

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Youtube adalah satu situs web video sharing untuk menonton, memposting dan berbagi video secara gratis. Disini youtube sudah mulai intensitas tinggi sejak 5 tahun lalu karena di tahun 2007 youtube sudah dapat diakses secara gratis dan juga dulu masih belum ada yang mengenal media sosial terutama youtube. Oleh karena itu youtube sekarang sudah banyak diminati oleh berbagai kalangan. Mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa.

Disini manfaat dari video sosial experiment ialah menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesama dan juga mengajarkan kepada semua yang menonton bahwa berbagi itu indah dan peduli sesama itu penting. Biasanya pengunggah menggunakan platform youtube sebagai media untuk menyampaikan pesan sosial experiment yang berupa video.

Sekarang youtube menjadi sumber penghasilan bagi content creator yang memiliki subscriber diatas 100.000 dan juga mereka mendapatkan penghargaan silver play button dan semakin banyak subscriber maka pendapatan dan penghargaan bertambah. Dalam banyak penelitian tentang dampaknya youtube terhadap masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, youtube sekarang selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) dibalikinya, tanpa pernah berlaku sebaliknya.

Selain itu youtube belakangan ini menyediakan fitur – fitur baru salah satunya video populer dimana sosial experiment video milik channel BaPau menjadi trending #1 dan menjadi video populer di youtube yang menghasilkan 11jt viewers di episode “Jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!”

Kepedulian sosial yaitu sebuah sikap keterhubungan dengan kemanusiaan pada umumnya, sebuah empati bagi setiap anggota komunitas manusia. Kepedulian sosial adalah kondisi alamiah spesies manusia dan perangkat yang

mengikat masyarakat secara bersama-sama (Adler, 1927). Oleh karena itu, kepedulian sosial adalah minat atau ketertarikan kita untuk membantu orang lain.

Menurut KBBI kepedulian sosial artinya sikap mengindahkan (memprihatinkan) sesuatu yang terjadi dalam masyarakat. Sedangkan di Indonesia masih sedikit yang mempunyai rasa peduli. Hal tersebut karena masih banyak sikap orang-orang di Indonesia yang semena-mena memperlakukan sesama hanya karena menjadikan fisik atau penampilan sebagai tolak ukur seseorang untuk dihargai atau dihiraukan. Sehingga kurangnya rasa menghargai dan bersimpati terhadap sesama. Disisi lain, sosial eksperimen video juga menunjukkan bahwa didunia ini tidak butuh banyak orang sukses tetapi dunia membutuhkan banyak orang-orang baik untuk sekitar dalam berbagai hal termasuk peduli.

Peneliti merepresentasikan video sosial eksperimen menggunakan teori semiotika dengan model Charles S.Pierce yang didalamnya menggunakan model segitiga semiotika untuk mempermudah peneliti menyelesaikan analisis video sosial eksperimen, dengan mencari tanda-tanda cuplikan yang menunjukkan sosial eksperimen kemudian interpretannya peneliti menginterpretasikan tanda-tanda sosial eksperimen dan yang terakhir menganalisis objek melalui reaksi masyarakat dalam video tersebut.

Adanya konten social experiment di platform youtube ini berawal dari unggahan seorang pasutri aktris Indonesia yaitu Baim Wong dan Istrinya Paula. Yang menggunggah video pertama mengenai konten Social experiment dan menjadi beberapa episode. Semenjak adanya konten social experiment milik Baim Wong dan istrinya yang biasa disebut BaPau Channel ini menjadi Trending Youtube dan membuat triggered bagi konten kreator lainnya untuk membuat konten social experiment dengan topik yang berbeda. Munculnya tayangan seperti ini diharapkan masyarakat lebih meningkatkan tingkat kepedulian sesama. Dan sosial experiment video menunjukkan bahwa masih adakah orang-orang yang masih peduli dengan keadaan orang disekitarnya karena sejauh ini yang kita tahu adalah banyaknya orang yang hanya mempunyai belas kasihan tanpa adanya kepedulian terhadap sekitar.

Dahulu Youtube hanya sebuah platform untuk mengekspos diri secara sukarela, namun seiring berjalannya waktu, saat ini youtube lapangan pekerjaan

bagi sebagian orang. Saat ini, youtube bisa diakses oleh semua kalangan tanpa terkecuali baik dari balita maupun lansia. Konten yang ada di youtube pun bisa menyesuaikan umur penggunanya. Dahulu nya, pengguna internet hanya mengakses youtube sebagai hiburan, namun untuk saat ini youtube diakses untuk belajar, memperoleh data. Google menganalisis 57% pengguna youtube mencari hiburan, dan 86% melaporkan terbiasa mengunjungi web tersebut untuk menekuni hal baru.

Kedudukan youtube di Indonesia sebagai fasilitas publikasi konten video terus bertambah. Jumlah jam konten yang di unggah dari Indonesia bertambah lebih dari 2 kali lipat dari tahun ke tahun. Menurut pengguna internet, youtube mempermudah dalam mencari konten menarik dengan topic yang bermacam-macam. Peningkatan youtube ini telah mulai menyaingi tv selaku fasilitas media yang sangat selalu diakses orang Indonesia. Dari 1.500 responden yang ikut serta dalam riset, 53 % melaporkan mengakses youtube tiap hari, serta 57 persen melaporkan menyaksikan tv tiap hari.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas memudahkan peneliti dalam menyusun proposal ini maka diperlukan rumusan masalah seperti yang diuraikan dalam pertanyaan dibawah ini :

Bagaimana representasi kepedulian sosial dalam tayangan youtube sosial experiment?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka terdapat tujuan penulisan ini yaitu :

1. Untuk mengetahui representasi kepedulian sosial dari sosial experiment youtube baim paula

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat secara praktis, agar dapat memberikan kontribusi pada akademisi, khususnya di bidang ilmu komunikasi, serta menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi dunia pendidikan, khususnya di bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan analisis semiotika dalam youtube.
- b. Manfaat secara teoritis, sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan bagi perkembangan penelitian sejenis di masa yang akan datang



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peneliti terdahulu

Penelitian yang mengkaji atau berhubungan tentang materi tentang media sosial sudah ada yang membahasnya. Meski demikian, penulis menghadirkan beberapa penulisan skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Penulis menyajikannya sebagai bentuk perbandingan juga menghindari kesamaan peneliti dengan orang lain.

1. "Representamen pesan moral dalam video youtube organisasi peta berjudul "IF BARBERS ACTED LIKE SHEEP SHEARERS AND FARMERS" (Dhita Widya Putri, 2017)

Saat ini, kekerasan hewan telah menjadi masalah di kalangan kelompok masyarakat tertentu. Salah satunya adalah organisasi yang khusus memperjuangkan hak-hak hewan seperti People for Ethical Treatment of Animals (PETA). Ini menggunakan sejumlah media untuk menyampaikan pesan dan kampanyenya, misalnya melalui video yang diunggah di Youtube. Video berjudul "Jika Tukang Kebun Bertindak Seperti Shearers dan Petani Domba" menceritakan kisah tentang bagaimana domba disiksa ketika mereka dicukur. Menurut PETA, tujuan dari video ini adalah untuk mengurangi konsumsi wol dan bulu binatang. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan teori semiotik Charles Sanders Peirce. Hasil dari penelitian ini adalah pesan moral untuk tidak menyiksa makhluk hidup. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengukur persepsi penonton dari video ini dan memeriksa tingkat keberhasilan kampanye dan elemen sinematografi lainnya secara lebih rinci. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang sedang diteliti yaitu, penelitian diatas membahas mengenai pesan moral untuk tidak menyiksa makhluk hidup. Sedangkan penelitian saya yaitu mengenai sosial eksperimen kepedulian sosial terhadap sesama antar manusia yaitu orang gila. Persamaan penelitian diatas yaitu sama-sama merepresentasikan sesuatu menggunakan teori semiotika dari Charles S.Pierce.

2. “ Analisis semiotika pada iklan balonku sosial experiment di youtube “
(Nurrul Suciati Alamanda Linggawuni, 2018)

Penelitian ini berjudul ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN BALONKU SOCIAL EXPERIMENT DI YOUTUBE. Iklan merupakan hasil karya yang sangat unik dan menarik, karena menuangkan gagasan dalam bentuk gambar hidup, dan disajikan sebagai hiburan yang layak dinikmati oleh masyarakat. Maka dari itu peneliti memilih iklan sebagai subjek objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanda, petanda dan makna pada iklan “Balonku Social Experiment” sehingga dapat diketahui pemaknaan realitas subjektif yang terkandung pada iklan ini. Metode pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika dari Ferdinand De Saussure. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan, dan wawancara mendalam. Teknik analisis data pada penelitian kualitatif ini dilakukan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah pada iklan “Balonku Social Experiment” memiliki dua puluh satu scenes mengandung pemaknaan Realitas Subjektif yang terkandung di iklan “Balonku Social Experiment” yang dimana menunjukkan keputusan seseorang dalam menyikapi kebutuhan yang harus di prioritaskan. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang sedang peneliti teliti yaitu teori semiotika yang digunakan berbeda.

3. Pesan moral dalam tayangan drama komedi di media youtube (Analisis Isi pada Tayangan Drama Komedi Malang Melintang oleh Malang Strudel)
(Retno, Devi, 2018)

Tesis yang kurang lulus ini kebanyakan menceritakan tentang pesan moral yang terkandung dalam drama komedi di YouTube Media. Drama komedi berjudul Malang Melintang diproduksi oleh Malang Strudel yang menceritakan tentang aktivitas harian karyawan outlet Malang Strudel. Selain mengandung unsur komedi, Malang Melintang juga mengandung pesan moral yang peneliti kategorikan ke dalam tiga kategorisasi, yaitu moral agama, moral sosial, dan moral psikologi dengan dua belas sub kategori. Metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik

penelitian analisis isi. Objek penelitian ini adalah drama komedi “Malang Melintang” yang diproduksi oleh Malang Strudel bekerja sama dengan Bedasinema Pictures. Dalam hal ini, para peneliti mengamati dan memilih dari 24 episode hingga 10 episode dengan total 83 adegan, dan memilih dua coder atau helper untuk menjadikan penelitian ini lebih mudah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kategorisasi moral sosial menjadi yang paling dominan dengan frekuensi kemunculan 56 kali dengan persentase 45%. Ini menunjukkan bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa orang lain. Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan keberadaan manusia lain untuk berinteraksi. Sasaran pesan moral Melintang Malang adalah masyarakat umum dengan sub indikator orang dewasa dan anak-anak. Tujuan dari isi pesan moral dari drama komedi adalah universal, sehingga tidak hanya orang dewasa yang dapat menonton pertunjukan, tetapi anak-anak juga bisa mendapatkan nilai positif dalam pertunjukan komedi ini. Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang sedang diteliti yaitu penelitian diatas menghasilkan penelitian menunjukkan pesan moral bahwa manusia tidak bisa hidup sendiri tanpa orang lain. Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan keberadaan manusia lain untuk berinteraksi. Sedangkan pada penelitian yang sedang diteliti menunjukkan bahwa masih banyak manusia yang peduli terhadap sesama sekalipun itu adalah orang gila.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial adalah sebuah sarana interaksi sosial berbasis daring (dalam jaringan) yang terhubung dengan internet, yang berfungsi memudahkan penggunaannya untuk saling berbagi informasi atau cerita, berpartisipasi, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat sebuah jaringan.

2.2.2 Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Gamble, Teri dan Michael dalam *Communication Works*, media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa ke banyak orang, contohnya pesan melalui SMS maupun internet.

- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu gatekeeper.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Dari berbagai macam media sosial dengan kelebihanannya masing-masing, menjadi salah satu aspek perkembangan teknologi modern sekarang. Di mana segala informasi mudah sekali untuk diakses dan disebarluaskan dengan cepat. Berbeda pada zaman generasi X. Perkembangan teknologi belum berkembang pesat. Sehingga kebutuhan untuk berbagi informasi berbasis daring masih belum memadai.

Dalam memenuhi segala kebutuhan informasi yang cepat dan hemat. Sebagian dari generasi millennial perlahan-lahan telah jarang menyerap sumber informasi yang terhidang melalui televisi, radio, surat kabar atau semacamnya. Berbeda halnya dengan media sosial. Generasi milenial merasa lebih leluasa mengakses segala informasi yang ada didalamnya. Informasi yang diperoleh dapat dengan mudah diketahui dan cepat disebarkan ke berbagai kalangan masyarakat.

2.2.3 Jenis-jenis media sosial

Mengakses media sosial menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang itu dikarenakan adanya kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi sekarang semakin Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu :

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, myspace, hi5, Linked in, bebo, dll)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (google talk, yahoo! M, skype, phorum, dll)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music, dll (youtube, slideshare, feedback, flickr, crowdstorm, dll)
4. Publish, (wordpress, wikipedia, blog, wikia, digg, dll)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (koongregate, doof, pogo, cafe.com, dll)
6. MMO (kartrider, warcraft, neopets, conan, dll)

7. Virtual worlds (habbo, imvu, starday, dll)
8. Livecast (y! Live, blog tv, justin tv, listream tv, livecastr, dll)
9. Livestream (socializr, froendsfreed, socialthings, dll)
10. Micro blog (twitter, plurk, pownce, twirxr, plazes, tweetpeek, dll)

Sosial media meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan ttidak peduli siang atau pun malam.

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dll).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll.

Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara didunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

2.3 Youtube

Sejarah YouTube YouTube adalah perusahaan yang mengumpulkan koleksi user generated content, memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film full-length. Melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video online. YouTube terutama

memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman homepage dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam video-nya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO). Youtube hari ini adalah anak perusahaan dari Internet pencari raksasa Google. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Perusahaan youtube berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah pizzeria dan restoran Jepang di San Mateo, California. Nama domain www.youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Video pertama di YouTube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Video ini diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini. YouTube menawarkan uji beta pada Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari. Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan YouTube dan penjelajah web Chrome, sehingga videovideo YouTube bisa ditonton di Google+. Bulan Desember 2011, YouTube meluncurkan antarmuka baru. Kanal video

ditampilkan di kolom tengah halaman utama, sama seperti umpan berita situs-situs jejaring sosial. Pada saat yang sama, versi baru logo YouTube dipasang dengan bayangan merah yang lebih gelap. Inilah perubahan desain pertama mereka sejak Oktober 2006.

2.3.1 Sejarah Perusahaan

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign. Menurut cerita yang berulang-ulang diterbitkan di media, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan "tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen".

YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah restoran Jepang dan pizzeria di San Mateo, California. Nama domain www.youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Video pertama di YouTube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Video ini diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang di situs ini. YouTube menawarkan uji beta pada Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket dan pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per hari.

Pemilihan nama www.youtube.com memunculkan masalah dengan situs bernama serupa, www.utube.com. Pemilik situs tersebut, Universal Tube & Rollform Equipment, mengajukan tuntutan hukum terhadap YouTube pada bulan

November 2006 setelah situsnya dibanjiri pengunjung yang ingin mencari YouTube. Universal Tube sejak itu mengubah nama situsnya menjadi www.utubeonline.com. Pada bulan Oktober 2006, Google Inc. (Wikipedia Ensiklopedia Bebas - Youtube, 2020)

2.3.2 Konten Youtube

Sebagai komunitas berbagai video, sudah pasti banyak video wara wiri di youtube. Bisa dibbilang, semua jenis video yang ingin ditonton orang tersedia di youtube. Kebanyakan video yang ada di youtube merupakan video individual, yang dibuat oleh orang dengan kemampuan membuat video secukupnya.

Banyak dari video tersebut berisi hal hal sederhana seputar kehidupan rumah dan keluarga, mulai dari kelucuan bayi, pesta ulang tahun, sampai rekaman pentas sekolah ada juga video blogs (biasanya disingkat menjadi Vlogs) yang memuat dari semua hal yang diucapkan pembuatnya yang merupakan curahan isi hati dan pikirannya. Siapa yang memiliki alat rekam (kamera, handycam, dan sebagainya) bisa meng-upload video rumahan ke youtube agar bisa dilihat oleh semua orang diseluruh dunia.

Video-video lain di youtube juga ada yang memang dibuat secara profesional. Sekelompok pembuat film profesional yang meng-upload video hasil garapan mereka yang kemudian mengubah youtube menjadi sebuah repositori film. Tak heran jika film-film buatan pelajar serta video latihan para aktor dan sutradara juga banyak ditemui di youtube.

Youtube juga merupakan repositori video-video lawas. Bagi mereka yang penasaran seperti apa tayangan iklan tempo dulu, video klip lagu lagu lama, atau acara tv jaman dulu bisa berburu video-video tersebut dari youtube. Tetapi terkadang video-video tersebut sudah dihapus oleh pihak youtube karena adanya permintaan dari si peng-upload video tersebut. Jadi tak jarang jika video yang ingin dilihat ternyata sudah dihapus.

Bicara soal video musik, youtube memegang peranan penting penyebaran video musik dari berbagai genre. Banyak artis dari perusahaan rekaman yang memanfaatkan youtube untuk mempromosikan musik dan band baru. Bagi penyuka musik, youtube tak ubahnya seperti “taman rekreasi” yang

menyenangkan. Para penggemar musik bisa menonton video musik yang beragam, mulai dari yang bergenre rock, jazz sampai yang aliran musik keras seperti hardcore musik.

2.3.3 Fitur – fitur Youtube

1. *Youtube Editor*

Walaupun dengan fasilitas terbatas namun fitur ini dapat anda gunakan untuk mengedit video secara online di youtube. Fitur ini dapat diakses melalui alamat : <https://www.youtube.com/editor>

Fitur edit video ini hanya mempunyai fungsi dasar pengolahan video, seperti menggabungkan, memotong, memberi transisi, musik dan memutar video. Namun demikian anda dapat memberi efek warna, slow motion dan efek canggih lainnya. Cara menggunakan fitur ini adalah anda harus mengunggah videonya terlebih dahulu. Setelah itu anda dapat mengedit video tersebut dengan menyeret (drag) ke bagian timeline di youtube editor.

2. *Youtube leanback*

Fitur ini memungkinkan anda menonton video selayaknya anda menonton tv. Youtube leanback memainkan video berkualitas tinggi. Selain itu, anda juga dapat menentukan sendiri ukuran video dengan layar penuh.

Kategori video juga dapat anda pilih sesuai keinginan. Yang menjadi kelebihan youtube leanback adalah anda dapat menghubungkan TV ke komputer untuk menikmati nonton youtube di TV.

3. *Always play full HD on Full Screen*

Sering kali kita terganggu dengan berubahnya kualitas video saat menonton. Youtube memiliki opsi yang akan secara otomatis memungkinkan kita memilih kualitas video yang kita lihat. Jika koneksi internet kita lambat, kita dapat memilih kualitas video yang lebih rendah.

4. *Youtube live*

Fasilitas ini memungkinkan anda menonton berbagai siaran langsung melalui youtube. Melalui alamat ini <https://www.youtube.com/live> anda akan diberikan berbagai macam pilihan tontonan.

5. *Video popular*

Sebelumnya channel ini bernama youtube chart. Namun saat ini, jika kita membuka link <http://youtube.com/chart> akan diarahkan ke alamat <http://youtube.com/video>. Channel ini berisi video yang sedang populer di sebuah negara. Secara otomatis jika kita membuka tautan tersebut akan menampilkan video yang sedang ngetop di Indonesia pada bagian paling atas.

6. *Youtube movies*

Anda dapat menonton berbagai macam film bioskop secara legal pada alamat ini: <http://www.youtube.com/user/YouTubeMoviesWW>

Channel ini khusus untuk penggemar film yang ingin menonton film dengan durasi penuh. Dibagi menjadi berbagai macam kategori dan mempunyai kualitas hingga full HD. Film ini diunggah oleh penciptanya dengan tujuan untuk mendapatkan pendapatan dari iklan yang muncul.

Walaupun tidak banyak film box office, namun channel ini mempunyai koleksi berbagai macam film bagus dan terkenal. Anda bahkan dapat memilih berbagai macam film dari berbagai negara.

2.3.4 Kelebihan dan kekurangan youtube

2.3.4.1 Kelebihan

- a. Sumber informasi
- b. Media promosi
- c. Sumber hiburan yang kaya akan kreatifitas
- d. Menjadi sumber penghasilan

2.3.4.2 Kekurangan

- a. Masih banyak berita hoax. Hal ini kerap terjadi di youtube, masih ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dengan menebar fitnah. Mungkin pihak youtube bisa memberikan tindakan atas hal ini
- b. Masih ada konten yang mungkin tidak pantas dilihat oleh anak-anak dengan kategori 18+ masih ada video video yang berbau dewasa yang tidak ada verifikasi alias bisa langsung diakses siapa saja

- c. Ada beberapa negara yang memblokir youtube. Beberapa adalah cina,turki,iran,korea,utara dan masih ada lagi, alasan diblokir adalah karena tentang kevlgaran konten.

2.4 Social Exsperiment

Social Exsperiment adalah proyek penelitian yang dilakukan dengan subyek interaksi antar manusia di dunia nyata. Ini biasanya menyelidiki dampak dari intervensi kebijakan kepada individu, keluarga, bisnis, tingkat atau kelas, atau unit lain ke perlakuan yang berbeda serta kondisi terkendali yang mewakili status quo secara acak. Kualifikasi "sosial" membedakan kebijakan eksperimen dari percobaan "klinis", (untuk klinis, biasanya intervensi medis di dalam tubuh subjek, dan juga dari percobaan laboratorium, seperti fakultas psikologi universitas dapat melakukan kondisi terkendali sepenuhnya). Dalam eksperimen sosial, pengacakan untuk percobaan kepada responden adalah satu-satunya elemen di lingkungan subjek yang dikendalikan oleh peneliti. Semua elemen lainnya tetap seperti apa adanya. Percobaan sosial sering disebut sebagai "standar emas" untuk evaluasi program dan proses reformasi. Dalam mengukur dampak program sosial, peneliti harus menilai hasil populasi yang relevan dengan ketika belum diadakannya program. Hampir setiap kelompok perbandingan alami, bagaimanapun, akan berbeda dengan komposisi kelompok yang terstruktur, biasanya karena bias responden (di luar percobaan, orang memilih untuk menerima perlakuan atau tidak menerima). Pengacakan menciptakan kelompok kontrol yang secara statistik identik dalam sampel besar dengan kelompok yang ditugaskan untuk menerima perlakuan. (Wikipedia Ensiklopedia Bebas-Eksperimen Sosial , 2017)

2.5 Semiotika

2.5.1 Definisi Semiotika

Secara etimologis, istilah *semiotic* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti "tanda". Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat mewakili sesuatu yang lain (Eco,1979:16). Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik

atau asklepiadik dengan perhatiannya pada sintomatologi dan diagnostic inferensial (Sinha, dalam Kurniawan, 2001:49). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco,1979:6). Van Zoest (1996:5) mengartikan semiotic sebagai “ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengiri’;mannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika, atau dalam bahasa istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes,1998:179;Kurniawan, 2001:53). Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam system bahasa yang bersangkutan. Dalam penelitian sastra, misalnya (strukturalisme) dan hubungan antara tanda dan apa yang ditandakan (semantik).

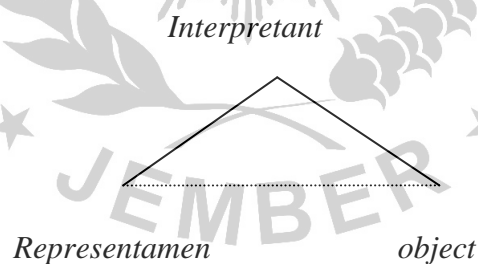
Secara singkat dapat dikatakan bahwa studi semiotika disusun dalam tiga poros. Poros horizontal menyajikan tiga jenis penyelidikan semiotika (murni, deskriptif, dan terapan); poros vertikal menyajikan tiga tataran hubungan semiotic (sintaktik, semantic, dan pragmatik); dan poros yang menyajikan tiga kategori sarana informasi (*signals,sign,dan symbols*), (Drs. Alex Sobur, 2009)

2.5.2 Semiotika Visual

Semiotika visual (*visual semiotics*) pada dasarnya merupakan salah sebuah bidang studi semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual senses*). Apabila kita konsisten mengikuti pengertian ini, maka semiotika visual tidak lagi terbatas pada pengkajian seni rupa (seni lukis, patung, dan seterusnya) dan arsitektur semata-mata, melainkan juga segala macam tanda visual yang kerap kali atau biasanya dianggap bukan karya seni (Budiman, 2011) salah satu teori yang peneliti terapkan ialah :

Charles S. Pierce

sebuah tanda atau representamen (*representamen*), menurut Charles S. Pierce (1986:5&6), adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu dinamakan sebagai interpretan (*interpretant*) dari tanda yang pertama pada gilirannya mengacu pada objek (*object*). Dengan demikian, sebuah tanda atau representamen memiliki relasi triadic langsung dengan interpretan dan objeknya. Apa yang disebut proses semiosis merupakan suatu proses yang memadukan entitas yang disebut sebagai representamen tadi dengan entitas lain yang disebut sebagai objek. Proses semiosis ini sering pula disebut sebagai signifikasi (*signification*).



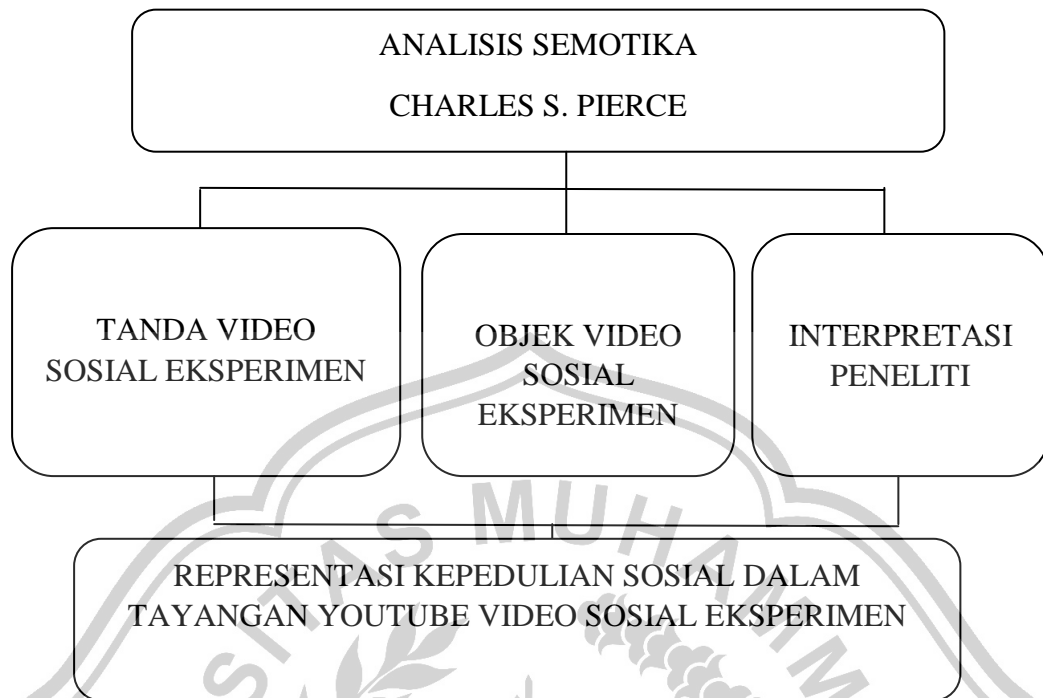
Karena proses semiosis seperti tergambar pada skema diatas ini menghasilkan rangkaian hubungan yang tak berkesudahan, maka pada gilirannya sebuah interpretan lagi, menjadi representamen lagi, dan seterusnya, *ad infinitum*. Bagi Pierce (Pateda,2001:44), tanda “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity.*” Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, oleh Pierce disebut *ground*.Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *representamen*) selalu terdapat dalam hubungan triadic yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*. Atas dasar hubungan ini Pierce (lihat Pateda, 2001:44) mengadakan

klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan ground dibaginya menjadi *qualisign*, *sinsign* dan *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya kata-kata kasar, keras, lemah, lembut, merdu. *Sinsign* adalah eksistensi actual benda atau peristiwa yang ada pada tanda; misalnya kata kabur atau keruh yang ada pada urutan kata air sungai keruh yang menandakan bahwa ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas menandakan hal-hal yang boleh atau tidak boleh dilakukan manusia.

Berdasarkan objeknya, Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah tanda yang bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya, potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Contoh yang paling jelas ialah asap sebagai tanda adanya api. Tanda dapat pula mengacu ke denotatum melalui konvensi. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Berdasarkan *interpretant*, tanda (*sign*, *representamen*) dibagi atas *rheme*, *dicent sign* atau *dicisign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan. Misalnya, orang yang merah matanya dapat saja menandakan bahwa orang itu baru menangis, atau menderita penyakit mata, atau mata dimasuki insekta, atau baru bangun, atau ingin tidur. *Dicent sign* atau *dicisign* adalah tanda sesuai kenyataan. Misalnya, jika pada suatu jalan sering terjadi kecelakaan, maka di tepi jalan dipasang rambu lalu lintas yang menyatakan bahwa di situ sering terjadi kecelakaan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

2.6 Kerangka Berpikir



(Sumber : Peneliti)

Berdasarkan bagan kerangka berfikir diatas, peneliti membuat 2 kotak besar untuk memudahkan peneliti, kotak besar bagian atas adalah kotak kerangka konseptual dimana dalam kotak kerangka konseptual tersebut berisi konsep peneliti yaitu menggunakan teori semiotika model Charles S. Pierce yang mana pada model nya, Charles membuat skema segitiga yaitu sign(tanda), interpretant(interpretan) dan object (objek).

Sedangkan pada kotak besar bawah adalah kerangka analisis yang nantinya peneliti akan menggunakan kerangka konseptual untuk mempermudah peneliti menyelesaikan analisis video sosial eksperimen, dengan mencari tanda-tanda cuplikan yang menunjukkan sosial eksperimen kemudian interpretannya peneliti menginterpretasikan tanda-tanda sosial eksperimen dan yang terakhir menganalisis objek melalui reaksi masyarakat dalam video tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Kirk dan Miller (1986:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahnya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia keberagaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna. (Anggito & Setiawan, 2018).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah yang akan diteliti atau masalah yang akan dijadikan objek penelitian, yaitu suatu problem yang harus dipecahkan atau dibatasi melalui penelitian. Di dalam penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian adalah “ youtube social experiment baim paula episode JADI ORANG GILA ENAK JUGA!! PRANK ROMANTIS BARENG PAULA!! ”.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

a. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengunduh video yang diupload oleh channel YouTube Baim Paula pada episode jadi orang gila enak juga!! prank romantis bareng paula!!

2. Data Sekunder

a. Observasi

Metode observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan

dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan. Disini peneliti melakukan observasi dengan mengamati setiap adegan yang ada di tayangan video sosial experiment channel baim paula yang menunjukkan kepedulian sosial.

c. Pustaka

Studi Kepustakaan yaitu penelitian ini dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data dari sumber buku dan literatur yang relevan seperti buku, jurnal penelitian, dan dari sumber bacaan dari internet yang tentunya dapat dipercaya keabsahan datanya.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam bentuk kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara maupun observasi. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Charles S Peirce, dimana terdapat tanda-tanda, objek dan interpretasi.

Peneliti menganalisis beberapa adegan yang menunjukkan kepedulian sosial di dalam media youtube untuk merepresentasikan sosial experiment dalam video channel baim paula pada episode jadi orang gila enak juga!! prank romantis bareng paula!! Dengan menggunakan acuan skema dari charles s peirce. Berikut adalah tahapan dalam melaksanakan analisis semiotika yang dikemukakan oleh Jane Stokes (<http://repository.unikom.ac.id>) :

1. Mendefinisikan objek analisis atau penelitian

Objek analisis haruslah sesuatu yang memungkinkan kita untuk menguji hipotesis sementara. Objek analisis dalam penelitian ini adalah “ youtube social experiment baim paula episode JADI ORANG GILA ENAK JUGA!! PRANK ROMANTIS BARENG PAULA!! ”.

2. Mengumpulkan teks

Dalam penelitian ini, teks adalah tanda dan lambang dalam channel baim paula. Sosial experiment tersebut berbentuk video untuk di jadikan subjek penelitian.

3. Mendeskripsikan teks

Tahap pertama dari analisis adalah menerangkan isi teks dengan hati-hati. Secara cermat, kita harus mengidentifikasi semua unsur di dalam teks.

4. Menafsirkan teks

Selanjutnya, kita dapat memulai mendiskusikan makna dan implikasi masing-masing tanda secara terpisah, kemudian secara kolektif. Dalam tahap ini kita akan menimbang makna konotasi dari teks.

5. Menjelaskan kode-kode kultural

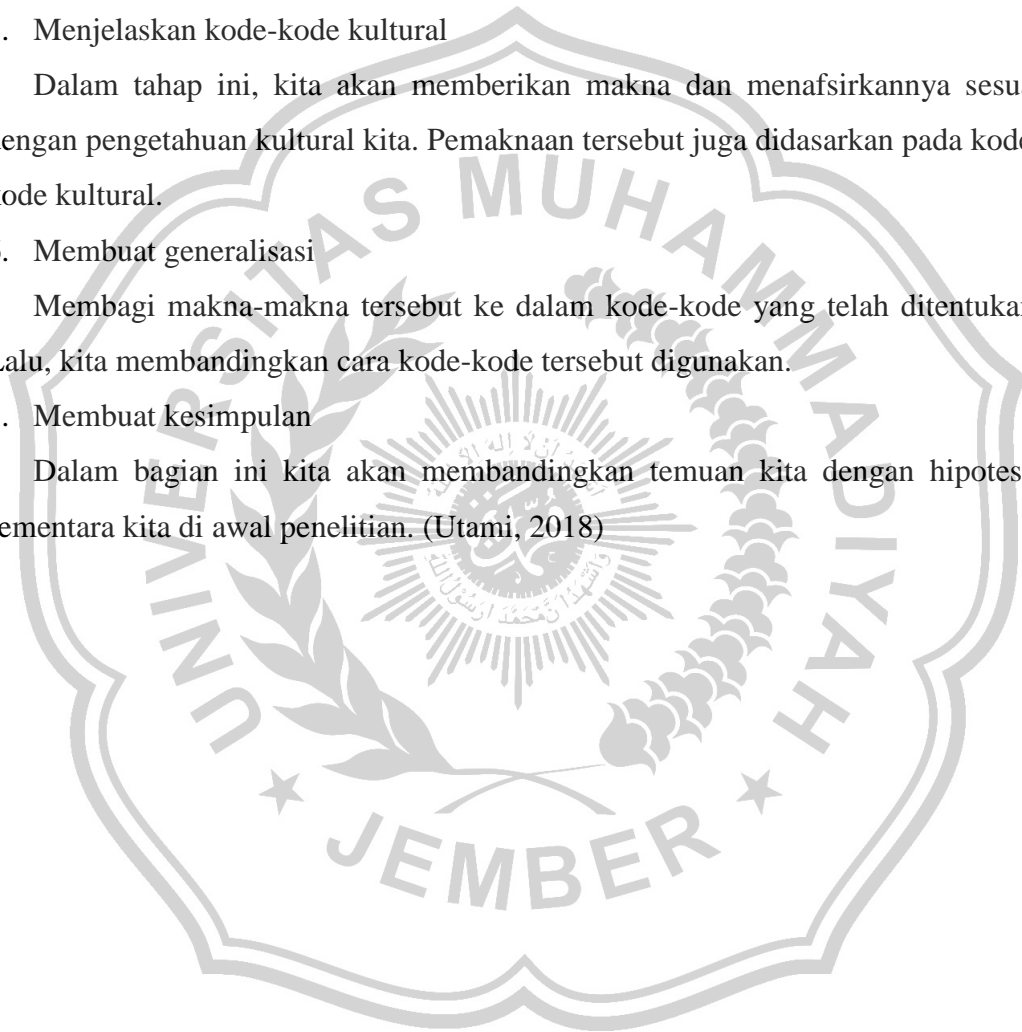
Dalam tahap ini, kita akan memberikan makna dan menafsirkannya sesuai dengan pengetahuan kultural kita. Pemaknaan tersebut juga didasarkan pada kode-kode kultural.

6. Membuat generalisasi

Membagi makna-makna tersebut ke dalam kode-kode yang telah ditentukan. Lalu, kita membandingkan cara kode-kode tersebut digunakan.

7. Membuat kesimpulan

Dalam bagian ini kita akan membandingkan temuan kita dengan hipotesis sementara kita di awal penelitian. (Utami, 2018)



BAB IV

GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Konten video sosial eksperimen “Jadi orang gila Enak juga, Prank romantis bareng paula” yang diunggah oleh Channel BAPAU pada 22 Juni 2019 berhasil menjejaki trending video nomer #1 dengan viewer sebanyak 1,857,060,052 views. Dimana didalam video tersebut tidak hanya berisi Baim yang sedang menyamar sebagai orang gila saja akan tetapi terdapat beberapa tanda yang bisa dianalisis menggunakan semiotika Charles S.Pierce. Konten Sosial eksperimen atau “Jadi Orang gila Enak Juga!! Prank Romantis Bareng Paula”



**JADI ORANG GILA ENAK JUGA !! PRANK
ROMANTIS BARENG PAULA !!**

4.1.1 Profil Singkat Pemilik Akun Youtube Bapau

a. Profil Baim Wong

Nama	: Muhammad Ibrahim a.k.a Baim Wong
Tempat,Tanggal Lahir	: Jakarta, 27 April 1981
Usia	: 40 Tahun
Profesi	: Seniman, dan Youtuber.
Orang Tua	: Johnny Wong (ayah), Kartini Marta Atmadja (Ibu)
Saudara	: Dewi Safitri, Kiki Zea Putri, M. Daud, M. Hamzah
Istri	: Paula Verhoeven

Anak : Kiano Tiger Wong.

Sudah 20 tahun Baim Wong berkecimpung dalam dunia hiburan tanah air, dan sudah membintangi kurang lebih 8 film layar lebar, 12 sinetron dan ftv. Baim Wong merupakan anak bungsu dari 5 bersaudara dan kedua orang tua merupakan seorang pengusaha. Baim pun tidak kalah dengan orang tua nya, ia memiliki setidaknya ada 9 bisnis. Pada tahun 2018, Baim Wong kemudian memutuskan menikah dengan seorang model bernama Paula Verhoeven.

b. Profil Paula Verhoeven

Nama : Paula Verhoeven
 Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 18 September 1987
 Usia : 34 Tahun
 Profesi : Model, Aktris dan Youtuber
 Orang Tua : Eddy Verhoeven (Ayah), Herlina Verhoeven (Ibu)
 Saudara (Adik) : Chelzea Verhoeven (Adik), Mizheel Verhoeven (Adik)

Paula Verhoeven adalah seorang model, aktris dan youtuber. Keturunan Belanda-Tionghoa. Paula adalah seorang alumnus London School of Public Relation dengan jurusan Public Relations. Profesinya sebagai model sudah ia tekuni sejak masih remaja, di mana saat itu ia masih tinggal bersama keluarganya di Semarang. Namanya mulai dikenal setelah ia menjuarai ajang Ellite Model Look pada tahun 2003. Kecintaanya pada dunia modeling membuatnya tegerak untuk membangun sekolah modeling pada tahun 2018 yang diberi nama Supermodels Project. Sekolah ini diinisiasi juga oleh tiga model kenamaan Tanah air lainnya, yaitu Dominique Diyose, Laura Muljadi, dan Kelly Tandiono. Sukses sebagai model, tidak membuatnya cepat berpuas hati. Ia terjun ke dunia seni peran pada tahun 2014 lewat film Supernova: Kesatria, Puteri & Bintang Jatuh. Paula dan Baim Wong menggelar akad nikah di Gedung The Tribraata, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan pada 22 November lalu. Pada 24 November 2018, keduanya menggelar resepsi pernikahan di tempat yang sama seperti prosesi akad nikah. Dan dikarunia anak bernama Kiano Tiger Wong

4.1.2 Profil channel youtube Baim Paula

Channel youtube baim paula adalah channel yang bergabung sejak 4 juni 2016 lalu. Akan tetapi akun channelnya mulai aktif tepat 1 tahun yang lalu yang diawali dengan video baim challenge kemudian di video ketiga dimulai dengan video yang segmentnya mengenai prank tetapi prank yang positif. Singkatan dari nama Channel BAPAU yaitu Baim Paula dimana paula itu adalah istri dari baim. Segment prank dari bapau sendiri adalah prank yang positif dimana hal tersebut dapat menarik perhatian penonton youtube sehingga menghasilkan pengikut atau subscriber kurang lebih 14,3juta dan total video hingga saat ini ada 222 tayangan video di channelnya dan sudah ditonton sebanyak 1,857,060,052 views. Dari banyaknya tayangan-tayangan video prank dari BAPAU peneliti hanya melakukan analisis pada satu tayangan video yang berjudul “jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!” dimana peneliti memilih tayangan itu dikarenakan tayangan tersebut memiliki views terbanyak dan juga ada beberapa adegan yang memiliki makna untuk dianalisis menggunakan analisis semiotika. Adanya konten video sosial eksperimen tidak banyak para artis yang membuat konten tentang video sosial eksperimen, akan tetapi baim bukan satu – satunya yang membuat video sosial eksperimen karena ide video sosial eksperimen tersebut dimulai dari luar negeri. Di indonesia sendiri sudah ada yang pernah mengunggah konten tentang video sosial eksperimen selain baim wong seperti : Who Care ID, ISARB K2, Zan Films.

4.1.3 Sejarah video sosial eksperimen

Kepedulian sosial atau sosial eksperimen bahasa yang sering kita dengar adalah sikap peduli terhadap sesama seperti pada umumnya, sebuah empati bagi setiap anggota komunitas manusia. Akan tetapi, masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa sosial eksperimen itu adalah kegiatan yang negatif. Dan masih banyak juga sikap masyarakat yang semena mena memperlakukan sesamanya hanya karena menjadikan fisik atau penampilan sebagai tolak ukur seseorang untuk dihargai atau dihiraukan. Sehingga kurangnya rasa menghargai dan bersimpati terhadap sesama. Adanya channel BAPAU mengubah stigma masyarakat menjadi positif, karena di dalam video sosial eksperimennya

menunjukkan bahwa di dunia ini tidak butuh banyak orang sukses tetapi dunia membutuhkan banyak orang baik, hampir 95% pranknya itu positif membantu masyarakat yang membutuhkan 5% nya yaitu prank Paula dan Kiano.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Semiotika Sosial Eksperimen

1. Ide cerita konten video sosial eksperimen



(Gambar 4.2.1 Baim Menjadi orang gila)

Ide konten video sosial eksperimen “Jadi orang gila enak juga !! Prank romantis bareng Paula!!” merupakan ide yang berasal dari Baim dan Paula sendiri yang mana maksud dari ide konten tersebut ingin melihat tanggapan atau tindakan masyarakat sekitar saat melihat orang gila berlalu lalang. Biasanya orang gila hanya dibiarkan saja, tidak dipedulikan, atau dijauhi. Dan dalam konten video sosial eksperimen baim jika ada orang yang merespon orang gila yang melewatinya akan diberi uang sebagai tanda bahwa orang yang merespon orang gila tersebut masih peduli terhadap satu sama lain meskipun orang yang ia respon adalah orang gila.

2. Make Up



(Gambar 4.1.2 Baim saat di Make Up karakter orang gila)

Make Up menjadi orang gila Baim sengaja mendatangkan dua orang *Make Up Artist* dan *Make Up Art* yaitu Novi dan Ananda Josep demi totalitasnya Baim memerankan peran sebagai orang gila. Berdandan karakter menjadi orang gila tidak membutuhkan waktu yang sangat lama karna dikerjakan oleh dua orang MUA terbaik dan selesai dalam waktu kurang lebih 1 jam.

3. Penyutradaraan



(Gambar 4.1.3 Kameramen yang menyorot target)

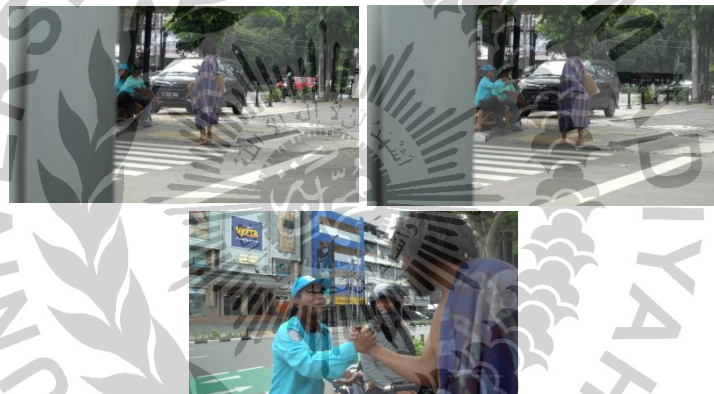
Didalam konten sosial eksperimen "Jadi orang gila enak juga !! Prank romantis bareng Paula!!" Baim tidak sendiri mendokumentasikan nya akan tetapi dibantu oleh tiga orang kameramennya. Cameramen 1 mengambil gambar dengan kamera tersembunyi, cameramen 2 mengambil gambar CU(*CloseUp*), MCU(*Medium Close Up*) saat didalam mobil dan cameramen 3 mengambil gambar LS(*Longshot*), FS(*Fullshot*).

4.2.2 Analisis Semiotika Charles S Pierce

Dari hasil teknik analisis data, terdapat tayangan video sosial eksperimen selama 10 menit berdasarkan makna pesan tersembunyi dan makna realitas kepedulian sosial terhadap sesama terhadap orang gila dalam video "Jadi orang gila enak juga !! Prank romantis bareng Paula!!". Makna tersebut yaitu :

1. (04.22-05.36) Tukang Parkir Menawarkan Kue Cubit pada Baim

a) Tanda :



(Gambar 4.2.1 Target Tukang Parkir)

- b) Objek – tukang parkir memberikan sebuah makanan kepada baim karena menyadari bahwa baim adalah orang gila.
- c) Interpretan – Dalam adegan tersebut menjelaskan kehadiran baim yang menyamar menjadi orang gila dan meminta makanan kepada tukang parkir. Adegan diatas menginterpretasikan bapak tukang parkir adalah orang yang peduli terhadap sesama sekalipun itu orang gila. Kepedulian tersebut ditunjukkan saat adegan bapak tukang parkir memberikan kue cubit untuk baim yang menyamar sebagai orang gila beberapa menit setelah itu baim mengeluarkan beberapa lembar uang untuk diberikan kepada bapak tukang parkir tersebut. Akan tetapi beliau sempat menolak uang yang baim berikan karena merasa bukan haknya lalu baim tetap

memberikan uangnya dan memberitahu bahwa yang menjadi orang gila itu adalah baim wong yang sedang membuat konten sosial eksperimen.

2. (08.52-10.00) Supir Taxi Memberi Uang kepada Baim

a) Tanda :



(Gambar 4.2.2 target Supir Taxi)

- b) Objek : Supir taxi memberikan uang kepada baim yang menyamar sebagai orang gila
- c) Interpretan : Adegan diatas menggambarkan baim telah berpindah lokasi ke daerah Pondok Indah Mall. Baim sempat diusir oleh petugas satpam Mall karena takut akan mengganggu pengunjung. Lalu, baim berjalan menyusuri kawasan sekitar Mall dan melewati kumpulan supir taxi yang sedang menunggu penumpang. Saat baim melewati sekumpulan supir taxi tersebut. Ada salah seorang supir yang tiba-tiba memberikan baim uang tanpa baim minta. Adegan tersebut menunjukkan sikap peduli seorang bapak supir taxi terhadap sesama tanpa memandang orang yang ia pedulikan seperti apa. Setelah baim menerima uang dari bapak supir taxi tersebut, baim kembali mengeluarkan sejumlah uang dalam tas nya yang ditutupi sarung nya semabri mengeluarkan uang untuk diberikan kepada supir tersebut, Baim mengakui bahwa ia adalah baim wong yang menyamar sebagai orang gila untuk konten youtubena “ Sosial Eksperimen” dan bapak tersebut akhirnya menyadari, senang dan berterimakasih kepada Baim.

3. (10.40-12.20) Pedagang kelontong terbangun dan memberikan uang receh kepada baim supaya lekas pergi

a) Tanda :

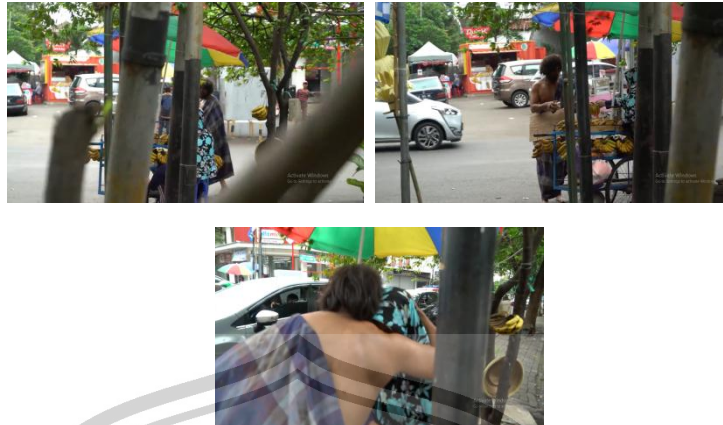


(Gambar 4.2.3 Target Bapak pemilik warung kecil)

- b) Objek : Pedagang kelontong terbangun gara gara dibangunkan oleh baim lalu memberi baim uang receh
- c) Interpretan : Adegan diatas menggambarkan baim yang menyamar sebagai orang gila datang menghampiri bapak-bapak pedagang kelontong yang tidur terlelap di sebuah kursi kayu panjang di sebelah gerobaknya. Bapak pedagang tersebut terbangun dengan raut wajah yang kesal karena merasa terganggu, ketika hendak marah karena di bangunkan, bapak pedagang tersebut menyadari yang membangunkan hanya orang gila yang sedang iseng. Lalu, beliau merogoh saku celananya dan memberi baim uang receh seribu rupiah dengan maksud agar baim yang menyamar sebagai orang gila segera pergi dari tempat bapak pedagangnya. Bukan nya pergi, baim wong yang menyamar sebagai orang gila malah tertawa terbahak-bahak karena pedagang yang sedang di jahili nya adalah tetangga dekat rumah nya. Kemudian Baim mengakui bahwa ia menyamar sebagai orang gila dan meberikan bapak pedagang tersebut uang sebesar satu juta rupiah karena bapak pedagang tersebut membuktikan bahwa masih banyak orang yang peduli terhadap sesama meskipun bapak pedagang tersebut juga sedang kesulitan dalam ekonomi nya.

4. (13.23-13.54) Baim menghampiri pedagang pisang.

a) Tanda :



(Gambar 4.2.4 Target Ibu Pedagang pisang)

- b) Objek : Ibu pedagang pisang, spontan memberikan 1 sisir pisang untuk baim
- c) Interpretan – Adegan diatas menggambarkan baim sedang berjalan di jalan raya melewati pedagang pisang yang mangkal di pinggir jalan. Tanpa Baim meminta pisang itu, ibu pedagang pisang tersebut memberikan baim 1 sisir buah pisang. Setelah menerima satu sisir buah pisang tersebut baim yang menyamar sebagai orang gila berjalan terus. Kemudian, Baim balik lagi ke ibu pedagang pisang tersebut dengan alasan meminta kresek dengan menyelipkan beberapa lembar uang. Akan tetapi, ibu pedagang pisang belum menyadari Baim ketika menyelipkan beberapa lembar uang diatas dagangannya. Lalu, ketika baim akan pergi ibu tersebut menyadari uang baim tertinggal, akan tetapi baim kembali dengan mengeluarkan mengeluarkan beberapa uang lagi untuk diberikan kepada ibu pedagang pisang tersebut. Dan memeluk ibu pedagang tersebut yang menangis terharu. Adegan diatas menunjukkan sikap kepedulian si ibu pedagang pisang, bahwa peduli tanpa harus memandang siapa dan seperti apa orang yang akan dipedulikan. dan tanpa berpikir panjang memberikan baim satu sisir pisang dagangannya.

4.2.3 Representasi Video Sosial Eksperimen “Jadi Orang Gila Enak Juga!! Prank Romantis bareng Paula!!”

Video eksperimen sosial merupakan video yang dibuat untuk memprovokasi topik yang diangkat, dan mengetahui secara alami respons yang didapat dari orang yang dijadikan subjek pengambilan gambarnya. Demi mendapat hasil respons yang alami biasanya dilakukan dengan kamera tersembunyi. Namun, ada juga yang langsung secara spontan dan terang-terangan dalam mengambil gambarnya. Semua itu dilakukan tanpa ada perjanjian atau kesepakatan dan pertemuan terlebih dulu. Individu yang memiliki kepedulian sosial akan ada rasa individu ingin keterlibatan dan turut merasakan apa yang sedang dirasakan atau dialami oleh orang lain. Adanya kepedulian yang bersifat pribadi, namun adakalanya kepedulian itu dilakukan bersama. Cara ini penting apabila bantuan yang dibutuhkan cukup besar atau berlangsung secara berkelanjutan. Selain itu individu juga memiliki kepedulian akan kepentingan bersama merupakan hal yang sering mendesak untuk kita lakukan. Caranya dengan melakukan sesuatu atau justru menahan diri untuk tidak melakukan sesuatu demi kepentingan bersama.

Hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang artinya tidak dapat sendiri dan akan selalu membutuhkan orang lain untuk menunjang keberlakuannya. Dalam kehidupan bermasyarakat manusia harus bisa saling menghargai, saling menghormati, mengasihi dan peduli terhadap berbagai macam keadaan disekitarnya. Kepedulian sosial merupakan sikap memperhatikan sesuatu yang bukan bermaksud untuk ikut campur dalam urusan orang lain melainkan membantu untuk menyelesaikan permasalahan dengan tujuan kebaikan sehingga akan terciptanya keseimbangan sosial. Keseimbangan memang sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari dikarenakan, apabila tidak seimbang kepedulian sosial di masyarakat maka akan memunculkan berbagai permasalahan yang menimbulkan perubahan terhadap nilai-nilai kemasyarakatan itu sendiri. adapun hal-hal yang mendasari kepedulian sosial yaitu : 1) Motivasi, Dorongan untuk melakukan sesuatu demi mencapai suatu tujuan. Biasanya manusia dimotivasikannya oleh pengaruh sosial dan oleh perjuangan menuju keunggulan atau keberhasilan. 2) Pemahaman, Pemahaman seorang individu dalam

mengembangkan empatik terhadap orang lain dan pandangannya mengenai masa depan yang mempengaruhi perilakunya saat ini. 3) *Behavior* (Kerjasama, kontribusi terhadap kesejahteraan umum) adalah cara orang bertindak laku terhadap orang lain. Berkontribusi terhadap kesejahteraan umat manusia. Manusia dapat bertanggung jawab sepenuhnya untuk menjadi siapa dirinya.

Hasil analisis video sosial eksperimen “Jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!” menggunakan teori Charles S. Pierce menghasilkan representasi kepedulian sosial dalam tayangan youtube video sosial eksperimen yaitu Baim wong dan Paula Verhoeven merupakan seorang aktor sekaligus youtuber (Baim Wong) dan artis model sekaligus istri dari baim wong. Pasangan suami istri tersebut membangun channel youtube BAPAU semenjak 4 Juni 2016 dari banyaknya konten video yang diunggah, salah satu video BAPAU yang berhasil menjejaki trending youtube No. 1 yaitu video dengan konten sosial eksperimen yang berjudul “Jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!” Isi video konten tersebut berisikan Baim sang pemilik akun youtube BAPAU melakukan eksperimen menjadi orang gila bersama dengan sang istri akan tetapi sesi paula ada di part selanjutnya.

Video part “Jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!” berdurasi 14:49 menit ini hanya berisi Baim saja. Baim melakukan eksperimen menjadi orang gila di tiga tempat. Diawali target pertama adalah tetangga Baim sendiri, yang tidak mengenali sosok baim yang menjadi orang gila, target kedua yaitu pada tempat ke 1 yaitu orang yang berada didalam mobil di pinggir jalan ketika didekati oleh Baim ketakutan melajukan mobilnya kencang. Target ketiga masih ditemoat yang sama, orang didalam mobil yang sedang parkir membuka kaca mobilnya dan memberikan Baim roti, lalu Baim hendak memberi uang untuk oraang tadi akan tetapi orang tersebut melajukan mobilnya. target keempat adalah bapak tukang parkir didepan ruko sedang duduk bersama temannya. Dan Baim didepannya memberi kode sedang lapar, kemudian sang bapak tukang parkir menawarkan kue cubit untuknya, lalu baim memberikan uang kepada tukang parkir tersebut semoat ditolak lalu saat baim mengaku ini prank bapak mau menerima uang pemberian Baim. Beralih ke tempat kedua yaitu Pondok Indah Mall akan tetapi Baim tidak bisa melakukan eksperimennya di Mall dikarenakan

di usir oleh satpam Mall, lalu Baim berjalan lagi, ketika Baim melewati pemberhentian taxi yang akan menjadi target kelima tiba-tiba salah satu supir taxi memberi Baim uang dan setelah Baim mengucapkan terimakasih Baim memberikan uang dan kamera muncul didepan bapak supir dan bapak supir menyadari dan senang. Beralih lagi ke tempat ketiga target keenam didepan warung kecil terlihat bapak-bapak sedang tertidur di sebuah kursi kayu panjang dan Baim sengaja membangunkannya hingga bapak tersebut bangun dan memberi Baim uang koin agar baim segera pergi aka tetapi Baim tidak pergi dan menyadarkan bappak tersbut bahwa dia adalah Baim dan kemudian Baim memberikan uang untuk bapak pemilik warung. Beralih pada tempat terakhir tempat keempat targetnya yaitu ibu-ibu pedagang pisang lalu Baim melewati pedagang pisang tersebut dan ibu pedagang memberi baim buah pisang, Baim pura-pura pergi dan kembali lagi untuk memberikan uang kepada pedagang pisang tersebut

Dari video sosial eksperimen baim wong terdapat tanda dan makna yang bisa diambil, antara lain yaitu :

1) Empati

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengenal dan memahami emosi, pikiran serta sikap orang lain. Empati memungkinkan individu untuk memahami maksud orang lain, memprediksi perilaku mereka dan mengalami emosi yang dipicu oleh emosi mereka.

2) Saling Menghargai

Saling menghargai merupakan sikap toleransi sesama umat manusia, menerima perbedaan antara manusia satu dengan manusia yang lainnya sebagai hal yang wajar dan tidak melanggar hak asasi manusia. Sikap ini adalah sikap damai dimana seseorang menganggap atau menerima keberadaan orang lain sebagai bagian dari lingkungan hidupnya Hal yang mendasari/melandasi seorang harus menghargai orang lain adalah kesadaran sosial. Kesadaran sosial artinya bahwa setiap manusia harus benar-benar mengerti dan sadar bahwa setiap orang pasti saling membutuhkan dan saling melengkapi.

3) Dukungan sosial

Dukungan sosial dapat diartikan sebagai informasi atau umpan balik dari orang lain yang menunjukkan bahwa dirinya dicintai, diperhatikan, dihargai dan dihormati. Jadi, disini seseorang individu memberikan dorongan maupun motivasi kepada individu lain yang menghadapi suatu permasalahan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis semiotikaa Charles Sanders Peirce dalam konten youtube BAPAU “Jadi Orang Gila Enak Juga!! Prank Romantis Bareng Paula”. Dapat disimpulkan bahwa :

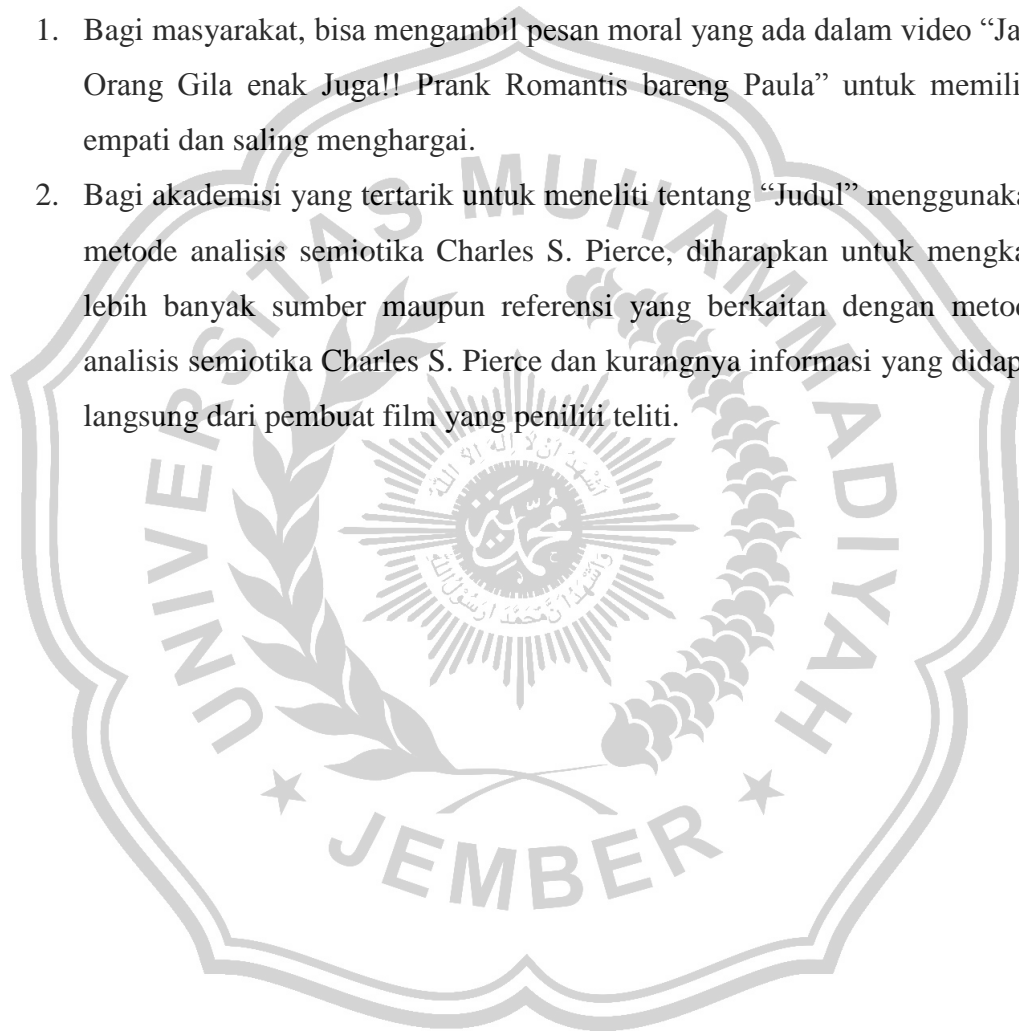
Empat adegan dalam konten “Jadi Orang Gila Enak Juga!! Prank Romantis Bareng Paula”. Memiliki sign/tanda yang sangat banyak berupa visual Baim wong, tukang parkir, Supir taxi, pedagang kelontong dan ibu pedagang pisang. Memiliki object yang bisa dilihat dan didengar berupa gambar dan suara Dinterpretasikan sebagai berikut : Konten youtube BAPAU “ Jadi orang Gila Enak Juga !! Prank Romantis Bareng Paula” dalam isi konten tersebut memiliki kemampuan yang efektif untuk memprovokasi topik yang diangkat, dan mengetahui secara alami respons yang didapat dari orang yang dijadikan subjek pengambilan gambarnya. Semua itu dilakukan tanpa ada perjanjian atau kesepakatan dan pertemuan terlebih dulu. Individu yang memiliki kepedulian sosial akan ada rasa individu ingin keterlibatan dan turut merasakan apa yang sedang dirasakan atau dialami oleh orang lain. Konten video sosial eksperimen tersebut Baim wong mampu melihat ketulusan dan keikhlasan seseorang dengan menampilkan adengan nya yang menyamar sebagai orang gila. Dalam visual yang pertama diperlihatkan Baim melewati tukang parkir yang sedang duduk bersantai dengan rekannya lalu dengan ikhlasnya salah satu bapak tukang parkir memberikan jajanan/kue untuk Baim Wong yang sedang menyamar sebagai orang gila. Visual kedua merupakan lokasi yang berbeda yang didatangi oleh Baim tidak jauh berbeda dari visual pertama, selanjutnya Baim Wong melewati segerombolan sopir taxi yang sedang parkir dan menunggu penumpang, saat Baim melewati salah satu supir taxi tanpa berbicara bapak supir taxi tersebut memberi Baim uang. Visual ketiga, memperlihatkan Baim yang sedang menyamar sebagai orang gila menjahili bapak pedagang kelontong yang sedang tertidur hingga terbangun, bapak tersebut lalu memberi baim uang agar baim segera pergi dan tidak

mengganggunya lagi. Visual keempat merupakan adegan terakhir yang sangat menyentuh Baim berjalan melewati ibu pedagang pisang dan memberikan 1sisir pisang untuk baim yang sedang menyamar sebagai orang gila dengan ikhlas.

5.2 Saran

Dari penelitian yang berjudul “Jadi Orang Gila enak Juga!! Prank Romantis bareng Paula” peneliti mempunyai saran sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat, bisa mengambil pesan moral yang ada dalam video “Jadi Orang Gila enak Juga!! Prank Romantis bareng Paula” untuk memiliki empati dan saling menghargai.
2. Bagi akademisi yang tertarik untuk meneliti tentang “Judul” menggunakan metode analisis semiotika Charles S. Pierce, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang berkaitan dengan metode analisis semiotika Charles S. Pierce dan kurangnya informasi yang didapat langsung dari pembuat film yang peneliti teliti.



Daftar Pustaka

Buku :

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: Cv. Jejak.
- Briggs, A., & Burke, P. (2006). *Sejarah Sosial Media*. Yayasan Obor Indonesia.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Drs. Alex Sobur, M. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya.
- Faiza, A., & Firda, S. J. (2018). *Arus Metamorfosa Milenial*. Cv. Achmad Jaya Grup.

Jurnal :

- Lingawuni, N. S. (2018). Analisis Semiotika Pada Iklan Balonku Social Experiment Di Youtube. *Skripsi*.
- Putri, D. W., & Martin, I. (2017). Representamen Pesan Moral Dalam Video Youtube. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Retno, D. (2018). Pesan Moral Dalam Tayangan Drama Komedi Di Media Youtube (Analisis Isi Pada Tayangan Drama Komedi Malang Melintang Oleh Malang Strudel). *Skripsi*.
- Utami, I. P. (2018). Representasi Anak Dalam Media Sosial. *Skripsi*.

Website :

- Nabila, F. (2021, Maret 15). *Profil Paula Verhoeven, Istri Baim Wong yang Tengah Hamil Anak Kedua*. Retrieved Juni 14, 2021, from Suara.com: <https://www.suara.com/entertainment/2021/03/15/172745/profil-paula-verhoeven-istri-baim-wong-yang-tengah-hamil-anak-kedua?page=all>
- Okky, A. (2021, Mei 3). *Biodata Artis Baim Wong, Aktor yang Sudah 20 Tahun Berkarier hingga Dinobatkan Jadi YouTuber dengan Pendapatan Terbanyak Salip Raffi Ahmad dan Atta Halilintar*. Retrieved Juni 14, 2021, from Gridpop.id: <https://pop.grid.id/read/302679137/biodata-artis-baim-wong-aktor-yang-sudah-20-tahun-berkarier-hingga-dinobatkan-jadi-youtuber-dengan-pendapatan-terbanyak-salip-raffi-ahmad-dan-atta-halilintar?page=all>

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/23373/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

DOSEN PEMBIMBING

ARI SUSANTI S.Sos., M.Med.Kom

Nama Mahasiswa : Fahmi Maulana

NIM : 1610521028

Judul Skripsi : "Representasi kepedulian sosial dalam tayangan youtube sosial experiment (analisis semiotika youtube channel baim paula episode "jadi orang gila enak juga!! Prank romantis bareng paula!!)

No	Tanggal Bimbingan	Materi yang Dikonsultasikan	Hasil/Catatan	Paraf Dospem
1	03/12/2019	Judul	Revisi Judul, bab	
2	16/12/2019	BAB I	Revisi Bab I	
3	7/02 ²⁰²⁰	Bab I & Bab II	Revisi Bab I & Bab II	
4	18/02 ²⁰²⁰	Bab III	Acc sempro.	
5	9/11 ²⁰²⁰	Bab III	Revisi Sempro	
6	28/02 ²⁰²¹	Bab IV	Revisi BAB IV	
7	11/04 ²⁰²¹	Bab IV	Revisi BAB IV	
8	20/06 ²⁰²¹	BAB IV dan BAB V	Revisi BAB IV	
9	13/07 ²⁰²¹	BAB IV dan BAB V	Acc Sidang.	



FAHMI MAULANA

AGENT PROPERTY

Jl. Jaya Negara No.63
Pecoro, Rambipuji, Jember

082332431704

fahmim624@gmail.com

KERJA

2020 - **My House Property**
sekarang Agent Property

2020-2021 **Karbakaran Mas Big**
Owner

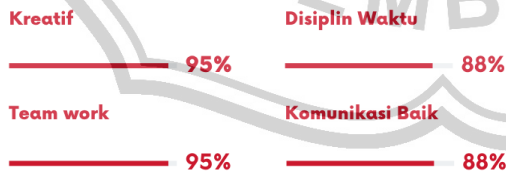
2016-2021 **F2F Cell**
Karyawan

PENDIDIKAN

2016 - 2021 **Universitas Muhammadiyah Jember**
Sarjana Ilmu Komunikasi

2013 - 2016 **SMK Nurul Jadid**
Multi Media

SKILL



MINAT

Membaca

Olahraga

Kerajinan

BAHASA

Bahasa Indonesia