

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut KBBI komunitas merupakan kelompok organisme yang hidup dan saling berinteraksi didalam daerah tertentu. Dalam suatu komunitas, masing-masing anggota memiliki ikatan hubungan emosional yang disebut *sense of community*. Menurut McMillan dan Chavis (1986:6) seseorang yang memperoleh *sense of community* ketika mereka merasakan empat elemen dalam sebuah komunitas, yaitu *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan), dan *shared emotional connection* hubungan emosional bersama.

Dalam dunia Youtube para konten kreator di setiap daerah menjalin hubungan baik dengan konten kreator yang lain, begitu pula para konten kreator di Kota Batam. Mereka yang memiliki satu tujuan bersama-sama membangun sebuah komunitas baru dengan nama Youtuber Batam untuk memperkuat hubungan baik antar konten kreator yang ada di Kota Batam. Komunitas ini berdiri sejak 25 Desember 2016. Youtuber Batam nama yang dibentuk untuk mewakili nama komunitas mereka yang berjumlah 55 orang yg sudah terverifikasi. Youtuber Batam memberikan kebebasan dalam berpendapat dan menunjukkan kepada dunia, karena setiap individu memiliki hak yang sama dalam menyampaikan pendapatnya, Dilihat dari *Channel* Youtuber Batam postingan video mereka pertama kali tentang Youtube Rewind Indonesia 2017 Batam yang di upload pada 16 Desember 2017.

Sebagai komunitas daerah, menyatukan para konten kreator di Kota Batam kurang di fasilitasi. Pengurus Youtuber Batam harus mandiri dalam mengkoordinasi dan mengembangkan kreativitas para konten kreator yg ada di Youtuber Batam. Selain itu antara youtuber lama dan youtuber baru masih terdapat senioritas, yang mana para youtuber senior kurang merangkul para youtuber baru dan youtuber yang kurang memiliki kualitas dalam membuat konten. Hal ini dapat menyebabkan kurangnya minat anggota baru dalam mengajak berkolaborasi dengan youtuber senior. Selain itu sebagai komunitas youtuber daerah, Youtuber Batam mengalami kesulitan dalam mendapatkan perhatian dari penonton youtube yang ada di luar Kota Batam. Contohnya saja dilihat dari jumlah penonton video yang ada di *Channel* Youtuber Batam, video yang mencapai lebih dari 100.000 penonton hanya ada satu yang berjudul “Youtube Rewind Indonesia 2019: END (Batam)”.

Masalah kesulitan dalam mendapatkan perhatian dari penonton diluar daerah juga terjadi pada komunitas daerah yang lain. Komunitas Youtuber daerah tidak hanya ada di Batam, namun juga ada didaerah lainnya seperti Youtube Creator Bandung, Medan Is me, dan masih ada komunitas yang lainnya. Youtube Creator Bandung adalah komunitas antar youtuber yang berdomisili di Bandung, dibentuk pada Juni 2015 dan sudah beranggotakan 501 orang. Sedangkan komunitas Medan-is-me adalah komunitas antar youtuber yang berdomisili di Medan, dibentuk pada Desember 2016 dan sudah beranggotakan 48 orang. Komunitas-komunitas daerah ini memiliki *subscriber* kurang dari 10.000 orang. Hal ini menandakan sulitnya youtuber daerah mendapatkan atensi dari penonton diluar daerah.

Untuk mendapatkan atensi tersebut, dibutuhkan strategi-strategi yang matang. Strategi dalam berbagai bidang digunakan untuk menggapai sebuah tujuan yang telah ditentukan. Mencapai sebuah tujuan tidak akan mudah tanpa sebuah strategi, karena pada dasarnya segala perbuatan atau tindakan tidak akan lepas dari yang namanya strategi. Strategi komunikasi yang tepat mampu membantu mendapatkan eksistensi di dunia teknologi digital yang sangat luas.

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat semakin mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi melalui internet. Adapun internet menghadirkan beragam media sosial, seperti Twitter, Youtube, Facebook, Instagram dan lain-lainnya. Media-media ini banyak digunakan masyarakat untuk berinteraksi, bersosialisasi, serta komunikasi atau bertukar informasi. Tampilan Informasi disajikan dalam bentuk audio visual memberi nilai tambah daya tarik dalam menggunakan sosial media. Penggunaan media sosial yang mudah dan fleksibel membuat masyarakat antusias dalam mencari informasi di internet.

Penggunaan internet di Indonesia bisa dibbilang cukup banyak peminatnya yaitu dilihat dari survey yang di lakukan isparmo.web.id pada tahun 2016 (<http://isparmo.web.id>), menyatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia diperkirakan sebanyak 132,7 juta dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 256,2 juta. Dari data survey ini dapat dikatakan jika lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia menggunakan media sosial, seperti youtube, instagram, facebook, twiter dan lain sebagainya. Dengan demikian media sosial dapat dikatakan bisa menjadi peluang besar bagi komunikasipemasaran Isparmo (2016, Isparmo.web.id diakses pada 21 september 2020).

Kemunculan media sosial baru akan sangat memudahkan bagi setiap orang mendapatkan informasi yang di butuhkan tanpa ada batasannya. Selain dapat menemukan informasi media sosial baru juga dapat menyebar informasi baik itu berupa video, gambar ataupun infografis. Terdapat 14 Web platform video serupa seperti youtube yang berkembang didunia digital pada saat ini, diantaranya ada metacafeyahoo!, Veoh.com, Blip.tv, Kivvi.kz, Tudou.com, Youku.com, Sidereel.com, Myvideo.de, Screen, Daily motion, Vuclip, Vimeo, Hulu, Metatube, Namun diantara 14 platform diatas, youtube tetap jadi pilihan utama yang paling populer ketika akan melakukan kunjungan halaman video sharing. Popularitas Youtube dapat diterima oleh seluruh kalangan, dari mulai anak-anak, remaja, dewasa, hingga orangtua. Youtube merupakan salah satu situs web dalam bentuk video sharing (berbagi Video) yang sangat populer, karena para pengguna bisa menonton, memuat, dan berbagi klip video dengan cara gratis. Youtube berdiri tepat pada bulan Februari 2005 oleh tiga tiga mantan karyawan Paypal, yaitu Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim. Pada dasarnya video di youtube secara umum berisikan video klip, film, TV, serta video karya para penggunanya sendiri, Tempat penyebaran informasi dapat di berbagai macam media salah satunya adalah youtube. Tjanatjantia (2013, dalam Faiqah, 2016:259)

Youtube adalah salah satu bagian dari media sosial terpopuler pada saat ini. Pertama kali Youtuber hadir di dunia digital tanggal 14 Februari 2005. Setahun sejak kelahiran youtube, tepat pada tahun 2006 youtube menjelma menjadi sebuah platform video sharing yang tumbuh cepat dengan diunggahnya sebanyak 65.000 video baru serta pada bulan juli 2006 mencapai 100.000 video. Rekor inilah yang

mampu menjadikan youtube ternasuk lima situs terpopuler, yakni alexa.com yang mengalahkan jauh situs my.space.com. Tepat pada bulan juni 2006 platform video youtube dapat bekerjasama di bidang pemasaran dan periklanan NBC. Pada bulan oktober 2006 saat pertama kali youtube memasuki pasar internasional, saham youtube langsung dibeli google senilai USD 1,65 Juta. Karna penanaman modal inilah menjadi awalan youtube mulai mengembangkan diri dan mennggapai masa-masa kemapanan di tingkat internasional. Youtube pada masa awal kemapanannya, mendapatkan penghargaan dari majalah PC world serta dijuluki sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006.

Youtube terkenal dengan slogannya yaitu broadcast yourself, situs video sharing penyedia media informasi audio-visual. Pemanfaatan youtube selain adanya file sharing berbasis web, audio atau video, berkembangnya internet yang begitu cepatmemberi pengaruh pada media massa konvensional, seperti Radio, Televisi, majalah, dan surat kabar yg cenderung semakin ter-fregmentasi Morissan (2010 dalam Alvysta,2018:3).

November 2011, perusahaan Google mengintegrasikan diri dengan youtube dan penjelajah web Chrome, sehingga di google dapat menonton video-video yang ada di kanal youtube. Fasilitas antarmuka baru yang dimiliki youtube diluncurkan pada Bulan Desember 2011. Tampilan dikolom tengah halaman utama youtube, menyajikan kanal video, hal ini mirip umpam berita situs media sosial populer yang lainnya. Bersamaan waktunya, logo youtube versi baru disandingkan dengan bayangan merah yang lebih gelap dan menjadi desain Youtube pertama youtube sejak 2006. Sejak tahun 2006 silam desain baru youtube sangat berkesan dikalangan

orang banyak sehingga membuat orang mencari tau apa itu Youtube, hingga ikon tersebut menjadi populer di Negara Indonesia. Bukan sekedar menjadikan youtube dianggap sebagai media komunikasi pemasaran yang baik di Indonesia, namun juga menjadikan youtuber-youtuber sebagai komunikator pemasaran yang berpotensi. Youtuber adalah sekelompok atau perorangan dengan sengaja menciptakan video sesuai dengan bidang masing-masing kemudian videonya di unggah pada platform video youtube. Youtube memfasilitasi menjadi sarana secara online dalam membagikan video. Video-video yang diunggah pada youtube diklasifikasikan menjadi beberapa golongan yang diantaranya review, challenge, vlog, dan tutorial dari berbagai segmen dan react. Youtube saat ini dapat dikatakan sebagai media internet dengan peminat yang tersebar diberbagai belahan dunia, salah satunya di Indonesia.

Peran penting Youtuber dalam meningkatkan eksistensinya perlu menciptakan komunikasi lisan yang mudah dipahami. Dengan begitu penyampaian pesan dari suatu pihak ke pihak lain dapat dilakukan dengan cara verbal atau nonverbal seperti gestur tubuh yakni, tertawa, tersenyum, menggelengkan kepala, dan sebagainya. Sebuah pesan komunikasi nonverbal dapat dibentuk dari pola pikir individu melalui kebiasaan sehingga semakin mirip dengan latar belakang budaya. Komunikator dengan komunikasi akan menjadi komunikasi yang semakin efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, saya tertarik meneliti tentang eksistensi komunitas ini, karena perkembangan dunia Youtuber yang pesat tidak sejalan dengan perkembangan komunitas Youtuber daerah. Youtuber-youtuber daerah juga

membutuhkan wadah dan pengetahuan yang sama untuk mengembangkan diri seperti di ibukota agar keberadaan eksistensi komunitas youtuber daerah tetap ada, sehingga saya tertarik mengambil Judul : Strategi Komunikasi dalam Peningkatan Eksistensi Komunitas Youtuber Batam.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, fokus penelitian ini adalah berfokus pada bagaimana strategi komunikasi komunitas youtuber dalam meningkatkan eksistensi mereka di youtube, dan mendapatkan perhatian yang banyak dari penonton luar daerah agar lebih dikenal oleh youtuber dan masyarakat di Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas, rumusan masalah ini difokuskan dengan beberapa poin, sebagai berikut:

1. Bagaimana eksistensi komunitas Youtuber Batam dalam melakukan proses komunikasi dilihat berdasarkan pola komunikasi, aktivitas komunikasi, dan keberadaan komunitas Youtuber di Kota Batam?
2. Bagaimana strategi komunikasi komunitas youtuber batam dalam membangun eksistensi ?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui eksistensi Komunitas Youtuber Batam dalam melakukan proses komunikasi dilihat berdasarkan pola komunikasi, aktivitas komunikasi dan keberadaan komunitas youtuber di Kota Batam.

2. Untuk mengetahui strategi komunikasi Komunitas Youtuber Batam dalam membangun eksistensi .

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada urutan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang Strategi Komunikasi dalam peningkatan eksistensi komunitas youtuber batam, secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan khususnya ilmu komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan penulisan dalam mempraktekkan teori-teori yang penulis dapatkan dengan keadaan sebenarnya dilapangan dan didalam lingkungan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, pengetahuan informasi dan bahan masukan bagi pihak yang akan melakukan penelitian dengan Strategi Komunikasi dalam peningkatan eksistensi komunitas sebagai bahan acuan dan menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman tentang Komunitas Youtuber Batam.