

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Lahirnya internet sebagai media massa baru atau dikenal dengan *new media* turut mengubah posisi khalayak. Khalayak *new media* memiliki karakteristik yang berbeda dari media lama, baik secara teori maupun praktik (Nasrullah, 2015). Khalayak yang awalnya hanya sebagai penerima (*reciever*) informasi, kini berkembang menjadi khalayak yang interaktif terhadap pesan media. Artinya, khalayak tidak lagi hanya sebagai konsumen media, tetapi khalayak mampu memberikan timbal balik. Karenanya, khalayak media dianggap secara sadar mampu memilih dan menerima informasi yang akan diakses (Nasrullah, 2015).

New media sebagai produsen pesan menyajikan berbagai informasi yang ditawarkan kepada khalayak yang merupakan konsumen media dari latar belakang yang beragam. Khalayak sebagai konsumen media tidak serta-merta menerima informasi tersebut secara pasif, melainkan khalayak memiliki kemampuan untuk menerima dan memahami isi pesan tersebut. (Effendy, 2004) menjelaskan bahwa dalam menerima dan memahami pesan media, masing-masing individu dipengaruhi oleh faktor psikologis dan lingkungannya dalam membentuk sikap, nilai, dan kepercayaan serta mempunyai perhatian, minat, dan keinginan yang berbeda-beda.

Munculnya *new media* banyak melahirkan berbagai media sosial sebagai sarana informasi dan komunikasi. Salah satunya YouTube yang merupakan situs media *video*

sharing yang memungkinkan pengguna untuk menonton dan membagikan informasi dalam bentuk audio visual. Pengguna YouTube sebagai *content creator* terdiri dari perorangan, komunitas, dan lembaga/instansi. Pengguna memiliki kebebasan berinovasi untuk mengekspresikan dan berbagi pesan dengan tujuan tertentu kepada penonton. Sehingga tiap pengguna memiliki keunikannya masing-masing.

Popularitas YouTube di Indonesia juga turut mempengaruhi tingkat penggunaan YouTube di Indonesia. Berdasarkan data survei yang dilakukan oleh Hootsuite Wearesocial yang dilansir situs Dataportal pada 15 Februari 2022, YouTube di Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai media sosial dengan penggunaan terbanyak dengan persentase sebesar 94%, selanjutnya diikuti oleh media sosial WhatsApp 88,7%, Instagram 84,7%, dan media sosial lainnya.¹ Ini menunjukkan bahwa YouTube salah satu dari banyak media sosial yang paling diminati di Indonesia.

Maraknya penggunaan YouTube di Indonesia membuat banyak muncul *content creator* dari berbagai bidang dan profesi, tidak terkecuali *public figure*. Mereka mulai membuat konten pada YouTube untuk menarik lebih banyak audiens. Salah satu YouTube *channel* yang saat ini mendapatkan banyak perhatian, baik dari pengguna YouTube atau pun dari penonton YouTube ialah YouTube *channel* dari seorang *public figure* yang juga seorang pesulap sekaligus *presenter* televisi, Deddy Corbuzier. Deddy Corbuzier mengusung konsep *podcast* sebagai konten andalan dalam YouTube

¹ Sumber: <https://dataportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (diakses tanggal 18 Mei 2022)

channelnya. Podcast dalam YouTube *channel* Deddy Corbuzier memiliki konsep dialog dengan narasumber untuk membahas suatu hal.

YouTube *channel* Deddy Corbuzie sudah aktif sejak tahun 2009. Hingga saat ini YouTube *channel* Deddy Corbuzier sudah memiliki 19,5 juta *subscribers*. Berdasarkan situs Noxinfluencer yang merupakan platform marketing pengelolaan akun YouTube, YouTube *channel* Deddy Corbuzier bisa menggaet lebih dari 200 ribu orang *subscribers* baru dalam kurun waktu 30 hari. Hal ini menjadikan YouTube *channel* Deddy Corbuzier menempati peringkat ke-9 berdasarkan tingkat *subscriber* YouTube terbanyak di Indonesia. Selain itu, YouTube *channel* Deddy Corbuzier sudah ditonton sebanyak lebih dari 4,22 miliar *views* dengan *average views* sebanyak 3,94 juta *views*. Oleh karena itu, YouTube *channel* Deddy Corbuzier menduduki peringkat ke-2 berdasarkan tingkat *average views* YouTube terbanyak kategori hiburan di Indonesia.²

YouTube *channel* Deddy Corbuzier awalnya memiliki beberapa konten video, tetapi terhitung sejak Juli 2019 Deddy Corbuzier mulai konsisten dan fokus membuat konten *podcast*. Dari sekian banyak YouTube *channel* Indonesia yang ada saat ini konten *podcast* pada YouTube *channel* Deddy Corbuzier menjadi salah satu akun yang memiliki *demand* dan *engagement* yang tinggi. Artinya, besarnya kebutuhan dan keterlibatan audiens terhadap informasi yang disampaikan YouTube *channel* Deddy Corbuzier.

² Sumber: <https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCYk4LJI0Pr6RBDWowMm-KUw> (diakses tanggal 1 Juni 2022)

Pengamatan awal peneliti pada YouTube *channel* Deddy Corbuzier memperlihatkan besarnya *demand* dan *engagement* dari audiens terhadap konten *podcast* #closethedoor ini. Dari segi *demand*, konten *podcast* #closethedoor berkisar pada rentang 1-7 juta *views*, bahkan pada beberapa video mencapai angka 19 juta lebih *views*. Ini menandakan konten *podcast* #closethedoor mendapatkan perhatian yang besar dari audiens artinya konten *podcast* #closethedoor menjadi satu dari sekian banyak konten *podcast* yang mampu memberikan pengaruh dan kebermanfaatan bagi masyarakat luas.

Sedangkan dari segi *engagement*, konten *podcast* #closethedoor bisa mendapatkan ribuan hingga puluhan ribu komentar, bahkan ada beberapa video yang memiliki komentar mencapai 200 ribu lebih komentar untuk satu video saja.³ Ini membuktikan bahwa audiens memperlihatkan respon dan antusiasme yang besar pada setiap videonya. Komentarnya pun beragam, disamping memberi respon mengenai satu video, pada setiap kolom komentar ditemukan respon dari audiens berupa saran bintang tamu dan isu apa yang akan dibahas pada konten *podcast* #closethedoor selanjutnya.

Konten *podcast* pada YouTube *channel* Deddy Corbuzier yang bertajuk #closethedoor ini membahas berbagai isu, baik permasalahan personal satu individu ataupun suatu fenomena. Jika dibandingkan dengan YouTube *channel* di Indonesia lainnya yang serupa, seperti konten *podcast* Raditya Dika, Gritte Agatha, dan Prilly Latuconsina, *podcast* Deddy Corbuzier mampu mendatangkan bintang tamu yang tak

³ Sumber: <https://www.youtube.com/user/corbuzierprediction> (diakses tanggal 1 Juni 2022)

biasa, seperti Menkumham RI Yasonna Laoly, Menkes RI periode 2004-2009 Siti Fadilah, Mendikbud RI Nadim Makarim, dan masih banyak lainnya. Selain itu, *podcast* #closethedoor YouTube *channel* Deddy Corbuzier seakan sigap mengupas isu-isu viral yang banyak berkembang di masyarakat.

Salah satu isu yang kini menjadi perhatian masyarakat Indonesia maupun dunia adalah isu pandemi Covid-19 yang merupakan wabah virus yang menyerang seluruh dunia sejak awal tahun 2020 ini. Simpang siurnya informasi mengenai pandemi Covid-19 membuat masyarakat saat ini khawatir dan bertanya-tanya akan kebenaran informasi terkait pandemi Covid-19 ini. Tidak sedikit masyarakat yang tidak patuh dan menjalankan protokol kesehatan yang seolah abai terhadap pandemi Covid-19 ini. Dilansir dari situs Databoks, hasil survei yang dilakukan oleh Jakpat pada 30 September 2020 mengenai kepercayaan masyarakat terhadap pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa 31% masyarakat Indonesia percaya bahwa pandemi Covid-19 merupakan bagian konspirasi global, 10% tidak percaya bahwa pandemi Covid-19 merupakan virus berbahaya, dan 59% lainnya percaya bahwa pandemi Covid-19 berbahaya.⁴

Deddy Corbuzier pada *podcast* #closethedoor beberapa kali membahas isu pandemi Covid-19 dalam beberapa video dengan berbagai bintang tamu yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda. Yang membedakan dan menjadi keunikan dari *podcast* #closethedoor terkait pandemi Covid-19 dengan konten serupa

⁴ Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/06/survei-masyarakat-di-jawa-paling-banyak-percaya-corona-konspirasi> (diakses tanggal 12 April 2021)

lainnya adalah Deddy Corbuzier mencoba membahas mengenai konspirasi pandemi Covid-19 dari perspektif dan pengalaman, baik narasumber ahli hingga masyarakat umum. Bahkan tak jarang pembahasan pada *podcast* #closethedoor terkait pandemi Covid-19 ini menuai pro dan kontra dari masyarakat. Akibatnya, membuat konten *podcast* #closethedoor beberapa kali mendapat perhatian dari berbagai media berita *online*. Kemampuan Deddy Corbuzier dalam mengupas berbagai isu dengan banyak bintang tamu yang tak biasa membuktikan bahwa *podcast* #closethedoor sebagai mediator dapat dipercaya sebagai media yang efektif dalam distribusi informasi kepada khalayak.

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti telah memilih tiga tayangan *podcast* #closethedoor mengenai isu pandemi Covid-19. Selanjutnya, peneliti melakukan *preferred reading* terhadap konten *podcast* #closethedoor tersebut. Setelahnya, peneliti dapat menganalisis bagaimana pandangan informan terhadap video *podcast* #closethedoor yang telah dipilih peneliti. Dengan kata lain, peneliti ingin menganalisis bagaimana proses pemaknaan informan dengan latar belakang yang berbeda-beda terhadap *podcast* #closethedoor mengenai informasi isu pandemi Covid-19 yang telah dipilih. Kemudian, peneliti juga menganalisis seperti apa posisi audiens dalam meresepsi tayangan *podcast* #closethedoor serta menganalisis bagaimana karakteristik dari *subscribers* YouTube *channel* Deddy Corbuzier.

Sebelumnya, penelitian serupa mengenai analisis resepsi terkait pemberitaan Covid-19 yang juga menjadi salah satu penelitian relevan pada penelitian ini telah dilakukan oleh Krisna Octavianus Dwiputra (2021), mahasiswa Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur Jakarta. Penelitian dengan judul Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 di Klikdokter.com ini membahas bagaimana pemaknaan pembaca terhadap pemberitaan Covid-19 pada klikdokter.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan Covid-19 pada klikdokter.com diterima baik oleh masyarakat, terlihat dari posisi pembaca yang sebagian besar berada pada posisi negosiasi. Artinya, klikdokter.com sebagai media penyampaian informasi terkait Covid-19 diterima secara kritis oleh pembacanya.

Kemudian, berdasarkan data dari situs Noxinfluencer, YouTube *channel* Deddy Corbuzier memiliki *subscribers* terbanyak pada rentang usia 18-34 tahun dengan persentase usia 18-24 tahun sebanyak 25% dan usia 25-34 tahun sebanyak 30%. Sementara itu, *subscriber* dengan rentang usia 13-17 tahun sebanyak 15%, usia 35-44 tahun sebanyak 15%, usia 45-54 sebanyak 5%, usia 55-64 sebanyak 5%, usia 65-74 sebanyak 3%, dan 75-84 sebanyak 2%.⁵ Oleh sebab itu, informan yang diteliti dalam penelitian ini adalah *subscriber* YouTube *channel* Deddy Corbuzier dengan rentang usia 18-34 tahun. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS RESEPSI AUDIENS MENGENAI ISU KONSPIRASI COVID-19 (Studi Interpretasi *Subscriber Podcast #Closethedoor* YouTube *Channel* Deddy Corbuzier)”**.

⁵ Sumber: <https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UCYk4LJI0Pr6RBDWowMm-KUw?tab=subs> (diakses tanggal 1 Juni 2022)

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini mengarahkan kajiannya pada “Bagaimana Resepsi Audiens Mengenai Isu Konspirasi Covid-19 Pada *Podcast #Closethedoor* YouTube *Channel* Deddy Corbuzier?”.

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik audiens YouTube *channel* Deddy Corbuzier
2. Menganalisis resepsi audiens mengenai isu konspirasi Covid-19 pada *podcast #closethedoor*
3. Menganalisis posisi audiens mengenai isu konspirasi Covid-19 pada *podcast #closethedoor*

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan bidang ilmu komunikasi khususnya studi mengenai analisis resepsi khalayak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep dan penelitian mengenai resepsi khalayak media.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai berbagai pandangan khalayak dalam memaknai pesan media dalam hal ini resepsi terhadap YouTube *channel* Deddy Corbuzier. Kemudian, hasil penelitian ini

diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi pembaca yang hendak meneliti dengan tema sejenis.

