

Hubungan Antara Tayangan Vlog ‘Jurnalrisa’ di Media Sosial *Youtube* dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Netizen

Moch Saeful Ilyas, Riza Hernawati
 Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi
 Universitas Islam Bandung,
 Bandung, Indonesia
 email: ilyastb5@gmail.com

Abstract—Internet is one of the media currently often used by the public or netizens as a source of fulfilling information needs. All information recorded on the internet ranging from tutorials to movies one of them is with social media youtube, social media that is widely accessed by the public because a lot of varied information that can be obtained by the public through audio visual presented by youtube to meet the needs information society or netizens. Content contained on YouTube, among others: music, movies, comedy to horror content. One of the most popular at the moment is horror or mystery content, for example like jurnalrisa vlog that present interesting mystery content. Therefore this study was conducted to determine whether there is a relationship between jurnalrisa vlog and the fulfillment of netizens' information needs. The purpose of this study is to find out whether there is a relationship between journalism vlog shows consisting of two indicators namely media content and media exposure and fulfillment of information needs netizens. The method used in this research is a quantitative method with a Spearman rank correlational approach that can test whether there is a relationship between these two variables, namely jurnalrisa vlog and meeting the needs of netizens information, using the Uses and Gratifications theory which assumes that users have alternative choices to meet their needs. We can understand people's interactions with the media through the use of media by that person (uses) and the satisfaction obtained (gratification). The overall result of the Spearman Rank correlation coefficient (rs) is 0.899. Thus it can be concluded that there is a significant relationship between YouTube vlog shows ‘Journalism’ with the fulfillment of netizen information needs with a strong level of close relationship

Keywords—Youtube , Information Needs, Vlog Jurnalrisa

Abstrak—Internet merupakan salah satu media yang saat ini sering di gunakan oleh masyarakat atau netizen sebagai sumber pemenuhan kebutuhan informasi. Segala informasi yang terekam di internet mulai dari tutorial hingga film salah satunya yaitu dengan media sosial youtube, media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat karena banyak sekali informasi-informasi yang bervariasi yang bisa di dapatkan oleh masyarakat melalui audio visual yang disajikan oleh youtube untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat atau netizen. Konten konten yang terdapat di dalam youtube antara lain: musik, film, komedi sampai dengan konten horor. Salah satu yang diminati saat ini yaitu konten horor atau misteri, contohnya seperti tayangan vlog jurnalrisa yang menyuguhkan konten misteri yang menarik. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tayangan

vlog jurnalrisa dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tayangan vlog jurnalrisa yang terdiri dari dua indikator yaitu isi media dan terpaan media dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional rank spearman yang bisa menguji apakah ada hubungan antara dua variabel tersebut yaitu tayangan vlog jurnalrisa dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen, dengan menggunakan teori Uses and Gratifications yang mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (uses) dan kepuasan yang diperoleh (gratification). Hasil keseluruhan koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,899. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan vlog youtube ‘Jurnalrisa’ dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen dengan tingkat keeratan hubungan yang kuat

Kata Kunci—Youtube, Kebutuhan Informasi, Vlog Jurnalrisa

I. PENDAHULUAN

Dimasa sekarang di era 4.0 hampir tidak mungkin orang beraktifitas tanpa adanya akses internet. Segala informasi sekarang banyak yang terekam di internet, dari tutorial hingga film sekarang dapat diakses dengan mudah karena adanya akses internet. Jutaan orang saat ini dapat berinteraksi satu sama lain melalui apa yang disebut dunia maya atau media sosial, yaitu sebuah dunia yang terhubung melalui komputer dan internet atau media yang guna untuk melengkapi kebutuhannya. Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan akan informasi. Informasi-informasi tersebut tentunya dapat diperoleh melalui media lama/ media massa (televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid dsb) dan juga media baru/ media sosial. Seiring perkembangan dunia yang semakin pesat dan semakin modern serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga semakin berkembang. Bergulirnya waktu ke waktu masyarakat memiliki kekuasaan untuk memenuhi kebutuhan informasinya salah satunya dengan menggunakan sosial media youtube.

Youtube merupakan sebuah situs video sharing yang

bisa diakses oleh publik secara gratis, dan youtube saat ini juga telah berhasil mengambil hati para pengguna internet di seluruh dunia yang menjadikan situs Youtube masuk peringkat sepuluh besar di seluruh dunia. Sebanyak 45.000.000 jumlah hits halaman depan Youtube yang diterima per harinya, dan jumlah rata-rata menit yang dihabiskan satu pengunjung setiap harinya untuk menikmati video Youtube adalah 15 menit lamanya. [1].

Di Indonesia sendiri kini banyak sekali muncul *youtubers* dengan berbagai macam konten untuk memenuhi kebutuhan informasi netizen, kebutuhan informasi yang sangat diminati saat ini salah satunya kebutuhan informasi akan hal-hal atau dunia mistis. Salah satu contohnya yaitu tanyangan vlog jurnalrisa yang menyuguhkan tayangan-tanyangan dengan konten horor atau seram yang kini sudah mempunyai lebih dari 2 juta subscriber, namun yang menjadi keunikan tanyangan vlog ini yaitu pengemasannya yang menarik dengan adanya beberapa karakter dalam vlog tersebut.

Dalam komentar-komentar netizen di channel youtube Jurnalrisa, banyak sekali netizen yang tertarik dengan informasi-informasi yang berbau mistis. Namun tim jurnalrisa sering kali tidak bisa memenuhi keinginan-keinginan dari netizen untuk mendatangi lokasi lokasi seram yang netizen inginkan, hal tersebut disebabkan karena beberapa kendala seperti perizinan dan juga jarak yang mungkin terlalu jauh.

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti **“Apakah terdapat hubungan anatra tayangan vlog jurnalrisa di media sosial youtube dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen?”**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak adanya keterkaitan antara tayangan vlog jurnalrisa di media sosial youtube dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara isi media dalam menonton tayangan jurnalrisa dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen.
2. Untuk mengetahui hubungan antara terpaan media dalam menonton tayangan jurnalrisa dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen.

II. LANDASAN TEORI

A. New Media (Media Baru)

Denis McQuail mendefinisikan new media atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). [2].

Perkembangan teknologi yang sebelumnya berupa

media tradisional menjadi media baru telah dilengkapi dengan teknologi digital. Tumbuhnya pemusatan telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan penyiaran. Masyarakat mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan penyebaran digital informasi, internet, WWW (*world wide web*), dan fitur multimedia (Sugihartati, 2014 : 87)

Media sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Path*, dan *YouTube* merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara *onlin*. [3]

Selain itu, masih ada jenis *new media* lainnya seperti: komputer atau *notebook, DVD, VCD, Portable media player, Smartphone, video game* dan *virtual reality*.

B. Teori Uses and Gratifications

Penelitian ini secara khusus menggunakan pendekatan teori *Uses and Gratifications*. Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. [4]

Teori Uses and Gratifications lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan isi media dan juga terpaan media karena sangat tepat untuk dijadikan bahan untuk diteliti dan juga penelitian ini mempertanyakan apakah terdapat hubungan antara tayangan vlog Youtube ‘Jurnalrisa’ dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen yang dimana penelitian ini memfokuskan untuk meneliti isi media dan juga terpaan media atau Youtube. [5]

Menurut Katz, Blumler & Gurevitch (1974) menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai Teori *Uses and Gratifications*, yaitu:

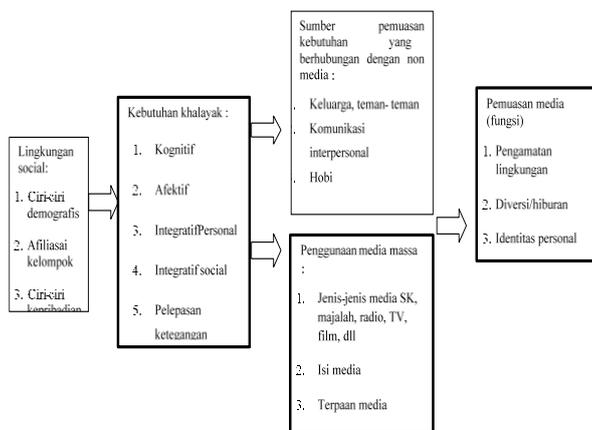
- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan;
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak;
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang

diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.

- d. Penilaian tentang arti cultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.[6]

Dengan kata lain, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya Teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. [7]

Teori uses and gratifications beroperasi dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan dibawah ini:



Operasi Teori Uses and Gratifications
Sumber: Dedy Nur Hidayat (2009: 194)

C. *Kebutuhan informasi*

Kebutuhan informasi adalah sesuatu yang sebaiknya dimiliki seseorang dalam melakukan pekerjaannya penelitian, pendidikan, dan juga sebagai hiburan. [8].

Kulthau menganggap adanya gap (kesenjangan informasi) antara informasi yang dimiliki oleh seseorang dengan informasi yang seharusnya dimiliki oleh orang tersebut untuk mendukung kegiatannya sehari-hari memunculkan kebutuhan informasi. [9]

Wilson mengemukakan bahwa kebutuhan informasi manusia terbagi kedalam tiga konteks, yaitu:

- 1. Kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*person's environment*); kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang lingkungannya, misalnya informasi tentang lingkungan tempat

tinggal, lingkungan sekolah, peristiwa-peristiwa terkini dan kebijakan pemerintah.

- 2. Peran sosial yang disandang (*social roles*); kebutuhan terkait dengan peran sosial yaitu mengenai peran seseorang dalam lingkungan masyarakat, misalnya sebagai pelajar membutuhkan informasi tentang pelajaran atau tugas-tugas di sekolah dan kebutuhan pemahaman baru tentang materi pelajaran di sekolah.
- 3. Karakteristik personal (*individual characteristics*), kebutuhan terkait dengan karakteristik personal yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kesehatan, gaya hidup dan kebutuhan untuk mendapatkan hiburan. (Harisanty, Dessy. 2007)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hubungan Antara Tayangan Vlog “Jurnalrisa” (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi netizen(Y)

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan antara tayangan vlog Jurnalrisa di media sosial Youtube dengan Pemenuhan kebutuhan Informasi netizen yang diuji menggunakan korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian kelima hipotesis penelitian sebagai berikut :

Berdasarkan data yang diperoleh dan sudah diolah, ditemukan bahwa sub variable yaitu isi media dan terpaan media memiliki peran yang cukup berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi netizen.

- 1. Isi media dalam memenuhi kebutuhan informasi netien di landasi beberapa faktor seperi, Aktual, Faktual, Penting, Menarik, Impact, Konflik

Berdasarkan pengolahan data terdapat hubungan yang signifikan antara isi media dalam menonton tayangan vlog Youtube ‘Jurnalrisa’ dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi netizen. Dari hasil perhitungan Korelasi Rank Spearman diperoleh korelasi sebesar 0,877. Nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang kuat. Artinya isi media dalam menonton tayangan vlog Youtube ‘Jurnalrisa’ kuat dalam memenuhi kebutuhan infomasi netizen.

Pada Teori *Uses and Gratifications*, yaitu: Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Ini berarti ketika netizen atau yang menjadi responden dalam penelitian ini aktif dalam memilih media dan memusatkan perhatiannya kepada media tersebut yakni vlog Youtube ‘Jurnalrisa’ berarti ia juga mempercayai mengenai isi tayangan dalam tayangan ‘Jurnalrisa’ sebagai pemenuhan kebutuhan informasi mengenai hal-hal atau dnia mistis atau misteri yang ia butuhkan. Terbukti dari hasil penelitian ini isi media dalam menonton tayangan vlog Youtube ‘Jurnalrisa’ kuat dalam memenuhi kebutuhan informasi netizen.

- 2. Terpaan media dalam memenuhi kebutuhan informasi netien di landasi beberapa faktor seperi, Frekuensi, Durasi, Pesan media.

Berdasarkan pengolahan data terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan media dalam menonton tayangan

vlog Youtube 'Jurnalrisa' dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi netizen. Dari hasil perhitungan Korelasi Rank Spearman diperoleh korelasi sebesar 0,844. Nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang kuat. Artinya terpaan media dalam menonton tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' kuat dalam memenuhi kebutuhan informasi netizen..

Terpaan media dalam penelitian ini berusaha mencari data responden tentang penggunaan media yang merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' sebagai bentuk kedekatan responden dengan tayangan 'Jurnalrisa' ini sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi netizen mengenai hal-hal mistis atau misteri. Terbukti dari hasil penelitian ini terpaan media dalam menonton tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' kuat dalam memenuhi kebutuhan informasi netizen.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisa maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara isi media dalam menonton tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen.
2. Terdapat hubungan antara terpaan media dalam menonton tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen.

V. SARAN

Dari hasil penelitian "Hubungan antara tayangan vlog Youtube 'Jurnalrisa' dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi netizen", ada beberapa saran yang dapat menjadi perhatian, antara lain:

A. Saran Teoritis

1. Di harapkan penelitian selanjutnya membahas pemahaman mengenai vlog secara khusus agar dalam menganalisis teorinya lebih melekat dan dengan analisisnya .
2. Diharapkan agar peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian secara kualitatif karena pada penelitian ini tidak membahas jurnalrisa secara khusus atau mendalam

B. Saran Praktis

1. Bagi para konten kreator khususnya youtubers yang mengangkat konten horror agar lebih komunikatif dengan audiens dan bersifat menghibur dengan begitu meskipun kontennya horror namun masyarakat tidak merasa ketakutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Siswa, Muh. 2015. "Penggunaan Youtube sebagai *Electronic Public Relation* Untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara", dalam *eJournal Ilmu Komunikasi* Vol.3, No.2, (hal. 15-29).
- [2] Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa suatu pengantar,

diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987)

- [3] Anis Hamidati, Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011)
- [4] Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati, Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, Bandung: Simbiosis Rekatama Media,
- [5] Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007
- [6] Rakhmat, Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- [7] Nurudin, Komunikasi Massa, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003
- [8] Suwanto, Sri Ati. 1997. Studi Tentang Kebutuhan dan Pencarian Informasi Bagi Dosen Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro dan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Jakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia
- [9] Laloo, Bikika Tariang. 2002. Information Needs, Information Seeking behaviour and Users. New Delhi: Ess Ess Publication
- [10] Hidayat, Deddy Nur. 2009. PENGANTAR KOMUNIKASI MASSA. Jakarta: Rajawali Pers.
- [11] Rahma Sugihartati, Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer, (Jakarta: Kencana, 2014)
- [12] Harisanty, Dessy. 2007. "Kebutuhan Informasi Siswa SMA dan Ketersediaan Sumber Informasi pada Perpustakaan SMA di Surabaya". Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.