

## KONSTRUKSI IDENTITAS DI ERA MEDIA BARU: YOUTUBE (STUDI KASUS REMAJA DI PANGKAL PINANG)

Oleh: Layla Hayati<sup>1</sup>, Herdiyanti<sup>2</sup>, dan Putra Pratama Saputra<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Bangka Belitung

[lailahayati4@gmail.com](mailto:lailahayati4@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran media baru dalam hal ini youtube, dalam mengkonstruksi identitas penggunanya. Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Seperti yang diketahui media baru seperti Youtube yang mulanya sebagai wadah pertukaran berbagai informasi melalui video oleh penggunanya, namun pada saat ini youtube telah menjadi wadah untuk mengkonstruksi identitas bagi penggunannya. Konstruksi identitas yang dilakukan oleh pengguna youtube berawal dari meningkatnya intensitas pengguna dalam mengakses konten-konten yang ada di youtube. Dimana terjadinya konstruksi identitas tersebut ketika pengguna youtube (*viewer*) aktif dalam mengikuti konten tertentu yang membentuk identitasnya seperti gaya berpakaian, gaya berinteraksi, dan gaya berperilaku.

**Kata Kunci: Konstruksi Identitas, Media Baru, Youtube.**

---

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini yang luar biasa pesat, berkorelasi dengan perkembangan media baru. Media baru merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan memiliki ciri yang berbeda dengan media lama. Ciri dari media baru ialah adanya keterhubungan terhadap setiap orang sebagai penerima maupun sebagai pengirim pesan, kebebasan dalam berinteraksi, sifatnya yang terbuka dan keberadaannya ada dimana-mana (McQuail 2011). Perkembangan teknologi internet telah menghasilkan berbagai macam bentuk media baru salah satunya adalah sosial media, seperti yang telah diklasifikasi oleh Punoadi bahwa sosial media berdasarkan fungsinya terbagi sebagai berikut, diantaranya adalah *Bookmarketing*, Fungsi *Chicklets*, *Content Sharing*, *Youtube*, *The Wiki*, *Flicker*, *Conneting*, dan *Creating Opinion*. Beragamnya pilihan yang disediakan oleh media baru dalam mendukung aktivitas interaksi manusia saat ini, telah membuat manusia sebagai pengguna media lebih memilih media baru yang lebih efisien dan efektif dalam menemukan berbagai informasi dan mendukung aktivitas manusia.

Selain itu penggunaan media baru yang semakin meningkat, tidak terlepas dari adanya kebebasan dan kemudahan untuk memiliki atau menggunakan alat-alat komunikasi seperti komputer, *smartphone*, dan lain-lainnya. Tingginya intensitas manusia dalam menggunakan berbagai media baru, telah menciptakan masyarakat digital. Hal ini juga dipertegas oleh Rheingold (Piliang 2012) yang mengemukakan bahwa orang-orang yang hidup di dunia virtual menggunakan kata-kata pada layar untuk saling bersenda gurau dan berdebat, terlibat dalam wacana intelektual, melakukan perdagangan, saling

tukar pengetahuan, saling membagi dukungan emosional, membuat perencanaan, saling sumbang gagasan, gosip, rayuan, menciptakan karya seni dan percakapan yang tidak ada aturannya.

Salah satu media baru yang banyak digunakan oleh masyarakat digital ialah Youtube. Dimana pengguna youtube pertahun 2018 mencapai 1,8 miliar pengguna yang melakukan login, angka tersebut tidak termasuk bagi pengguna yang tidak memiliki akun. Sedangkan kuantitas lama penggunaan media baru rata-rata enam jam delapan puluh empat menit per hari yang melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional (Nasrullah 2015). Tingginya tingkat intensitas pengguna media baru youtube telah memberikan dampak terhadap perilaku penggunanya, seperti yang (Soeparno 2016) ungkapkan bahwa kehadiran media sosial merupakan suatu perubahan yang besar yang dapat mengubah perilaku pengguna, dimana semua kegiatan interaksi dilakukan melalui dunia maya. Hal ini juga dipertegas oleh (David, Sondakh, and Harilama 2017) intensitas yang tinggi dalam mengakses konten-konten yang ada di media baru seperti vlog berpengaruh terhadap pembentukan perilaku penggunanya.

Intensitas yang tinggi terhadap penggunaan media baru youtube juga terjadi pada kalangan remaja di Pangkalpinang. Dimana youtube dianggap sebagai wadah sangat strategis untuk melihat maupun mengunggah video, hal ini dikarenakan youtube memberikan berbagai macam jenis video seperti musik, vlog, film, berita, *broadcast*, dan sebagainya. Youtube sebagai media baru yang telah menjadi bagian dari kehidupan remaja saat ini, tidak hanya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan identitas remaja itu sendiri. Olehnya itu penelitian ini akan fokus kepada bagaimana media baru youtube dalam mengkonstruksi identitas remaja di Pangkalpinang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian tentang konstruksi identitas di era media baru: youtube menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi Menurut (Alase 2017) merupakan bagian dari metodologi kualitatif yang memberikan kesempatan bagi peneliti melaksanakan dan mempraktikkan kemampuan subjektivitas dan interpersonalnya dalam proses penelitian eksploratori. Studi Fenomenologi berasumsi bahwa setiap individu dengan kesadarannya mengalami fenomena, dengan kata lain studi fenomenologi bertujuan untuk menggali kesadaran terdalam para subjek mengenai pengalaman dalam suatu fenomena (Hasbiansyah 2008). Dengan demikian penulis menggunakan pendekatan fenomenologi karena meningkatnya penggunaan youtube pada saat ini merupakan suatu fenomena sosial yang menarik untuk dibahas.

Penelitian ini dilakukan di Kota Pangkalpinang dan subjek penelitian hanya difokuskan kepada kalangan remaja yang aktif menggunakan media baru youtube. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive*, dimana informan ditentukan berdasarkan beberapa kriteria seperti remaja yang aktif menggunakan youtube, memiliki pengetahuan mengenai youtube, dan memanfaatkan youtube untuk *sharing* video. Dalam memperoleh data peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi, dan untuk menganalisis data yang telah diperoleh penelitian melakukan secara kualitatif fenomenologi

## PEMBAHASAN

Identitas sendiri merupakan suatu kesamaan dan perbedaan tentang aspek personal dan sosial, mengenai kesamaan individu dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan individu tersebut dengan individu lainnya (Barker 2004). Secara umum identitas diklasifikasi menjadi tiga diantaranya identitas budaya, identitas sosial, dan identitas diri. Identitas budaya sendiri ciri yang dimiliki seseorang sebagai anggota dari suatu kelompok masyarakat tertentu. Identitas sosial terbentuk dari keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok kebudayaan, sedangkan identitas diri merupakan identitas yang didasarkan pada keunikan ciri yang dimiliki seseorang.

Menurut Chris Barker identitas adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan orang dan apa yang membedakan kita dengan orang lain. Konstruksi identitas merupakan identitas sosial yang berperan membentuk konsep diri, sehingga dapat menempatkan diri pada posisi tertentu dalam hubungan sosial yang rumit (Sarwono 2005). Sedangkan proses konstruksi identitas itu sendiri terbagi menjadi tiga tahap yaitu, pertama konsep diri, dimana persepsi, keyakinan, perasaan atau sikap seseorang mengenai dirinya. Kedua lingkungan sosial, yang memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pembentukan identitas seseorang. Ketiga kelompok, manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain atau kelompok untuk berinteraksi (Syamsu In & Nurihsan Juntika 2018)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa penggunaan Youtube saat ini tidak terbatas pada usia, jenis kelamin, status, pendidikan, etnis dan sebagainya. Meratanya penggunaan youtube di setiap lapisan masyarakat disebabkan oleh kemudahan dalam mengakses beragam informasi yang disediakan. Beragamnya konten yang disediakan oleh youtube dan adanya kebebasan mengaksesnya sehingga youtube dapat masuk melalui berbagai ruang interaksi publik bahkan youtube juga dapat masuk ruang privat penggunaannya. Masuknya youtube ke ruang privat pengguna terlihat ketika pengguna youtube mulai menjadikan youtube sebagai wadah untuk saling berhubungan, pusat informasi, berbagi pengalaman pribadi bahkan youtube menjadi wadah untuk menkonstruksi identitas penggunaannya.

Youtube sebagai wadah penciptaan identitas terjadi melalui konstruksi identitas pengguna youtube, dimulai dari meningkatnya intensitas pengguna youtube dalam memanfaatkan youtube sebagai media hiburan, media informasi, media pembelajaran, media berbagi pengalaman dan sebagainya. Seperti yang dikemukakan oleh salah satu informan JE (16) youtube merupakan wadah hiburan yang memberikan kemudahan dalam mengakses semua jenis video. Rata-rata informan mengakses youtube ialah 4-6 jam per hari. Mereka mengakses youtube ketika dalam kegiatan proses pembelajaran, waktu istirahat sekolah, malam hari, bahkan ketika bersiap-siap untuk berangkat sekolah. Intensitas tersebut telah membuat para pengguna youtube mulai menjadikan youtube sebagai wadah dalam pembentukan identitas diri yang dimana pengguna youtube mulai mempersepsikan dan memaknai pandangan orang lain terhadap dirinya sama seperti ia memaknai pandangan terhadap identitas diri youtuber yang ada pada konten-konten youtube. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Trisilowati 2017) bahwa pengguna aktif

media sosial akan mengikuti hal-hal yang terdapat pada media sosial untuk mencapai eksistensi.

Para remaja pengguna aktif youtube secara umum memiliki konten-konten favorit yang tidak jauh berbeda. Seperti konten musik, konten film, konten Vlog para youtuber, konten broadcast dan sebagainya. Kecenderungan remaja memilih konten untuk dilihat berdasarkan *trending*. Dimana setiap konten yang telah mereka ikuti secara intens telah memotivasi mereka untuk mengikuti apa yang mereka lihat dalam konten tersebut. Pengikutan tersebut telah memberikan pengaruh terhadap pola sikap dan perilaku yang akan membentuk identitas. DH (15) seorang remaja pengguna aktif youtube menunturkan bahwa konten-konten youtube yang diakses menjadi inspirasi dirinya dalam berpenampilan, berperilaku bahkan mencoba untuk membuat video seperti diyoutube dengan tujuan untuk mendapatkan identitas yang sama pula.

Konstruksi identitas pengguna youtube dipengaruhi oleh beragamnya konten-konten yang ditawarkan oleh youtube. Diantara banyaknya konten yang ditawarkan oleh youtube, konten *intertainment* (hiburan) merupakan salah satu konten yang paling populer. Konten *intertainment* (hiburan) sendiri terbagi dari beberapa jenis lagi diantaranya komedi dan *vlog*. Jenis konten komedi dan *vlog* merupakan salah satu konten youtube yang saat ini memiliki penikmat atau penonton cukup tinggi.

Menjelmahnya youtube sebagai lingkungan sosial bagi pengguna youtube sebagai wadah berinteraksi. Proses interaksi yang dilakukan oleh remaja pengguna youtube juga mempengaruhi terjadinya konstruksi identitas pengguna youtube. Youtube tidak hanya menjadi wadah mencari informasi dan berinteraksi, tetapi telah menjadi wadah untuk mengekspresikan diri termasuk mengekspresikan diri dalam menkonstruksi identitas. Hal ini dikemukakan oleh Nurhajati (2012) bahwa aktivitas yang dilakukan oleh kaum muda di youtube, dimaknai sebagai ekspresi, eksistensi dan kebebasan diri. Selain itu, konstruksi identitas terjadi pada pengguna youtube baik itu *youtuber* maupun *viewer*. Konstruksi identitas pada *youtuber*, terlihat dari konten yang ditampilkan. *Youtuber* akan selalu menampilkan hal-hal yang menarik untuk dinikmati oleh penonton youtube (*viewer*), meskipun hal yang menarik yang ditampilkan tidak sesuai dengan identitas asli.

Dari konten video yang diunggah oleh *youtuber* akan ditonton oleh pengguna youtube lainnya. Video yang memiliki keunikan akan menarik banyak *viewer*, banyaknya *viewer* dalam suatu konten video merupakan salah satu tujuan dari setiap *youtubers*. Tidak heran jika dalam suatu konten video yang diunggah oleh *youtuber* selalu menyelipkan kata "*like, share, comment dan subscribe*" yang bertujuan agar setiap konten video yang diunggah mendapatkan jumlah *viewer* yang tinggi. Ketika suatu konten video memiliki banyak *viewer* dan menjadi *trending* maka konten tersebut akan berkontribusi dalam konstruksi identitas yang dilakukan oleh pengguna youtube (*viewer*).

Jadi pengguna youtube baik itu *youtuber* atau *viewer* akan melakukan konstruksi identitas untuk mendapatkan pengakuan baik dari dunia maya maupun dari kehidupan sosial yang nyata. Secara tidak langsung konstruksi identitas *youtuber* dan *viewer* saling memberikan pengaruh. Dimana *youtuber* menkonstruksi identitas mereka untuk dapat meningkatkan *viewer* di konten mereka, sedangkan *viewer* akan mencari konten-konten yang menarik. Dari konten-konten youtube yang dianggap menarik dan *trending*, *viewer* akan

menkonstruksi identitasnya seperti aktor yang ada di video konten yang mereka lihat, seperti NP (17) yang memulai membentuk identitasnya seperti salah satu youtuber bernama Bimo dengan channel youtube “Picky Picks”. Dimana NP mencoba untuk mengikuti penampilan dan gaya bicara dengan tujuan untuk mendapatkan identitas sama seperti *youtuber* tersebut. Proses pembentukan identitas tersebut dimulai ketika NP intens mengikuti video-video yang diunggah oleh channel “Picky Pick”

Konstruksi identitas yang dilakukan oleh informan berdasarkan konten-konten pada youtubemerupakan suatu proses sosial pada masyarakat virtual saat ini. seperti yang dikemukakan oleh salah satu informan bahwa video-video yang mereka lihat di youtube telah memberikan mereka inspirasi untuk mengubah penampilan dan cara berinteraksi. Mereka akan merasa percaya diri beinteraksi ketika mereka dapat berpenampilan seperti yang sedang *trending* di youtube. Dari pengakuan informan tersebut menunjukkan mereka akan mengkonstruksi identitas mereka dan menciptakan identitas palsu. Hal ini dipertegas oleh (Nurudin 2018)media sosial adalah dunia kepura-puraan yang telah mengubah sikap dan perilaku masyarakat, dimanfaatkan untuk personal branding dan media sosial telah nyata menciptakan sebuah kebohongan di masyarakat dan itu terus dilanggengkan dan dilakukan oleh para penggunanya

Kepalsuan dalam masyarakat digital telah dikemukakan oleh Touraine (Piliang) bahwa kehidupan sosial saat ini telah kehilangan keasliannya. Dimana kehidupan sosial tidak lebih dari sebuah arus perubahan yang terus berjalan dan aktor-aktor yang ada didalamnya seperti individu maupun kolektif tidak lagi bertindak sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial, akan tetapi mengikuti strateginya masing-masing yang berperan di dalam proses perubahan. Proses konstruksi sosial yang dilakukan oleh pengguna youtube, tidak sesuai lagi dengan nilai atau norma sosial. Dimana pengguna youtube memiliki kebebasan dalam menciptakan identitas yang baru melalui konten-konten youtube, meskipun konten-konten youtube tersebut tidak sesuai dengan nilai atau norma yang berlaku dalam kehidupan sosial yang nyata.

Dalam upaya menkonstruksi identitas, terdapat ketidaksesuaian identitas yang dikonstruksi dengan nilai atau norma sosial yang nyata. Hal ini terlihat dari pengguna youtube akan mengikuti *content creator (youtuber)* yang telah dimaknai oleh pengguna youtube memiliki identitas yang pantas untuk diikuti. Mengkonstruksi identitas berdasarkan apa yang ditampilkan oleh youtuber telah menimbulkan lompatan sosial, dimana para pengguna youtube tidak lagi membentuk identitas berdasarkan tahapan proses sosial yang semestinya. Lompatan sosial ini banyak dilakukan oleh kalangan anak-anak dan remaja, dimana mereka berperilaku dilingkungan sosial nyata selayaknya orang-orang yang dewasa.

Selain itu konstruksi identitas yang dilakukan oleh pengguna youtube penuh dengan pencitraan.Hal ini dikemukakan oleh informan bahwa mereka akan *posting* video atau gambar yang menunjukkan identitas yang dapat diterima oleh masyarakat virtual, meskipun identitas yang ditampilkan tidak sesuai dengan identitas yang sebenarnya. Bahkan mereka cenderung akan menyembunyikan identitas asli dari masyarakat virtual. Konstruksi identitas pengguna youtube yang menghasilkan akan terus ada untuk

mendapatkan pengakuan dan eksistensi. Konstruksi identitas yang pada akhirnya menghasilkan identitas palsu bagi pengguna media baru terutama youtube itu sendiri.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Youtube merupakan salah satu media baru yang paling populer dikalangan masyarakat digital, sehingga youtube menjadi ruang sosial bagi masyarakat digital. Selain itu youtube telah menjadi wadah bagi pengguna youtube baik itu *youtubers* maupun *viewers* untuk mengkonstruksi identitas mereka. Konstruksi identitas yang dilakukan oleh pengguna youtube bertujuan untuk mendapatkan pengakuan dari dunia maya maupun kehidupan sosial nyata. Selain itu konstruksi identitas tersebut telah menghasilkan identitas palsu, yang tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dimasyarakat.

Konstruksi identitas yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang berlaku dimasyarakat ialah anak-anak atau remaja yang berperilaku layaknya orang dewasa, sehingga adanya lompatan sosial. Selain itu video-video di youtube yang intens dilihat oleh *viewer* mengakibatkan adanya konstruksi identitas seperti gaya berpakaian, gaya berinteraksi, dan gaya berperilaku. Video-video yang di unggah oleh *content creator (youtuber)* tidak sesuai dengan tujuan konstruksi identitas tersebut untuk meningkatkan viewer dari video yang telah diunggah.

### **Saran**

Hasil penelitian menunjukkan ada point yang belum dapat dianalisis, sehingga untuk menghasilkan pembaruan dari penelitian ini, penulis merekomendasikan untuk kedepannya perlu ada penelitian lanjutan terkait konstruksi identitas melalui media baru dengan menggunakan metode kuantitatif, sehingga mampu melihat seberapa besar pengaruh media sosial terhadap penggunaannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alase, Abayomi. 2017. "The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach." *International Journal of Education and Literacy Studies* 5(2):9.
- Barker, Chris. 2004. *Culture Studi: Teori Dan Pratik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- David, Eribka, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama. 2017. "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi." *Acta Diurna* 6(1).
- Hasbiansyah, O. 2008. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian Dalam Ilmu Sosial Dan Komunikasi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 9(1):163–80.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2018. "Media Sosial Baru Dan Munculnya Braggadocian Behavior Di Masyarakat." *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 10(1):25–36.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. "Masyarakat Informasi Dan Digital." *Ejournal.Radenintan.Ac.Id* 27(11):143–56.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2005. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.

Soeparno, Koentjoro. 2016. "Social Psychology: The Passion of Psychology." *Buletin Psikologi* 19(1):16–28.

Syamsu In & Nurihsan Juntika. 2018. *Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Trisilowati, Dessy. 2017. "Eksistensi Dan Identitas Di Media Baru." *Jurnal Komunikasi* 11(1):86.