

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan referensi atau contoh sebagai gambaran oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Tinjauan pustaka diartikan sebagai rangkuman kegiatan penelitian dengan mempelajari teori maupun hasil yang sudah pernah dilakukan dan dijadikan sebagai kerangka oleh peneliti terdahulu yang dijadikan tinjauan pustaka.

Pertama, Penelitian oleh Friska (2017) yang berjudul “Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond’s Men”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi serta mitos atau ideologi dalam iklan televisi POND’S Men yang mempresentasikan maskulinitas dengan edisi #LelakiMasaKini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotik. Analisis semiotik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat makna denotasi, konotasi serta mitos atau ideologi pada iklan televisi POND’S Men #LelakiMasaKini. Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes peneliti sebelumnya menggunakan makna denotasi, konotasi dan mitos dalam penelitiannya, walaupun sama menggunakan analisis semiotika dengan model Roland Barthes tetapi penelitian ini berbeda karena dalam penelitian ini penulis meneliti sebuah youtube sebagai objeknya, sedangkan peneliti sebelumnya meneliti iklan sebagai objeknya.³

Kedua, penelitian oleh Nida Fauziah (2020) yang berjudul, Makna Mitos Aspek Spriritual Lukisan Bali Adu Ayam dan Baronsai Karya I Nyoman Sukari (SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). Bali menjadi

¹Friska, dkk, (2017), Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond’s Men, *Jurnal komunikasi*, Vol 9, No 1, h 16.

daerah yang kaya akan keindahan tradisi, budaya dan seni. Tradisi dan budaya Bali memiliki hubungan yang sangat kuat dengan lingkungan spiritual. Tidak hanya tradisi dan budaya, namun dalam hal seni pun juga melekat pada kehidupan masyarakat Bali, seperti lukisan yang menggambarkan kehidupan Bali, hal ini merupakan kebiasaan dari nenek moyang atau leluhur masyarakat Bali. Seniman-seniman lukis pun banyak terlahir dari daerah Bali, salah satunya I Nyoman Sukari dalam karya lukisnya selalu mengangkat tema akar tradisi Bali dari penggambaran objek figur-figur seram dan ritual tradisi Bali yang memiliki sisi mitos, seperti pada lukisan adu ayam dan lukisan barongsai. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui makna mitos aspek spiritual lukisan Bali adu ayam dan barongsai ditinjau dari analisis semiotika Roland Barthes. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif analisis teori semiotika Roland Barthes. Pengumpulan data melalui data primer yaitu observasi dengan mencari data mengenai lukisan adu ayam dan barongsai melalui internet sebagai gambaran dengan didukung wawancara informan oleh pengamat lukisan, dua orang asal Bali yaitu Manika (Key Informan) dan Bram. Data sekunder yaitu dokumentasi dan triangulasi pada analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lukisan adu ayam dan barongsai memiliki makna mitos aspek spiritual pada objek dua ayam jantan dan sosok barongsai yang memiliki hubungan dengan makhluk gaib dan konsep rwa bhinneda. Kesimpulan makna mitos pada lukisan adu ayam dan barongsai adalah makhluk gaib atau jahat bhuta kala dan nien. Persamaan pada penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang sekarang ini sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif analisis semiotika. Adapun perbedaan dalam penelitian dengan penelitian sebelumnya perbedaannya adalah ada pada objeknya.⁴

Ketiga, Penelitian oleh Andriyan (2020) yang berjudul Analisis Semiotika Sampul Depan Majalah Tempo Edisi 9-15 Maret 2020.

²Fauziah, Nida, (2020), Makna Mitos Pada Aspek Spiritual Lukisan Adu Ayam dan Barongsai Karya I Nyoman Sukari (Semiotika Roland Barthes), *Jurnal Governansi*, Vol 2, No 2, h 3.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pesan makna sampul depan majalah Tempo dengan menggunakan analisis semiotika model Peirce. Metode penelitian memakai pendekatan kualitatif-deskriptif. Hasilnya adalah makna pesan yang ditampilkan majalah Tempo menunjukkan bahwa pemerintah tidak siap dalam menangani pandemi covid-19. Ada kebijakan yang masih tumpang tindih antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah sehingga gelombang covid-19 belum terselesaikan dengan baik di Indonesia. Persamaan pada penelitian sama-sama menggunakan analisis semiotika dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif tetapi yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian yang terdahulu adalah penelitian terdahulu menggunakan teori Peirce penelitian sekarang menggunakan teori John Fiske.⁵

Keempat, penelitian oleh Amalia Farahdiba (2021) yang berjudul Analisis Semiotika Cover Story Koran Tempo Edisi 15 Oktober 2020 “JALAN TERUS”. Penelitian ini membahas tentang pengesahan UU Cipta Kerja yang disahkan pada 5 Oktober 2020 lalu. Pemerintah mendapat sorotan publik atas kebijakan yang diambil dalam melakukan pengesahan terhadap isi UU Cipta Kerja melalui Koran Tempo. Presiden Joko Widodo dinilai tidak peduli dengan suara penolakan undang-undang tersebut, beliau tetap mengesahkan UU Cipta Kerja meskipun mendapat tekanan dan penolakan dari masyarakat. Koran Tempo sendiri merupakan media cetak nasional yang aktif menulis tentang perkembangan isu pengesahan UU Cipta Kerja dan menuangkannya ke dalam salah satu konten medianya yaitu cover story. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan makna dan pesan yang muncul dalam penggambaran cover story Koran Tempo edisi 15 Oktober 2020 dengan menggunakan analisis semiotika model Peirce. Metode penelitian memakai pendekatan kualitatif-deskriptif. Adapun perbedaan dalam penelitian yang terdahulu dengan penelitian

⁵Andriyan, (2020), Analisis Semiotika Sampul Depan Majalah Tempo Edisi 9-15 Maret 2020, *Komunikologi; Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol 17, No 2, h 59.

sekarang adalah penelitian terdahulu menggunakan teori dari Peirce penelitian sekarang menggunakan teori John Fiske.⁶

Kelima, penelitian oleh Yudi Sudiana (2021) yang berjudul Makna Tahun Represi Digital Dalam Cover Koran Tempo Edisi 21 Oktober 2020. Penelitian ini Kebebasan ekspresi seringkali tidak berjalan harmonis dengan penguasa. Inilah yang ingin digambarkan dalam cover Koran Tempo edisi 21 Oktober 2020 yang berjudul “Tahun Represi Digital”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis makna tahun represi digital dalam cover Koran Tempo melalui analisis semiotika model Peirce. Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang sama-sama meneliti media, sedangkan perbedaan pada penelitin sebelumnya dengan penelitian sekarang, penelitian sekarang menggunakan teori dari John Fiske sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan teori dari Peirce.⁷

B. Kerangka Teori

Setiap penelitian memerlukan kerangka teori untuk mencapai tujuan dari penelitian. Tujuan penelitian tersebut tentunya adalah untuk memecahkan permasalahan yang menjadi objek penelitiannya sehingga karena itulah diperlukannya kerangka teori. Kerangka teori ini akan menjelaskan pokok-pokok yang menjadi fokus dalam pemecahan masalahnya. Berikut kerangka teori yang digunakan.

1. Semiotika

Semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda (sign). Dalam pandangan Zoest, segala sesuatu yang dapat diamati atau teramati dapat disebut tanda. Semiotika merupakan sebuah disiplin ilmu dan metode analisis yang dapat

⁴ Farahdiba, Amalia, (2021), Analisis Semiotika Cover Story Koran Tempo Edisi 15 Oktober 2020 “JALAN TERUS”, *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol 12, No, 2, h 164.

⁵ Sudiana, Yudi (2021), Tahun Represi Digital Dalam Cover Koran Tempo Edisi 21 Oktober 2020, *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 2, No, 2 h 63.

mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek untuk diketahui makna yang terkandung dalam objek tersebut.⁸

Dalam definisi Saussure, semiologi merupakan “sebuah yang mengkaji kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat” dan dengan demikian menjadi bagian dari disiplin psikologi sosial. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bagaimana terbentuknya tanda-tanda beserta kaidah-kaidah yang mengaturnya. Sementara istilah semiotika, yang dimunculkan pada akhir abad 19 oleh filsuf aliran pragmatik Amerika Charles Sander Peirce, merujuk kepada “doktrin tentang tanda tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri pun sejauh terkait dengan pikiran manusia seluruhnya terdiri atas tanda-tanda, karena jika tidak begitu, manusia tidak akan bisa menjalin hubungannya dengan realitas.”⁹

Teori Saussure adalah prinsip yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah sistem tanda, dan setiap tanda itu tersusun atas dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Menurut Saussure, bahasa merupakan suatu sistem tanda, dan sistem setiap tanda kebahasaan, menurutnya pada dasarnya menyatakan sebuah konsep dan suatu citra suara (sound image), bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda (*signified*), sedangkan konsepnya adalah petanda (*signified*).¹⁰ Dua unsur tersebut tidak dapat dipisahkan sama sekali. Jika hal itu terjadi akan maka akan menghancurkan kata itu sendiri.

Sementara itu Barthes melihat signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, tetapi terdapat pula hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya Barthes menanggapi kehidupan sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial sendiri

⁶ <http://fisip.umsu.ac.id/2021/06/09> diakses pada 29-03-2023.

⁷ Sobur, Alex, (2003), *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), h 12.

⁸ Mudjiono, Yoyon, (2011), *Kajian Semiotia Dalam Film*, (Jurnal Ilmu Komunikasi), Vol 1, No 1.

merupakan suatu sistem tanda tersendiri pula. Kehidupan sosial sering kali digambarkan dalam bentuk tayangan yang kita lihat seperti sebuah channel YouTube dan film.¹¹ Dengan demikian simbol yang dilihat dapat di transfer oleh penonton ke dalam kehidupannya.

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks dan adegan di film menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Sedangkan kata semiotika itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semion* yang berarti tanda atau *seme*, yang berarti penafsir tanda. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan etika.¹²

Semiotika merupakan suatu model dari ilmu pengetahuan sosial yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Menurut John Fiske, semiotika melihat komunikasi sebagai penciptaan atau pemunculan makna didalam pesan, baik oleh pengirim maupun penerima. Makna tidak bersifat absolut, bukan suatu konsep statis yang bisa ditemukan terbungkus rapi di dalam pesan.¹³

Semiotika didefinisikan oleh Ferdinand de Saussure di dalam *course in general linguistic*, sebagai “ilmu yang mengkaji tentang tanda” sebagai dari kehidupan sosial. Sedangkan semiotika menurut Roland Barthes adalah ilmu yang mengenai bentuk (form). Studi ini mengkaji signifikasi yang terpisah dari sisinya (content). Semiotika tidak hanya meneliti mengenai signifier dan signified, tetapi juga hubungan yang mengikat mereka, tanda yang berhubungan secara keseluruhan.¹⁴

Menurut Little John, semiotika menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotika terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan

⁹ Kurniawan, (2001), *Semiologi Roland Barthes*, (Magelang: Yayasan Indonesiatera), h 53.

¹⁰ *Ibid*, h 49.

¹¹ Fiske, John, (2012), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h 76-77.

¹² Sobur, Alex, (2011), *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*, (Remaja Rosdakarya), h 123.

benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi diluar tanda-tanda itu sendiri. Semiotika bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengkontruksi pesan. Konsep pemaknaan ini tidak terlepas dari perspektif atau nilai-nilai ideologis tertentu serta konsep kultural yang menjadi ranah pemikiran masyarakat di mana simbol tersebut diciptakan.¹⁵

Menurut John Fiske, pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (myth). Mitos merupakan bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif misalnya mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya mengenai femininitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan.¹⁶

Sebagaimana telah diketahui bahwa ilmu yang mengulas tentang tanda-tanda adalah semiotika. Lalu, bagaimana bidang terapan semiotika pada komunikasi, film, musik, komunikasi periklanan, pemberitaan media massa, komik, kartun, sampai kepada tanda-tanda non verbal. Pada film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu sendiri termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan. Hal paling penting dalam film adalah gambar dan suara kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film. Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Tanda-tanda ikonis yang digunakan dalam mengisyaratkan pesan kepada penonton, dan setiap isyarat yang diterima akan berbeda, namun apabila

¹³ Pratama, Mahir, (2016), *Propaganda Dalam Film: Analisis Semiotika Tentang Perlawanan Dalam Film The Hunger Games: Mockingjay Part I* Karya Francis Lawrance, (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah), h 1.

¹⁴ Fiske, John, *Op. cit.*, h 128.

cerita yang diperankan memang sudah membentuk satu pokok makna, dalam hal ini makna cerita yang ditampilkan.

2. John Fiske

John Fiske lahir pada tahun 1939 dan menamatkan studinya di Inggris setelah lulus dari Universitas Cambridge, ia mengajar di beberapa negara seperti Australia, New Zealand, dan Amerika Serikat. Semiotika adalah metode yang dipakai untuk menganalisis tand-tanda (*sign*). Pendekatan semiotik memberikan perangkat analisis kepada peneliti yang terlihat tidak asing dengan objek yang diamati. John Fiske menjelaskan bahwa kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui alat indra sesuai referensi yang telah dimiliki oleh penonton televisi sehingga sebuah kode diapresiasi secara berbeda oleh orang yang berbeda.¹⁷

Dalam kode-kode televisi yang diungkapkan dalam teori John Fiske, bahwa peristiwa yang ditayangkan dalam dunia televisi telah diencode oleh kode-kode sosial terbagi menjadi tiga level.

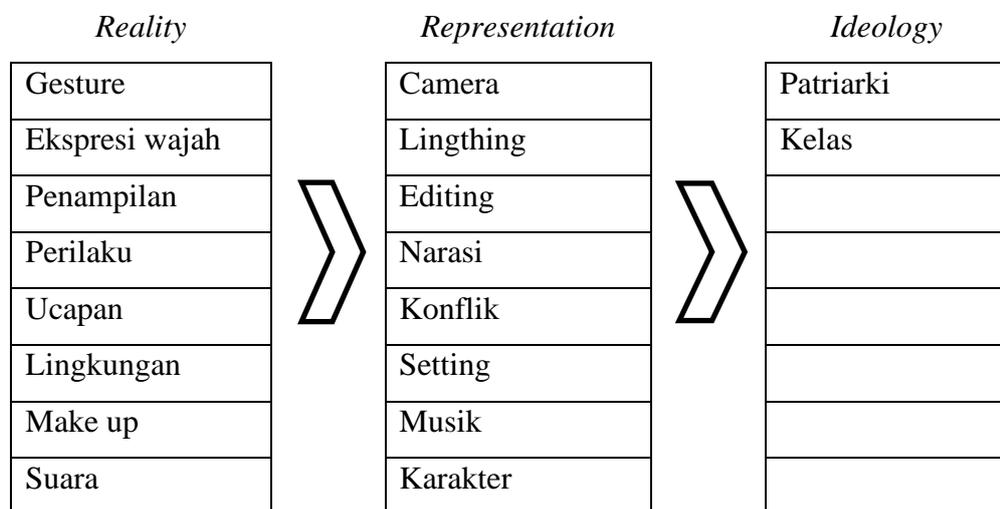
- a. Realitas (*reality*) yakni peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas-tampilan pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya.
- b. Representasi (*representation*) realitas yang terencode dalam *encode electronically* harus ditampilkan pada *technical codes*, seperti kamera, *lighting*, *editing*, musik, suara. Dalam bahasa tulis ada kata kalimat, proposi, foto, grafik dan sebagainya. Sedangkan dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing musik dan sebagainya. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode

¹⁵ Fauziah, (2018), Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah Ramadhan *Line* Versi Adzan Ayah, (*Jurnal ProTVF*), Vol 2, No 2, h 163

representational yang dapat mengaktualisasikan karakter narasi, *action*, dialog, *setting*, dan sebagainya.

- c. Ideologi (*ideology*) semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya. Ketika kita melakukan representasi atas suatu realita, menurut Fiske tidak dapat dihindari adanya kemungkinan memasukan ideologis dalam kontruksi realitas.¹⁸

Tabel 1.1 Analisis John Fiske



1. Humor

Humor adalah rasa atau gejala yang merangsang kita untuk tertawa atau cenderung tertawa secara mental, ia bisa berupa rasa, atau kesadaran, di dalam diri kita (*sense of humor*) bisa berupa suatu gejala atau hasil cipta dari dalam maupun dari luar diri kita. Bila dihadapkan pada humor, kita bisa langsung tertawa lepas atau cenderung tertawa saja misalnya tersenyum atau merasa tergelitik di dalam batin saja. Rangsangan yang ditimbulkan haruslah rangsangan mental untuk tertawa, bukan rangsangan fisik seperti dikili-kili yang mendatangkan rasa geli namun bukan akibat humor.

¹⁶ Vera, Nawiroh, (2014), *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*, (Ghalia Indonesia), h 35-

Humor adalah sesuatu yang sangat berkaitan dengan respon tertawa yang dimaksud disini adalah bahwa humor adalah sesuatu yang merangsang seseorang untuk tertawa namun bukan berupa rangsangan fisik yang nyata melainkan merangsang perasaan seseorang.¹⁹

a. Fungsi Humor

Humor memiliki banyak bentuk dan variasi. Hal ini tergantung pada kreativitas pencipta humor dalam menciptakan humor bagi penikmatnya. Interaksi antara pencipta dan penikmat humor ternyata dapat diwujudkan dalam berbagai fungsi yang berbeda-beda. Hal tersebut tergantung pada konteks, penutur, lawan tutur, dan topik pembicaraan antara pencipta humor dan penikmat humor. Fungsi humor dalam kehidupan sangat bervariasi tergantung pada tempat, suasana, dan waktu terjadinya komunikasi antara pencipta humor dengan penikmat humor.²⁰

Berdasarkan fungsi humor diatas, maka dapat terbentuk kategori yang berkaitan dengan perbedaan individu dalam penggunaan humor atau disebut juga dengan *humor styles*, yaitu.

1) Humor afiliasi

Humor afiliasi adalah humor yang cenderung menceritakan hal-hal lucu yang bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan orang lain. Humor ini biasanya digunakan dalam kebijakan, humor ini sering menggunakan humor sebagai cara untuk pesona dan menghibur. Sikap humor afiliasi merupakan bentuk humor yang ditampilkan karena adanya batasan etika dan norma yang tidak dilanggar untuk mencegah terjadinya ketersinggungan.²¹

¹⁷ Anastasya, Sicilia, (2013), *Teknik-Teknik Humor Dalam Program Komedi Di Televisi Swasta Nasional Indonesia*, (Jurnal E-Komunikasi), Vol 1, No 1.

¹⁸ Marwan,dkk, (2008), *Rasa Humor Dalam Perspektif Agama*, (Jurnal: Sekolah Tinggi Agama Islam Kediri), h 275.

¹⁹ Setiawan, Yudi, (2016), *Perbedaan Gaya Humor (Humor Styles) Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Baru*, (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang), h 14.

2) Humor agresif

Humor agresif adalah gaya humor yang cenderung mengejek, mencemooh orang lain mungkin tertawa tapi hal tersebut untuk menutupi perasaan menyenangkan. Individu yang tingkat tinggi humor agresifnya cenderung memiliki potensi permusuhan yang tinggi juga, laki-laki cenderung menggunakan humor agresif lebih sering dari wanita.²²

3) Humor *self defeating*

Humor *self defeating* merupakan suatu yang digunakan untuk meremehkan diri sendiri. *Self defeating* bertujuan untuk menyenangkan orang lain dengan menjadi pusat lelucon. Gaya humor ini kadang-kadang dilihat sebagai bentuk penolakan dimana humor digunakan sebagai mekanisme pertahanan untuk menyembunyikan perasaan negatif tentang diri sendiri.²³

2. Youtube

Youtube merupakan media audio visual. Media audio visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif atau mendengar dan visual atau melihat. Media audio visual adalah alat bantu audio visual yang berupa alat yang dipergunakan dalam alat pembelajaran untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam mentransfer pengetahuan, sikap, dan ide. Media audio visual merupakan media perantara atau penggunaan materi dan penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat

²⁰ Muhibbidin, dkk, (2018), Hubungan *Humor Styles* Dengan Moral *Self* Mahasiswa, (UIN Maulana Malik Ibrahim), h 18-19.

²¹ Martin, dkk, (2003), individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: development of the humor styles questionnaire, (journal of research in personality), vol 37, h 54.

membuat peserta didik mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.²⁴

Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagi 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 para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi. Youtube mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video youtube di putar. Iklan tersebut dinamakan dengan google adsense, program yang menawarkan pembayaran berdasarkan tingkat frekuensi sebuah video diputar.²⁵

Media youtube merupakan layanan video berbagai yang disediakan oleh google bagi para penggunanya untuk membuat, menonton dan berbagi video secara gratis. Youtube merupakan wujud dari pergeseran teknologi internet (world wide web) dari “read only web” ke “read write web” yakni dari keadaan ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan bagi penggunaannya ke keadaan ketika internet menyediakan sarana bagi penggunanya untuk membuat dan membagikan sumber bacaan bagi pengguna yang lain. Pergeseran tersebut membuat youtube menjadi salah satu media sosial yang praktis dan mudah diakses, sehingga saat ini youtube merupakan situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang tiap harinya. Kecendrungan orang menonton youtube naik 60% tiap tahunnya 40% tiap harinya. Selain itu jumlah penonton youtube naik tiap tahunnya tiga kali lipat. Adapun jumlah video yang ditonton tiap harinya 100.000 video dan 65.000 video yang diunggah tiap jamnya. Sekitar 20

²² Bagja, Wahyu, (2018), *Penggunaan Metode Demonstrasi dan Media Audio Visual Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Mata Pelajaran IPS*, (Jurnal Pandas Mahkam), Vol 3, No 2.

²³ Hanna A, dkk, (2019), *Pengaruh Iklan Youtube Iklan Terhadap Minat Beli Vivo Smartphone*, (Cakrawala Management Business Journal), Vol 2, No 1.

juta penonton mengunjungi youtube tiap bulannya dengan kisaran usia 12-17 tahun.²⁶

Youtube di akses oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua sekalipun, mulai dari memutar musik melihat video tutorial, review dan lain sebagainya. Adapun jejaring sosial yang sangat populer sampai sekarang ini yang telah menjadi website konten audio visual berhasil menjadi media penyebar informasi di internet. Para pengguna internet pasti sudah pernah menggunakan youtube baik untuk media hiburan maupun untuk mencari berbagai informasi dan video tutorial. Kesuksesan youtube di dunia internet juga memicu banyak perusahaan untuk membuat channel khusus youtube.²⁷ Media youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video gratis. Umumnya video-video di youtube adalah klip musik (video klip), film, tv, serta video buatan para penggunanya sendiri. Tidak banyak orang menyadari bahwa sebenarnya youtube memiliki kemampuan mesin pencari yang sangat hebat, karena itu anda dapat menemukan video dengan berbagai cara dengan mudah. Jutaan video yang diupload ke youtube setiap harinya, jutaan penonton pun datang silih berganti mengunjungi halaman youtube, banyak sekali jenis video yang bisa kita dapatkan di youtube, website ini sangat cocok untuk yang sedang mencari informasi berita dan hiburan dalam bentuk video.

²⁴ Lestari, Renda, (2017), *Pengguna Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, (Jurnal Pendidikan) ISBD 978-602-361-102-7.

²⁵ Usman, Hamid, (2014), *Dinamo Digital Nation Movement*. (Yogyakarta: Bentang Pustaka), h 215.