas tindakannya itu, Hersubeno dilaporkan ke pihak yang berwajib atas tuduhan menyebarkan berita bohong dan bernuansa kebencian yang kemudian dipercaya sebagai sebuah kebenaran. Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti melakukan klarifikasi dan mendapatkan jawaban bahwa Hersubeno sangat memahami konsep hiperrealitas, tetapi apa yang dilakukan justru memberitakan realitas yang berangkat dari kabar burung atau dapat dikatakan sebagai sebuah hiperealitas itu sendiri.

Apa yang dilakukan oleh Hersubeno berbeda dengan reality show. Dalam menyajikan content di Youtubanya prinsip 5 W + 1 H serta mematuhi kode etik jurnalistik dan aturan-aturan yang berlaku. Meskipun demikian, Hersubeno mengakui berkaitan dengan judul content yang terkesan bombastis memang disengaja sebagai bagian gimmick yang dapat digunakan untuk meningkatkan perhatian penonton, sehingga berdampak pada rating. Hal itu dilakukan karena adanya kesadaran bahwa tidak semua subscribarnya memiliki Pendidikan yang cukup, meskipun juga banyak yang sampai level Menteri.

Berkaitan dengan dugaan hiperealitas yang disajikan di dalam channelnya, Hersubeno mengcounter bahwa itu pemahaman yang salah. Sebaliknya Hersubeno justru menyajikan berita sesuai dengan faktanya melalui verifikasi yang ketat. Hal itu dilakukan karena terdapat prinsip skeptis di dalam dunia jurnalistik yaitu adanya anggapan bahwa semua berita tidak benar sampai dilakukan verifikasi sehingga setiap berita atau rumor tersebut mendapatkan data dan fakta.

Meskipun demikian, terdapat perlakuan yang berbeda di media baru khususnya Youtube dimana editing tidak mudah dilakukan khususnya pada content yang telah terlanjur diunggah, tetapi bisa menambahkan atau memberikan klarifikasi sebagai bagian dari verifikasi berita. Berdasarkan observasi yang dilakukan, apa yang disampaikan oleh Hersubeno benar-benar dilakukan di dalam unggahannya.

Apa yang dilakukan Hersubeno di dalam contentnya merupakan teknik jurnalistik yang disebut dengan cover bothside. Cover both side dalam terminologi jurnalistik secara sederhana berarti berimbang. Cover both sides atau liputan dua sisi merujuk kepada apakah berita berimbang, berita menyajikan informasi secara fair dengan menyiarkan versi atau pandangan dari pihak-pihak yang terlibat (Poentarie, 2015).

Permasalahan yang timbul adalah bahwa upaya melakukan cover both side ini justru melahirkan apa yang disebut dengan hiperrealitas itu sendiri yang disebabkan oleh informasi yang disampaikan secara tidak lengkap. Dalam dunia Youtube sebagaimana yang dilakukan oleh Hersubeno Point, seorang audiens akan percaya terhadap apa yang disampaikan pertama kali sebelum mendapatkan informasi berikutnya sebagai tambahan atau sebagai bentuk klarifikasi (Idris, 2018).

(Gamble & Gamble, 2014) menjelaskan bahwa dalam teknik cover both side yang sering menjadi kendala adalah mengenai kecepatan waktu dimana setiap media harus menyajikan berita dengan cepat. Untuk memenuhinya, maka jurnalis akan menyiarkan informasi yang mereka dapat tanpa harus melakukan verifikasi terlebih dahulu.

Berdasarkan keseluruhan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan di dalam penelitian ini secara umum dapat dipahami bahwa motif dari content creator utamanya Hersubeno Point adalah untuk melanjutkan aktivitas atau pekerjaannya sebagai seorang jurnalistik. Berkaitan dengan hiperrealitas memang kerap terjadi, tetapi bila sebuah content dipahami secara utuh, maka akan didapatkan kesimpulan bahwa apa yang dilakukan oleh Hersubeno di dalam channelnya justru untuk mengubah kabar yang belum jelas menjadi sebuah fakta atau realitas itu sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di dalam penelitian ini, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Motif pemilik channel Youtube Hersubeno Point adalah untuk melanjutkan profesinya sebagai jurnalis. Hal itu dilakukan karena adanya perubahan pola masyarakat dalam menikmati berita yang disebutnya sebagai shifting. Dengan perubahan tersebut Hersubeno melihat bahwa Youtube memiliki pasar yang paling besar yang dapat dimanfaatkan untuk menarik minat penonton dalam memahami berita-berita yang disajikan yang bersumber dari pemikiran-pemikirannya.
2. Apa yang disajikan Hersubeno melalui Channel Hersubeno Point memiliki makna yang berbeda dengan hiperrealitas tetapi justru sebaliknya yaitu sebagai upaya untuk mengubah rumor menjadi realitas melalui proses verifikasi serta cover both sides dengan tetap mengindahkan prinsip 5 W + 1 H dan, kode etik jurnalistik dan peraturan-peraturan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, K. (2015). Youtube Sebagai Media Klarifikasi dan Pernyataan Tokoh Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 111–123.
- Creswell, W. (2013). *John. 2013. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Degenhard, J. (2021). No Title. <https://doi.org/www.statista.com/forecasts/1145867/youtube-users-in-indonesia>
- Dewi, R. S. (2017). 'Meme' Sebagai Sebuah Pesan Dan Bentuk Hiperrealitas Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi-MediaKom*, 1(1).
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Fajri, M. (2021). Humor In The Perspective Of Hadith: Analysis Of The Theory Of Hierarchy Of Needs Towards Prank In Social Media. *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 9(1), 47–64.
- Fikra, L. (2021). Penggunaan Bentuk Gaya Bahasa Retoris pada Video Youtube Bossman Mardigu. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia (SENASBASA)*, 5(1).
- Fransiska, D., Sihite, A. M., & Ningtias, Y. A. (2019). Analisis Kesantunan Berbahasa Mahasiswa Unimed pada Media Sosial Instagram@ lintas_unimed. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia II*, 2, 54–60.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. W. (1989). *Introducing mass communication*.
- Hudaniah, T. D. (2003). *Psikologi sosial*. Edisi Revisi. Muhammadiyah University Press. Malang.
- Idris, I. A. (2018). Klarifikasi Al-Quran Atas Berita Hoaks. *Elex Media Komputindo*.
- Imran, H. A. (2013). Media massa, khalayak media, the audience theory, efek isi media dan fenomena diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 47–60.
- Johnson, J., Irizarry, M., Nguyen, N., & Maloney, P. (2018). Part 1: Foundational theories of human motivation.
- Komala, E. (2018). Media Sosial Sebagai Sebuah Ruang Hiperealitas. *LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 1(2), 1.
- Kovalski, L. N. S., Cardoso, F. B., D'Avila, O. P., Corrêa, A. P. B., Martins, M. A. T., Martins, M. D., & Carrard, V. C. (2019). Is the YouTube™ an useful source of information on oral leukoplakia? *Oral Diseases*, 25(8), 1897–1905.
- Loonstra, B., Brouwers, A., & Tomic, W. (2009). Feelings of existential fulfilment and burnout among secondary school teachers. *Teaching and Teacher Education*, 25(5), 752–757.
- Lukartono, C. D., Lesmana, F., & Wahjudianata, M. (2020). Star Studies Terhadap Beauty Vlogger Cinderella. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2).
- Mandiberg, M. (2012). *The social media reader*. Nyu Press.
- Minanto, A., & Sos, S. (2019). *BERDAMAI DENGAN SANG LIYAN (Wacana Minoritas dalam Konten Youtube Creators for Change)*. Universitas Islam Indonesia.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- No Title. (2020). <https://doi.org/https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48–59.
- O'Brien, T. (2007). *The power of personal branding: Creating celebrity status with your target audience*. Mendham Pub.
- Poentarie, E. (2015). *Komparasi Kebenaran, Relevansi, Keseimbangan dan Netralitas dalam Pemberitaan (Studi Konten Analisis Terkait Pemberitaan Pemilu Presiden 2014 di Harian Kompas dan Koran Sindo) The Comparasion of Truth, Relevance, Balance And Netrality In News Reporting*. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(1), 1–13.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*.

- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Smith, H. W. (2003). *What matters most: Hal-hal yang paling utama*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Soendari, T. (2012). *Metode Penelitian Deskriptif*. Bandung, UPI. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka, 17.
- Stanley, J. B. (2012). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2015). *Fenomena Content Creator di Era Digital Content Creator Phenomenon In Digital Era*. Prosiding Hubungan Masyarakat.
- Topps, D., Helmer, J., & Ellaway, R. (2013). YouTube as a platform for publishing clinical skills training videos. *Academic Medicine*, 88(2), 192–197.
- Xemandros, W. S. (2010). *Hiperrealitas dalam iklan menurut pemikiran Jean Baudrillard*.
- Xiao, M., Wang, R., & Chan-Olmsted, S. (2018). Factors affecting YouTube influencer marketing credibility: a heuristic-systematic model. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 188–213.