

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GENERASI C

(Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi Pesan dalam Konten *Vlog* Oleh *Vlogger* Generasi C di Media Sosial)



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sebelas Maret Surakarta

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul:

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GENERASI C

(Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi Pesan dalam Konten *Vlog* Oleh *Vlogger* Generasi C di Media Sosial)

Oleh:

Nama : Yunizar Riswanda Ardi

NIM : D1216076

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 7 Januari 2019

Pembimbing Utama,

Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si.

NIP. 19790908 200312 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GENERASI C

(Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi Pesan dalam Konten *Vlog* Oleh *Vlogger* Generasi C di Media Sosial)

telah disetujui dan disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari

:

Tanggal

:

Panitia Penguji

:

1. Drs. Haryanto, M. Lib (.....)
NIP. 19600613 198601 1 001 Penguji I
2. Firdastin Ruthnia Y., S.Sos., M.Si (.....)
NIP. 19760524 201012 2 001 Penguji II
3. Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si (.....)
NIP. 19790908 200312 1 001 Penguji III

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Prof. Dr Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si
NIP. 19610825 198601 2 001**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GENERASI C
(Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi pesan
dalam Konten *Vlog* Oleh *Vlogger* Generasi C di Media Sosial)**

Adalah karya asli yang telah saya buat selama ini dengan sebenar-benarnya, bukan dari hasil plagiat baik sebagian ataupun secara keseluruhan di mana setiap kutipan yang digunakan telah dicantumkan semua sumbernya di tiap akhir kutipan, serta belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di institusi lainnya.

Atas pernyataan yang telah saya buat di atas, saya bersedia untuk bertanggung jawab dan menerima akibat dari dicabutnya gelar sarjana yang saya peroleh apabila di kemudian hari ternyata ditemukan bukti-bukti yang kuat bahwa karya yang telah saya buat ternyata bukan karya yang asli atau yang sebenarnya.

Surakarta, 7 Januari 2019

Yunizar Riswanda Ardi

NIM. D1216076

MOTTO

“Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah untuk tenang dan sabar”

(Khalifah Umar Bin Khattab)

“*Sugih tanpa banda, digdaya tanpa aji, ngeluruk tanpa bala, menang tanpa ngasorake*”

(Raden Mas Panji Sosrokartono)

“Sampai kita mampu menemukan kelemahan diri kita sendiri, mampu untuk mengakuinya, dan mau untuk memperbaikinya, di situ kita telah menjadi kuat”

(Peneliti)

“Ilmu pengetahuan untuk kemajuan peradaban, keluasan pandangan, kebijaksanaan, dan rasionalitas pikiran!”

“Agama sebagai pedoman hidup, penenang hati, kebijaksanaan, penyeimbang hidup, kontrol diri dalam moral, dan tujuan kehidupan dunia akhirat”

(Peneliti)

PERSEMBAHAN



Kedua Orang tuaku dan adikku yang senantiasa memberikan kasih sayang dan semangat, kalian adalah semangat dan alasan peneliti untuk terus berjuang dalam kondisi apapun. Kalian tetap yang paling hebat meski kalian tidaklah sempurna. Semoga peneliti dapat membahagiakan dan membanggakan kalian kelak. Orang terdekat, saudara serta sahabat yang senantiasa memberikan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pola Penggunaan Media Sosial Generasi C (Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi pesan dalam Konten *Vlog* Oleh *Vlogger* Generasi C di Media Sosial)”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Sehingga pada kesempatan yang baik ini, penulis dengan rendah hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Dwi Tiyanto, S.U. selaku dosen pembimbing akademik.
4. Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dengan sabar membimbing, memberikan masukan, dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Haryanto, M.Lib dan Firdastin Ruthnia Y., S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan pada penelitian ini sehingga peneliti termotivasi untuk menyempurnakan kembali penelitian ini.
6. Seluruh informan yang merupakan *vlogger-vlogger* keren di kota masing-masing. Terima kasih telah bersedia membantu dengan meluangkan waktu dan memberikan segala informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
7. Lathifah Fauziyyah yang menjadi *partner* diskusi, tugas selama kuliah dan penyusunan skripsi ini. *Partner* di segala kondisi. Terima kasih banyak untuk bantuan waktu, pemikiran, motivasi, dan tenaganya yang tak terhitung. Terima kasih untuk kebaikan dan kesabaranmu.
8. Rizky Ghaisani, teman lama yang selalu memberikan semangat, bantuan dalam bentuk apapun, dan juga pengalaman yang cukup bermacam-macam sehingga menjadikan peneliti menjadi lebih baik lagi. InsyaAllah. Terima kasih
9. Kartika Aris Yoga, calon penerus kerajaan bisnis Bangun Trisno Grup wkwk. Terima kasih sudah banyak membantu peneliti selama berkuliah di UNS.

10. Ahmad Fattah Kurniawan *partner* merintis usaha di Surakarta ini yang telah banyak memberi bantuan dan pengalaman.
11. Sobat cherry Restu, Siti a.k.a Prita, Rendy, Vininda, dan Sherylita. Terima kasih sudah banyak membantu di segala kondisi. Semoga kita bisa sukses bersama.
12. Aab dan Chokly yang sering sekali membantu di saat genting. Semoga kebaikan kalian mejadi ladang amal dan berbalik kepada diri kalian.
13. Seluruh teman-teman KOMBE dan semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini yang belum disebutkan tapi tetap berarti bagi peneliti. Terima kasih banyak.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan senang hati peneliti menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk karya skripsi yang lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Surakarta, 7 Januari 2019

Penulis,

(Yunizar Riswanda Ardi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Manfaat Teoretis.....	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
E. Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
F. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Message Design Logic</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
4. Generasi C	Error! Bookmark not defined.
5. Motif	Error! Bookmark not defined.
6. <i>Vlog</i>	Error! Bookmark not defined.
G. Definisi Konseptual	Error! Bookmark not defined.
H. Kerangka Berpikir Penelitian	Error! Bookmark not defined.
I. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.

1.	Tipe dan Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
4.	Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
6.	Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
7.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
8.	Validitas Data	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Video Blog (<i>Vlog</i>).....	Error! Bookmark not defined.
1.	Jenis <i>Vlog</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	<i>Youtube</i>	Error! Bookmark not defined.
3.	Sejarah <i>Youtube</i>	Error! Bookmark not defined.
B.	Generasi C.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA		Error! Bookmark not defined.
A.	Deskripsi Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.	Jumlah <i>Vlog</i> yang Diunggah di <i>Youtube</i>	Error! Bookmark not defined.
C.	Deskripsi dan Analisis Penggunaan Identitas <i>Online</i>	Error! Bookmark not defined.
1.	Nama Profil	Error! Bookmark not defined.
2.	Foto Profil.....	Error! Bookmark not defined.
D.	Motif Pembuatan <i>Vlog</i> oleh Generasi C.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Kategori Tipe dan Jenis <i>Vlog</i> yang Diproduksi...	Error! Bookmark not defined.
2.	Motif Generasi C dalam Memproduksi <i>Vlog</i>	Error! Bookmark not defined.
E.	Cara Produksi Pesan <i>Vlogger</i> Generasi C.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Menyusun Pesan Secara Ekspresif	Error! Bookmark not defined.
2.	Menyusun Pesan Secara Konvensional	Error! Bookmark not defined.
3.	Menyusun Pesan Secara Retoris.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	181

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2	Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan dilakukan penulis	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1	Data Informan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2	Nama <i>Vlogger</i> dan Jumlah <i>Vlog</i> yang Diunggah dalam Kurun Waktu September 2017 – Oktober 2018.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3	Matrik Hasil Penelitian Penggunaan Identitas <i>Online Vlogger</i> Generasi C di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4	Matrik Hasil Jenis <i>Vlog</i> dan Motif <i>Vlogger</i> Generasi C dalam Memproduksi <i>Vlog</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.5	Matrik Hasil Produksi pesan dalam Konten <i>Vlog</i> Oleh <i>Vlogger</i> Generasi C di Media Sosial	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Jumlah Unggahan Konten di Media Sosial .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.2 Berita Anak Ingin Menjadi *Vlogger* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.3 Berita Teguran KPAI Terhadap Konten *Vlog* Awkarin dan Anya Geraldine **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4 Berita Teguran Mendikbud Terhadap Konten *Vlog* Awkarin dan Anya Geraldine **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.5 Kerangka Berpikir **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1 Logo *Youtube* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.2 Fitur Unggahan Video *Youtube* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.3 Fitur *Home* dalam *Youtube* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.4 Fitur *My Channel* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.5 Fitur *Playlist* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.6 Fitur *About* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.7 Fitur *Discussion* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.8 Fitur *Channels* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.9 Fitur *Subscription* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.10 Fitur Suka dan Tidak Suka **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.11 Fitur *Comment* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.12 Fitur *History* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.13 Fitur *Autoplay* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.14 Fitur *Youtube Editor* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.15 Tampilan Fitur *Youtube Leanback* . **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.16 Tampilan Fitur *Youtube Leanback* . **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.17 Tampilan Fitur *Youtube Offline* **Error! Bookmark not defined.**

ABSTRAK

Yunizar Riswanda Ardi, D1216076. POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL GENERASI C (Studi Deskriptif Penggunaan Identitas *Online*, Motif, dan Produksi Pesan dalam Konten Vlog oleh Vlogger Generasi C). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Skripsi, 2019.

Generasi C dikenal sebagai generasi *produsage* atau *produsen-usage* yang mengakses media sosial bukan saja untuk mengkonsumsi informasi namun juga memproduksi informasi salah satunya berbentuk *vlog*. *Vlog* menjadi salah satu konten informasi yang banyak dibuat oleh generasi C dan sangat populer, namun seringkali memicu kontroversi karena dianggap beberapa pihak mengandung adegan vulgar dan ucapan kasar yang tidak sesuai dengan norma dan budaya Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola penggunaan media sosial generasi C yang terdiri dari penggunaan identitas *online*, motif memproduksi *vlog*, dan produksi pesan dalam konten *vlog*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Computer Mediated Communication* (CMC), teori motif produksi konten di YouTube, dan teori logika desain pesan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan teknik analisis data model analisis interaktif. Pengambilan *sample* atau informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah informan empat orang yang terdiri dari *vlogger* profesional, semi-profesional, dan amatir. Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data yang meliputi; (1) wawancara tatap muka; dan (2) observasi terhadap konten *vlog* yang diunggah di *Youtube* periode September 2017-Oktober 2018.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi C cenderung menggunakan identitas palsu dalam memproduksi *vlog*, yaitu; *anonymity* dan *pseudoidentity*. Untuk tipe konten *vlog*, generasi C cenderung memproduksi tipe *personal vlog* dan *entertain vlog* dengan jenis konten dominan *daily vlog* dan ulasan makanan. Untuk motif memproduksi *vlog*, generasi C memiliki dua motif dominan yang mendasari mereka memproduksi *vlog*, yaitu; (a) *personal-use motive*; dan (b) *social motive*, serta satu motif lanjutan yaitu (c) *commercial motive* yang berkembang dari kedua motif sebelumnya.

Hasil penelitian untuk produksi pesan, generasi C dalam memproduksi konten *vlog* menggunakan tiga logika desain pesan, yang terdiri dari; (a) logika ekspresif; (b) logika konvensional; (c) logika retorik. Logika ekspresif digunakan untuk penegasan identitas dan citra *vlogger*, hiburan dan citra konten, serta penegasan dari situasi dan emosi tertentu yang dirasakan *vlogger*. Logika konvensional digunakan untuk efektivitas penyampaian pesan, penerimaan masyarakat, dan menghindari konflik. Logika retorik digunakan untuk menarik sentimen positif masyarakat untuk mendukung tujuan sosial tertentu, mengajak melakukan aktivitas baik dan sebagai pesan pelengkap pada konten *vlog*.

Kata Kunci: Generasi C, Produksi Pesan, Media Sosial, Identitas *Online Vlog*, Motif Memproduksi *Vlog*

ABSTRACT

Yunizar Riswanda Ardi, D1216076. GENERATION C'S PATTTERN OF SOCIAL MEDIA USE (The Descriptive Study of Online Identity Use, Motive, and Message Production of Vlog Content by Generation C Vlogger). Communication Studies Department of Faculty of Social and Politic Science Universitas Sebelas Maret Surakarta. Thesis, 2019.

Renowned for the name produsage (production usage) generation, Generation C's access to social media is not only known as a consumer. Moreover, they also tend to produce information in the form of vlog. Considered as one of information contents, the making of vlog is very popular among this Generation C. However, vlog in its trending journey can trig controversies for oftentimes. Vlog considerably contains lot of vulgar and swearing words, make some parties considered it inappropriate in any social norms of Indonesian culture.

The purpose of this research is to find out the Generation C's pattern of social media use, which consisted of the use of online identity, vlog production motive, and message production pattern of vlog content. Theories are used in this research are Computer Mediated Communication theory (CMC), content production motive in Youtube, and message design logic theory. This research is guided by descriptive approach, while the data is analyzed by interactive analysis model. There are four informants involved in this research that are categorized into three types, they are professional vlogger, semi-professional, and amateur. Data validity is tested by using triangulation of sources, such as; (1) direct interview; (2) observation of Youtube vlog around September 2017 to October 2018.

This research results that Generation C tends to use a fake identity in creating a vlog, such as anonymity and pseudoidentity. In regard to the type of content, Generation C tends to produce personal and entertainment vlog, dominantly a daily vlog and food review. As the vlog production motive, Generation C possess two dominant motives in creating a vlog, there are; (a) personal-use motive; and (b) social motive, and one motive in addition (c) commercial motive, which is developed by the two dominant motives.

In regard to message production, the results show that Generation C tends to use these three message design logics in creating a vlog, consisted of; (a) expressive logic; (b) conventional logic; and (c) rhetoric logic. Expressive logic is used for identity and image affirmation, entertainment and content's image, also affirmation of vlogger's situation and true emotion. Conventional logic is used for message delivery effectiveness, social acceptance, and conflict deterrence. Meanwhile, rhetoric logic is used to affect society's positive sentiment concerning to some certain social purposes, persuade good action, and as the vlog's complimentary message also.

Key Word: Generation C, Message Production, Social Media, Online Identity, Vlog, Vlog Production Motive