

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu acuan penulis bisa mendapatkan beberapa referensi mulai dari kajian teori, metodeologi penelitian, ataupun hal-hal lain yang diperlukan serta berhubungan dengan topik yang sedang diteliti dan melalui penelitian terdahulu ini, juga bisa dijadikan perbandingan hasil penelitian sebelumnya, berikut adalah penelitian terdahulu:

1. Penelitian pertama yang berjudul “Dramaturgi dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo” skripsi dari Cahyadi Indrananto menggunakan teori Dramaturgi dari Goffman panggung depan dan panggung belakang komunikasi politik pak Joko Widodo saat menjadi walikota Solo. Jika itu bisa dilakukan, seharusnya Cahyadi Indrananto bisa melakukan interaksi dengan pak Joko Widodo disaat memiliki waktu luang agar benar benar mendapatkan informasi panggung belakang dari pak Joko Widodo. Tampaknya dari penelitian ini, pak Joko Widodo tidak memiliki waktu luang saat Cahyadi Indrananto dan pada akhirnya melakukan pengamatan dan melakukan beberapa informan yang berhubungan dengan pak Joko Widodo.

Dalam penelitian ini, Cahyadi Indrananto menggunakan pendekatan etnografis dengan teknik berupa pengamatan berperan – serta (*participant-observation*) untuk mengetahui proses komunikasi keseharian yang melibatkan Joko Widodo. Penelitian dari Cahyadi Indrananto ini sama hampir sama dengan penulis dengan menggunakan teori dramaturgi dari Goffman dengan panggung depan dan panggung belakang dan untuk perbedaannya adalah Cahyadi Indrananto mengambil dari komunikasi politik pak Joko Widodo saat menjadi walikota Solo, sedangkan penulis mengambil panggung depan dan belakang konten “sedekah” dari *channel akun Ade septian* di Youtube

2. Skripsi dibuat Ainal Fitri yang berjudul “Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014”. Ainal Fitri menggunakan teori Dramaturgi dari Goffman panggung depan dan panggung belakang dari akun twitter pak Prabowo. Panggung depan akun twitter pak Prabowo dilihat dari bio dan foto profile yang terlihat meyakinkan ke pada pengikut nya Twitter bahwa pak Prabowo adalah calon Presiden Indonesia pada tahun 2014 dan melakukan beberapa *tweet* yang berkaitan tujuannya sebagai calon Presiden Indonesia. Menjelang

pemilu Juli 2014, pak Prabowo setiap hari memposting *tweet* baru dengan isi yang positif.

Pada panggung belakang, Ainal Fitri melihat dari tweet yang bertentangan dengan apa yang disampaikan di akun Twitter pak Prabowo seperti @ulinyusro yang mengatakan bahwa Prabowo adalah orang yang fasid, penculik dan pemberang dan menurut Ainal Fitri ini merupakan bagian dari back stage yang tidak ingin ditampilkan oleh Prabowo. Penelitian dari Ainal Fitri kenapa melihat dari tweet atau komentar-komentar yang bertentangan dengan bisa dikatakan panggung belakang? Ainal Fitri seharusnya mencari info lebih agar bisa mengetahui dari panggung belakang dari Twitter pak Prabowo. Untuk mengetahui panggung belakang di content “sedekah” di channel akun Youtube Ade Septian, peneliti mewawancarai langsung dari Ade Septian

3. Penelitian dari Eflina Nurdini Febrita Mona yang berjudul “Fenomenologi Dramaturgi Image Management Dalam Aktivitas Master Of Ceremony (MC) (Studi Pada Komunitas “Gempar” Kota Malang) menggunakan teori dramaturgi dari Erwin Goffan. Tipe penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi karena untuk menggali makna yang dipahami informan tentang praktik PR yang dilakukan para MC dalam membawakan acara. Tujuan dari Eflina Nurdini Febrita Mona dalam penelitian ini adalah bagaimana MC melaksanakan praktik *image management* saat membawakan acara, melalui pemahaman MC terhadap makna *public speaking* dan retorika, serta penaknaan *public relation* sebagai konsep yang mereka lakukan keseharian profesi mereka. Penelitiannya Eflina Nurdini Febrita Mona memiliki kesamaan dari penulis yang menggunakan teori Dramaturgi dari Erwin Goffman dan menggunakan metode pendekatan fenomenologi akan tetapi ada perbedaan, penulis meneliti seorang Youtuber dengan mewawancarai dari subscriber untuk panggung depan. Panggung belakang penulis mewawancarai istri dan teman terdekat Ade Septian sedangkan peneliti Eflina Nurdini Febrita Mona mewawancarai sebuah komunitas Master Of Ceremony atau (MC) bernama Gempar yang berada di kota Malang

4. Jurnal yang dibuat oleh Roby Setiawan yang berjudul “Dramaturgi Content Creator Dalam Presentasi Diri Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @bangijal_tv) menggunakan teori dramaturgi dari Erwin Goffman dan menggunakan metode kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Menggunakan pendekatan etnografi virtual Fokus studi terhadap percakapan dan bahasa pada dasarnya harus bisa menjelaskan dan menganalisis bagaimana penutur (*native speaker*) menggunakan bahasa dalam berkomunikasi pada situasi nyata (*communicative competence*) dibanding bagaimana cara penutur menggunakan kata-

kata atau kalimat yang benar secara gramatikal (*linguistik competence*). Hasil dari penelitian oleh Roby Setiawan adalah panggung depan informan mengakui bahwa dirinya lebih senang disebut sebagai *content creator* namun disisi lain informan juga menyukai komedian sehingga setiap video yang dibuat menggunakan gaya seperti seorang Komedian dengan penampilan pakaian seadanya dan biasa-biasa saja saat berdrama di Instagram dan video Instagramnya ia lebih berpenampilan menarik dan casual atau lebih rapih. Dalam presentasi diri di Instagram menggunakan komunikasi presentasi diri cari muka atau perhatian (*ingratiation*) dengan tujuan dapat menghibur orang-orang yang melihatnya tanpa ada pihak- pihak yang dirugikan olehnya dan yang kedua, memberi contoh atau teladan (*exemplification*).

5. Skripsi milik Ika Na'ami sama dengann penulis yang menggunakan teori dramaturgi Goffman dan 2 konsep yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) melakukan observasi dan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasinya. Penulis melihat diskripsi milik oleh Ika Na'ami tidak memasukan kerangka pemikiran. Padahal ini sangat penting di skripsi karena Uma Sekara, Business Research, 1992 dalam (Sugiyono, 2010) kerangka berfikir ini adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan itu dengan segala macam faktor yang telah atau sudah diidentifikasi yakni sebagai masalah yang penting. Skripsi dari Ika Na'ami tidak melalui media sosial untuk panggung depan, berbeda dengan penulis panggung depan dari Youtube yang bernama Ade Septian. Objek penelitiannya juga berbeda, skripsi dari Ika Na'ami membutuhkan beberapa orang, sedangkan penulis hanya menggunakan satu orang saja.

6. Jurnal yang dibuat oleh orang mahasiswi dari Institut Agama Islam Negeri Kudus yaitu Siti Nurul Hidayah, Sofia Salsabilah, Bela Farisa adalah Presentasi Diri Anak Punk Street (Analisis Dramaturgi Kehidupan Punk Street). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan menggunakan paradigma interpretatif dengan menggunakan teori dramaturgi dari Goffman. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipatif, catatan lapangan, studi pustaka, internet *searching* dan dokumentasi. Penelitian ini seharusnya menambahkan bukti foto dan tempat dimana anak punk street nongkrong agar benar benar tejunnn di lapangan. Sebelum, harus izin dari narasumber tersebut memperbolehkan apa tidak Hasil dari jurnal ini adalah bahwa presentasi diri anak punk street pada panggung depan (*Front Stage*) yaitu meliputi sikap dan gaya berpakaian Punk, dengan menggunakan tatto, pierching, celana jeans, jaket jeans dan sepatu boats. Sedangkan dalam presentasi diri dalam panggung belakang (*Back Stage*), tidak menggunakan style punk, menggunakan pakaian

rumahan, dan Karakter yang terlihat dalam panggung belakang ini adalah sikap cuek dengan penampilan yang dipakai, dan acuh tak acuh terhadap tanggapan orang sekitar. Dari jurnal yang dibuat oleh 3 orang ini, sama dengan penulis yaitu dari teori dramaturgi Goffman dan juga sama dalam melakukan wawancara mendalam, observasi. Perbedaan adalah objek yang di teliti kelompok sedangkan penulis hanya perorangan.

Berikut Beberapa penelitian mencakup kebutuhan yang dapat digunakan pada penelitian ini yang bisa untuk memperkaya bahan kajian penelitian. Kajian penelitian terdahulu terdulu ini berguna untuk penulis untuk mempermudah penulis untuk melakukan penelitian tentang “Studi Dramaturgi Content “Sedekah” Di Channel Akun Ade Septian”.

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1	Cahyadi Indrananto	Dramaturgi Dalam Komunikasi Politik Walikota Solo, Jokowi	Jokowi dalam menjalankan komunikasi politiknya secara garis besar melakukan apa yang umum dilakukan individu ketika berhadapan dengan publik, yaitu menjaga kendali diri agar dapat mengekspresikan peran yang ia mainkan sesuai dengan situasi yang diperlukan
2	Ainal Fitri	Dramaturgi Pencitraan Prabowo Subianto Di Media Sosial Twitter	Kaum dramaturgis memandang manusia sebagai aktor-aktor di atas panggung

		Menjelang Pemilihan Presiden 2014	<p>metaforis yang sedang memainkan peran-peran mereka. Prabowo baik dari <i>front stage</i> yang melibatkan setting, <i>personal front</i> (<i>appearance</i> dan <i>manner</i>) sudah sangat jelas menunjukkan hal yang bertolak belakang dengan stigma negatif yang ada dalam dirinya. Sedangkan melalui <i>backstage</i>, Prabowo mendapat beberapa kendala dalam proses pencitraannya. Namun semua hal tersebut dapat dikelola (<i>impression management</i>) dan mengatasi <i>mystification</i> dengan menutup isu-isu yang tidak baik dengan isu-isu yang baik mengenai dirinya dan berasal dari pendukungnya.</p>
3	Eflina Nurdini Febrita Mona	Fenomenologi Dramaturgi <i>Image Management</i> Dalam Aktifitas Master Of Ceremony (MC) (Studi Komunitas “GEMPAR” Kota Malang	Prioritas utaman dari tanggung jawab Mc adalah memastikan acara mereka jalankan berjalan

			<p>dengan baik dan menjaga citra merek perusahaan (klien). Sehingga mereka menerapkan <i>image management</i> dengan tampilan dramatis yang dibentuk melalui <i>front stage</i> dengan retorika yang baik secara kebetulan selama acara.</p>
4	Robi Setiawan	Dramaturgi Content Creator Dalam Presentasi diri Di Instagram (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @bangijal_tv)	<p>panggung depan informan mengakui bahwa dirinya lebih senang disebut sebagai <i>Content Creator</i> namun disisi lain informan juga menyukai komedian, sehingga setiap video yang dibuat olehnya sering sekali menggunakan gaya seperti seorang <i>comedian</i>.</p> <p>Panggung belakangnya adalah Saat ini ada beberapa kesibukan yang Rijal lakukan selain fokus dalam membuat video, yaitu mengisi acara seperti bintang tamu dalam seminar, <i>off air</i> dan mempersiapkan hal-</p>

			hal apa saja yang akan dibuat untuk videonya nanti seperti mengedit video membuat skrip dan yang lain-lainnya.
4	Ika Naiami	Dramaturgi Cadar Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya	Panggung depan (<i>front stage</i>) dan panggung belakang (<i>back stage</i>) mahasiswi yang memakai cadar, yaitu rata-rata dari kesembilan narasumber yang memakai cadar hanya dua mahasiswi yang memakai cadar pada saat di lingkungan rumah dan di lingkungan luar rumah, itu disebabkan karena kedua mahasiswi tersebut ada yang berasal dari keluarga yang menjunjung tinggi nilai agama dan yang kedua mahasiswi tersebut merasa lingkungan rumah kurang aman karena banyak orang asing atau orang yang bukan mahramnya masuk

			ke rumah karena ibunya berjualan di lingkungan rumah
6	Siti Nurul Hidayah, Sofia Salsabila, Bela Farisa	Presentasi Diri Anak Punk Street (Analisis Dramaturgi Kehidupan Punk Street)	menunjukkan bahwa presentasi diri anak punk street pada panggung depan (Front Stage) yaitu meliputi sikap dan gaya berpakaian Punk, dengan menggunakan tatto, pierching, celana jeans, jaket jeans dan sepatu boots. Sedangkan dalam presentasi diri dalam panggung belakang (Back Stage), tidak menggunakan style punk, menggunakan pakaian rumahan, dan Karakter yang terlihat dalam panggung belakang ini adalah sikap cuek dengan penampilan yang dipakai, dan acuh tak acuh terhadap tanggapan orang sekitar.

Daftar table 2.1: penelitian terdahulu

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Fenomenologi

Istilah fenomenologi secara etimologis berasal dari kata fenomena dan logos. Fenomena berasal dari kata kerja Yunani *phainesthai* yang berarti menampak, dan terbentuk dari akar kata fantasi, fantom, dan fosfor yang artinya sinar atau cahaya (Sudarman, 2014). Fenomenologi adalah sebuah aliran filsafat yang di kembangkan oleh seorang filosof yang berasal dari Jerman yaitu Edmund Husserl yang di kenal sebagai bapak fenomenologi. Edmund Husserl di lahirkan dalam sebuah keluarga yahudi Prostejov, Moravia, Ceko (saat itu merupakan bagian dari kekaisaran Austria) tahun 1859. Edmund Husserl menimba ilmu di Universitas Leipzig, Berlin dan Vienna ddalam mulai karirnya dibidang matematika, fisika, astronomi. Di Wina ia menerima gelar doktor filsafat pada tahun 1882 dengan disertasi berjudul *Beiträge zur Theorie der Variationsrechnung* (Kontribusi Teori Kalkulus Variasi). Edmund Husserl memiliki guru yang memperkenalkan filsafat ke dirinya yaitu Pelopor utama adalah Franz Brentano (1838-1917) setelah tertarik mendengar Brentano saat mengajar di Universitas Vienna yang telah mengembangkan fenomenologi psikologi.

Pada awalnya Edmund Husserl berharap dengan ikut mengembangkan fenomenologi psikologi Brentano dapat mengantarkan keakuratan dan kejelasan yang bisa ia inginkan. Akan tetapi, dalam perkembangan tersebut Husserl berasa bahwa ilmu tersebut tidak memberi keakuratan dan kejelasan. Akhirnya Husserl mengembangkan filosofinya sendiri dan meyakini bahwa filosofinya bisa mengantarkan pada kejelasan dan keakuratan yang diidamkan. Husserl secara formal menanamkan filosofinya sebagai fenomenologi pada tahun 1901 (Spiegelberg, 1978). Setelah Husserl, fenomenologi berkembang yang di teruskan oleh Morleau – Ponty, Alfred Schutz, Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Awal karya dari Edmund Husserl adalah buku yang berjudul “*Ten Foundation of Arimatic*” dan di karya buku ini belum ada filsafat yang dia kembangkan. Tiga karya Husserl yang menepatkannya dirinya sebagai filsuf yaitu *Logical Investigation* (1900-1901), *Ideas For A Pure Phenomenology* (1913), dan *Cartesian Meditation*.

Menurut Edmund Husserl dalam Mudjia Raharjo (2018), Fenomenologi adalah studi bagaimana orang mendeskripsikan sesuatu dan mengalaminya dengan melalui media mereka sendiri. Dengan kata lain, merupakan sebuah upaya dalam memahami kesadaran sebagaimana dialami dari sudut pandang orang yang mengalaminya sendiri. Dari sisi istilah, fenomenologi adalah filsafat tentang fenomena yang dimana peristiwa, pengalaman keseharian, kecemasan, duka kegembiraan yang menjadi milik setiap orang. Selain memandang tidak ada peristiwa sekecil apapun yang tidak bermakna, fenomenologi mengansumsikan sebuah peristiwa tidak pernah berdiri sendiri. Itu sebabnya peneliti fenomenologi dituntut untuk mencari akar-akar masalah secara mendalam dari setiap gejala atau peristiwa

yang diteliti dengan melihat secara seksama semua tindakan, ucapan, tulisan, gambar, informasi, gerak isyarat subjek konteks kejadian peristiwa. Dan Semua itu mengandung makna. Husserl berpendapat bahwa ada kebenaran untuk semua orang dan manusia dapat mencapainya dan untuk menemukan kebenaran ini, seseorang harus kembali kepada realitas sendiri.

2.2.2 Teori Dramaturgi

Teori dramaturgi yang di pakai oleh penulis di perkenalkan oleh orang yang berasal dari Canada bernama Erving Goffman. Erving Goffman lahir pada tanggal 11 juni 1922 di Manville, Alberta, adalah seorang sosiolog *interaksionis* dan penulis, memperdalam kajian dramatisme tersebut dan menyempurnakannya dalam bukunya yang kemudian terkenal sebagai salah satu sumbangan terbesar bagi teori ilmu sosial yaitu “*The Presentation of Self in Everyday Life*” pada tahun 1959. Karya ini, Goffman mendalami fenomena interaksi-interaksi simbolik mengemukakan kajian mendalam mengenai konsep dramaturgi, karena menurut Goffman kehidupan di dunia ini penuh dengan sandiwara yang mana sandiwara itu dilengkapi dengan *setting* panggung dan akting yang dilakukan seorang individu untuk menjadi aktor dalam sandiwara tersebut (Syam,2010: 47).

Erving Goffman memperkenalkan juga *impression management* di dalam karyanya “*The Presentasion of Self In Everday*” yang menurutnya adalah proses dimana orang dalam sebuah situsai sosial dapat mengatur secara verbal dan *nonverbal*, penampilan baju, kata-kata dan *gesture* untuk memperkuat kesan mereka di hadapan orang lain. Menurut Ervin Goffman, pesan itu dapat berupa kata-kata, tindakan, gaya berpakaian, dan cara-cara lain yang dapat menggambarkan dan membentuk persepsi orang lain terhadap diri kita (Mulyana, 2003). Menurut Sandra Metts beragam teori telah disajikan untuk menjelaskan pengelolaan kesan atau *impression management*. Namun, kesemuanya dapat diintegrasikan ke dalam suatu model hierarki proses pengelolaan kesan yang ditandai dengan tujuan interaksi. Memiliki 4 (empat) meta tujuan, yaitu

1. Tujuan pertama, *demonstrating social competence* – para pelaku interaksi saling berinteraksi secara mulus sehingga terbentuk identitas sosial tanpa melakukan banyak usaha untuk mencapainya
2. Tujuan kedua, *impression construction* keterampilan menginterpretasi suatu situasi kemudian diwujudkan dalam strategi pengelolaan kesan yang diasumsikan dapat membentuk kesan yang sesuai. Kunci agar suatu proses interaksi berjalan dengan mulus adalah kemampuan untuk melakukan pengawasan terhadap kesan yang dibuat

3. Tujuan ketiga, *protecting impression integrity* para pelaku interaksi hendaknya menaruh perhatian terhadap berbagai ancaman yang mungkin ada dan harus dapat menghindari ancaman tersebut atau meminimalisir ancaman yang ada baik ancaman ke diri maupun orang lain
4. Tujuan keempat, *restoring impression integrity* hal ini dilakukan ketika para pelaku interaksi merasa bahwa segala daya upaya untuk menghindari kehilangan muka menemui kegagalan. Strategi restorasi menitikberatkan pada restorasi karakter moral atau perilaku yang tidak sesuai.

Teori Dramaturgi Erving Goffman memiliki 2 konsep, yaitu panggung depan (*front stage*) dan juga panggung belakang (*back stage*). Panggung depan (*front stage*) adalah merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya (Mulyana, 2010, h.114). Panggung depan terbagi dua yaitu *setting* dan *personal front*, *setting* adalah lokasi khusus tempat penampilan tertentu dilakukan dan sedangkan *personal front* menurut Goffman dalam (Dayakisni, 2006:94-95) adalah perilaku tertentu yang diekspresikan secara khusus agar orang lain bisa mengetahui dengan jelas peran dari individu itu. *Personal front* terbagi 2 bagian yaitu *appearance* adalah penggunaan petunjuk artifaktual, seperti pakaian, lencana, atribut dan lain-lain. *manner* adalah gaya bertingkah laku, misal cara berjalan, duduk, berbicara, memandang dan sebagainya.

Panggung belakang (*back stage*) adalah panggung belakang atau *back stage* merupakan tempat di mana fakta disembunyikan di depan atau berbagai jenis tindakan informal yang mungkin timbul (George, 2015: 285) atau dimana fakta disembunyikan individu mempersiapkan perannya sesuai dengan kondisi yang akan dihadapinya. (Santoso, 2012:47).

2.3 Landasan Konseptual

2.3.1 Cermin Diri (*Looking Glass Self*)

Konsep ini di perkenalkan oleh Charles H. Cooley yang menjabarkan tentang bagaimana diri individu yaitu, gagasan yang digunakan muncul dalam suatu pikiran dan perasaan diri yang dimiliki seseorang ditentukan oleh sikap terhadapnya yang melekat pada pikiran orang lain. Jadi dalam imajinasi kita memersepsikan adanya pikiran orang lain tentang tampilan luar kita, sopan santun, tujuan, perbuatan, karakter, sahabat, dan lain sebagainya yang dipengaruhi olehnya (George dan Goddman, 2012:397). Dalam Umiarso dan Elbandiansyah (2014:143) konsep *Looking Glass Self* memiliki 3 dasar elemen pokok yaitu:

1. *Imagining* yaitu bagaimana membayangkan atau mengimajinasikan kepribadian dan penampilannya akan dilihat oleh orang
2. *Interpreting* yaitu saat diri akan menginterpretasikan penilaian orang lain terhadap penampilannya tersebut.
3. *Developing self-concept* yaitu di mana diri mempunyai perasaan untuk mengembangkan konsep diri sebagai bentuk tanggapan orang lain terhadapnya, seperti perasaan bangga atau malu

2.3.2 New Media

Dennis 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). Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat Indonesia. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja dan kini dapat bisa diakses lewat smartphone yang banyak kemudahan penawaran oleh sejumlah provider telepon seluler. Beberapa media tv dan cetak untuk menyampaikan informasi beralih ke media baru seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter terutama Youtube, karena media youtube adalah media yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia menurut katadata.co.id (Tim Redaksi,2019).

2.3.3 Youtube dan konten kreator (Youtuber)

Seiring berjalannya waktu, teknologi sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat khususnya *web video sharing* selain Youtube. Ada beberapa situs web video sharing selain Youtube yang diantaranya adalah: Metacafe, Yahoo,

Dailymotion, Vuclip, Vimeo, Hulu, MyVideo.de, Sidereel.com, Vine, Blip.Tv. Namun, Youtube tetaplah menjadi pilihan utama ketika ingin mengunjungi laman video *sharing*. Youtube untuk *press* di “Youtubeabout” mengatakan bahwa setiap bulan, menembus 2 miliar penggunaan yang terdaftarnya membuka Youtube secara *global*. Di muat situs hai grid.co.id (Hai online, 2018) Youtube didirikan oleh mantan karyawan Paypal yaitu Chad Hurley, Steven Chen dan Jawed Karim pada tahun 2005 lalu pada 2006 Google mengakuisisi Youtube. Misi dari Youtube adalah memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia pada setiap orang. Pada dasarnya youtube merupakan database video yang paling populer di dunia internet, bahkan yang paling lengkap dan variatif (Faiqah, Nadjib, & 41 Amir 2016:259)

Platform Youtube memiliki berbagai fitur yang mempermudah untuk penggunanya dikutip (Youtubeabout, 2019) diantaranya:

1.  **Beranda**

Beranda menyoroti rekomendasi video untuk pengguna dari subscription dan histori tontonan. Preferensi dan aktivitas pengguna di YouTube memengaruhi rekomendasi video.

2.  **Trending**

Pada tab trending, Anda dapat menemukan video yang sedang populer di YouTube dilihat dari jumlah *view* atau penonton video itu dan setiap Negara berbeda-beda. Pengguna Youtube juga dapat men-scroll video atau memilih kategori tertentu (seperti musik, game, berita) untuk melihat video trending yang terkait dengan kategori itu saja.

3.  **Subscription**

Bagian *Subscription* menampilkan upload dan video baru hanya dari channel yang pengguna *subscribe*. *Channel* tersebut juga dicantumkan di bagian atas halaman. Dengan mengklik *header channel*, pengguna Youtube akan diarahkan ke *channel* tersebut.

4.  **Koleksi**

Koleksi digunakan untuk mengarahkan pengguna Youtube langsung ke koleksi playlist di YouTube. Ada juga beberapa opsi lain di bagian Koleksi yang

memungkinkan pengguna dapat melihat penjelajahan yang pengguna lakukan di YouTube.



5 **Histori**

Histori menampilkan daftar histori tontonan. Pengguna Youtube dapat menelusuri histori tontonan yang terdahulu, Pengguna juga dapat menghapus histori tontonan, menjeda histori tontonan, dan mengelola semua aktivitas di sini.


6 **Tonton Nanti**

Fitur tonton nanti adalah daftar video yang disimpan untuk ditonton di lain waktu. Jadi pengguna Youtube bisa menonton kembali video tersebut saat memiliki luang waktu.

7 **Video Yang Disukai**

Video yang disukai menampilkan semua video yang pengguna Youtube “sukai” dengan mengklik suka . Video yang disukai menampilkan semua video yang pengguna Youtube “sukai” dengan mengklik suka . Jadi bisa melihat kembali video apa yang disukai dan ini hampir seperti fitur histori.

8 **Buat Video atau Postingan**

Tap ikon kamera  untuk merekam video, memulai live stream, atau mengupload konten video dari perangkat seluler maupun di komputer.

9 **Gambar Profil**

Untuk akses informasi akun dan setelan dengan mengklik gambar profil pengguna Youtube. Dari menu juga dapat melihat channel yang di *subscribe*, waktu tonton, langganan berbayar, beralih antar-akun, *logout*, dan sebagainya. Untuk akses akunya menggunakan akun Google.

10 **Notifikasi**

Tombol notifikasi ini di gunakan untuk memberitahukan kepada pengguna Youtube jika ada video baru dari Youtuber yang anda *subscribe* dan ketika anda upload video, anda akan diberitahu siapa yang menyukai dan berkomentar.

11 Fitur Pelaporan

Fitur pelaporan ini digunakan jika menurut pengguna Youtube ini menemukan video yang tidak pantas untuk dilihat. Setelah pengguna Youtube melaporkan, staff dari Youtube akan meninjau video yang dilaporkan dengan seksama dengan 24 jam sehari selama 7 hari untuk menentukan apakah konten tersebut melanggar pedoman dari Youtube.

Pada dasarnya, konten-konten video didalam Youtube merupakan hasil karya dari pengguna Youtube itu sendiri yang dibuat berdasarkan keinginan, ketertarikan serta kemampuan mereka dalam menguasai suatu bidang tertentu yang kini lebih dikenal dengan sebutan Youtuber (Rizky,2018: 4). Penyebutan konten kreator Youtuber seperti penyebutan sebuah profesi kerjaan contohnya Musisi, Atlet, Artis dan penyebutan Youtuber sendiri tidak hanya di Indonesia melainkan seluruh dunia bahkan media untuk memberitakan tentang konten kreator Youtube penyebutannya adalah Youtuber seperti contohnya portal media online detik.com di <https://www.detik.com/tag/youtuber> .

Menurut Sayugi dalam Hermawan (2018:4) Proses pembuatan konten melibatkan kreatifitas, hal ini menjadi alat bagi seorang konten kreator untuk membuat khalayak mau melihat konten yang dibuat. Selain menggunakan kreatifitas, diperlukannya logika yang perlu dipahami agar khalayak bisa tertarik.

Penghasilan youtuber dari iklan yang di tampilkan sebelum atau saat video unggahan youtuber di putar dan itu dinamakan *Google AdSense*. *AdSense* adalah program periklanan berbasis CPC (*cost-per-click*) yang memungkinkan pemilik website mendapatkan penghasilan dari iklan yang terpasang. ntuk mendapatkan penghasilan dari Youtube, youtuber harus memenuhi syarat seperti minimal harus bertambah 1.000 *subscribers* dan memiliki 4.000 jam tayang valid pada 12 bulan terakhir. Untuk mengetahui jumlah pendapatan youtuber, ada 2 indikator yang bisa digunakan yakni *cost per mile* (CPM) dan *cost per click* (CPC) (Afaf,2020: 42)

CPM adalah uang yang akan didapatkan setiap 1.000 penayangan iklan di seluruh video. Menurut lifepal.co.id, Indonesia memiliki nominal sekitar Rp 7.000 per seribu tayangan iklan. Sedangkan, CPC adalah nominal yang akan didapatkan setiap 1 orang yang mengklik iklan yang tayang pada video. Uang yang akan diterima oleh pemilik akun sekitar Rp 5.000 sampai Rp 12.000. Akan tetapi, untuk mendapatkan sebuah penghasilan itu tidak lah mudah karena sebuah video yang di unggah di Youtube haruslah, kreatif, menarik, memiliki keunikan sendiri dan original.

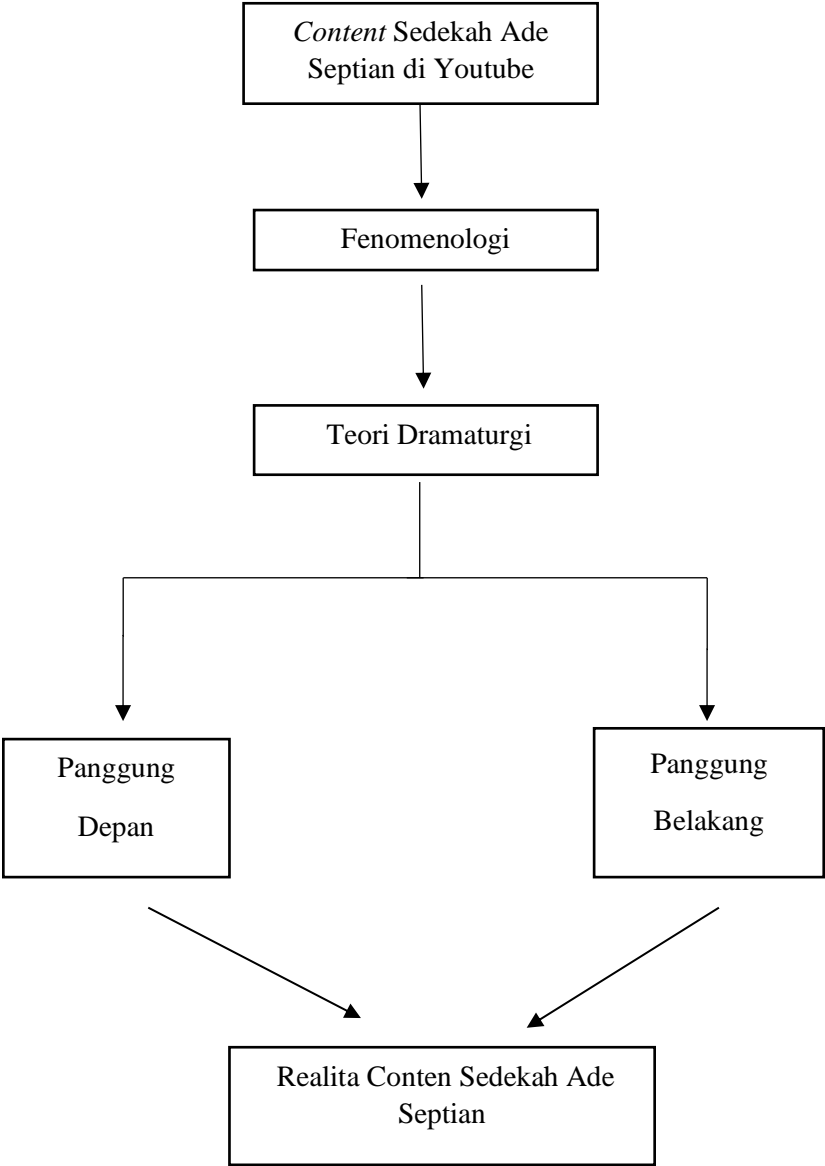
Menurut (Youtubehelp) Youtube mempunyai system yang dimana seorang konten kreator sebagai hak ciptanya bisa mengklaim video originalnya dan bisa mengajukan permintaan penghapusan jika ada yang menjiplak konten video. Menurut Youtubehelp, Youtube memiliki 3 tahapan teguran jika tidak memenuhi kebijakan dari Youtube, termasuk meniru suatu karya yaitu:

- Teguran pertama selama seminggu tidak bisa melakukan mengupload sebuah video, livestream, story dan postingan komunitas. Membuat, mengedit, atau menambahkan kolaborator ke playlist dan Menambahkan atau menghapus playlist dari halaman tonton menggunakan tombol “Simpan”. Hak penuh akan otomatis dipulihkan setelah satu minggu, tetapi teguran akan tetap ada di channel Anda selama 90 hari.
- Teguran kedua jika menerima teguran kedua dalam periode 90 hari yang sama dengan teguran pertama, konten kreator tersebut tidak akan dapat memposting konten selama 2 minggu. Jika tidak ada masalah lebih lanjut, hak penuh akan otomatis dipulihkan setelah 2 minggu, tetapi setiap teguran tidak akan berakhir hingga 90 hari setelah dikeluarkan.
- Teguran ketiga jika menerima tiga kali teguran dalam periode 90 hari yang sama, *channel* konten kreator akan dihapus secara permanen dari YouTube. Sekali lagi, setiap teguran tidak akan berakhir hingga 90 hari setelah dikeluarkan.

Ada tiga cara untuk mengatasi teguran hak cipta, yaitu (Youtubehelp):

1. Menunggu masa berlaku teguran berakhir: Teguran hak cipta akan berakhir setelah 90 hari. Jika ini merupakan teguran pertama,
2. Meminta pencabutan klaim: konten kreator tersebut dapat menghubungi konten kreator yang mengklaim video itu dan memintanya untuk mencabut klaim atas pelanggaran hak cipta.
3. Mengajukan permintaan pemulihan: Jika menurut Anda video Anda dihapus secara keliru, atau memenuhi syarat sebagai penggunaan wajar, Anda dapat mengajukan permintaan pemulihan

2.4 Kerangka dasar pemikiran



Alur kerangka pemikiran :

Hal pertama peneliti lakukan adalah melihat konten dari Ade Septian di Youtube mengamati seperti apa orangnya. Lalu agar lebih mengetahui apakah konten tersebut melakukan settingan atau tidak dan bagaimana sosok Ade Septian, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk melakukan wawancara dengan Ade Septian dan juga melakukan beberapa wawancara dengan istri Ade Septian, teman dekat. Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi agar membantu dari teori Dramaturgi yang dimananya mencari data untuk panggung depan dan panggung belakang Youtube Ade Septian. Pengambilan data untuk panggung depan mewawancarai 3 narasumber yaitu subscriber Ade Septian dan untuk panggung belakang sendiri mengambil data dari Ade Septian, teman terdekat, istri dari Ade Septian. setelah itu, baru tahu realita dari konten sedekah dari Ade Septian beserta kepribadiannya.