

ANALISA VIDEO YOUTUBE “BUAH MANIS JAGA KEJAYAAN LELUHUR SUKU BADUY” SEBAGAI RESPON PEMBANGUNAN BUDAYA BERKELANJUTAN

Edy Chandra¹, Ariani Kusumo Wardhani², Lidya Novita³, Vanesa Verensian⁴

¹Jurusan Desain Komunikasi Visual FSRD, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: edyc@fsrd.untar.ac.id

²Jurusan Desain Komunikasi Visual FDSK, Universitas Mercu Buana, Jakarta

Email: ariani.wardhani@mercubuana.ac.id

³Jurusan Desain Komunikasi Visual FSRD, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: lidya.625180032@stu.untar.ac.id

⁴Jurusan Desain Komunikasi Visual FSRD, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: vanesa.625180097@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The Indonesian nation is a nation known for its natural wealth and cultural and ethnic diversity. One of them is the Baduy Tribe who has been known and talked about by the community. With loyalty to customs and the universe. In the end, a stigma emerged in the community, that the Baduy Tribe is a tribe that sells honey. This stigma has emerged as a controversy after President Jokowi wore traditional Baduy clothing at the state event of the Indonesian MPR Session in 2021, which was raised by several netizens on Twitter social media. The controversy over this statement has aroused the response of netizens in mainstream media, so that it becomes an interesting topic to try to glance at virtual anthropological content on YouTube social media which has been produced by various sources of users of YouTube social media accounts. In this study using a virtual ethnographic research method on a YouTube social media channel called ASUMSI with the category " Distrik:Buah Manis Jaga Kejayaan Leluhur Suku Baduy ".Through the virtual ethnographic research method, it will be explored in more depth how netizens respond to the controversy regarding the stigmatization of the Baduy Tribe as an ethnic honey seller. And ends with a conclusion that virtual ethnography through YouTube social media has great potential to build a positive image of the life of the Baduy Tribe, as one of the ethnic diversity in Indonesia, which is part of the response to sustainable cultural development in the industrial era. 4.0.

Keywords: YouTube; Baduy Ethnic; Netizen; Communication Process.

ABSTRAK

Bangsa Indonesia merupakan sebuah bangsa yang dikenal dengan kekayaan alam dan keanekaragaman budaya dan suku. Salah satunya adalah Suku Baduy yang telah dikenal dan dibicarakan oleh masyarakat. Dengan kesetiaan pada adat istiadat dan alam semesta. Pada akhirnya muncul stigma dimasyarakat, bahwa Suku Baduy merupakan suku penjual madu. Stigma ini mencuat menjadi kontroversi perbincangan pasca Presiden Jokowi mengenakan pakaian adat Suku Baduy pada acara kenegaraan Sidang MPR RI tahun 2021, yang dilontarkan oleh beberapa netizen di media sosial Twitter. Kontroversi pernyataan tersebut telah memabangkitkan respon para netizen di media mainstream, sehingga menjadi sebuah topik menarik untuk mencoba melirik konten antropologi virtual pada media sosial YouTube yang telah banyak diproduksi oleh berbagai sumber pengguna akun media sosial YouTube. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi virtual pada channel media sosial YouTube yang bernama ASUMSI dengan kategori “Distrik:Buah Manis Jaga Kejayaan Leluhur Suku Baduy”.Melalui metode penelitian etnografi virtual akan ditelusuri lebih mendalam bagaimana netizen merespon terhadap kontroversi pernyataan stigma Suku Baduy sebagai etnis penjual madu. Dan berakhir kepada sebuah kesimpulan bahwa etnografi virtual melalui media sosial YouTube memiliki potensi besar membangun citra positif kehidupan Suku Baduy, sebagai salah satu keanekaragaman suku di Indonesia, yang menjadi bagian dari respon pembangunan budaya berkelanjutan di era industri. 4.0

Kata Kunci: YouTube; Suku Baduy; Netizen; Proses Komunikasi

1. PENDAHULUAN

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo merupakan seorang Presiden yang sangat mencintai nilai-nilai budaya Bangsa Indonesia. Salah satunya dapat disimak melalui pernyataan Kantor Staff Presiden melalui respon virtual “Tweet” pada akun media sosial Twitter @KSPgold, yaitu “Presiden @jokowi memilih menggunakan pakaian adat suku Baduy sebagai bentuk penghormatan dan penghargaan pada keluhuran nilai2 adat dan budaya suku Baduy.”. Pernyataan ini disampaikan sehubungan dengan *dress code* Suku Baduy yang yang dikenakan Presiden RI saat acara Sidang MPR RI di tanggal 16 Agustus 2021.

Pasca acara sidang MPR RI tersebut para masyarakat virtual (*netizen*) gencar memperbincangkan gaya berpakaian Presiden Jokowi. Sebagian besar *netizen* menyambut positif penampilan pakaian Suku Baduy yang digunakan Presiden Jokowi dan terdapat pula segelintir *netizen* yang merespon dengan stigma bahwa Orang Baduy adalah penjual madu. Seperti yang dilontarkan sinis oleh *netizen* twitter @pawletariat “Azzsksksksk Jokowi make baju adat Baduy cocok bgt, tinggal bawa madu + jongkok diperempatan.” Selain itu terdapat pula *tweet* @Er_SatArema6 “Baduy jualan madu lebah liar bukan jualan baju.”. pada akhirnya kedua *tweet* tersebut justru menuai kontroversi dimasyarakat Indonesia dikemudian hari. Pada akhirnya masalah kontroversi permasalahan stigma telah diupayakan untuk dinetralisir oleh berbagai pihak yang merespon secara positif permasalahan ini. Diantaranya terdapat respon positif berupa unggah (*upload*) video reportase *independent* dengan judul “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” dalam saluran (*channel*) YouTube ASUMSI.

Dalam video “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” pihak ASUMSI berupaya melakukan penelusuran ke wilayah Baduy luar untuk melakukan investigasi kepada para tokoh masyarakat dan pemuda di Baduy, mengenai respon Suku Baduy terhadap stigma “penjual madu” sebagai bentuk pelecehan verbal yang beredar di internet (*twitter*). Video investigasi mengenai Suku Baduy ini beserta tanggapan para *netizen* yang menjadi *viewernya* menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut bagaimana masyarakat dunia maya(*netizen*) merespon pandangan yang sebenarnya dari para *netizen* terhadap Suku Baduy melalui proses komunikasi di dunia maya (kolom komentar video “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”).

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian selama kurang lebih 1 (satu) bulan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Mengapa virtual? Tentunya obyek dalam penelitian ini adalah *netizen* (warga jagad maya) yang saling berinteraksi dalam kolom komentar YouTube terhadap sajian video “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”. Mengapa pada media sosial YouTube? Tentunya media sosial YouTube adalah media sosial yang berbasis pada multimedia Audio Visual, dimana terdapat unsur, gambar, video, teks serta audio yang dapat menyampaikan informasi lebih akurat, jika dibandingkan media sosial Twitter yang berbasis pada keterbatasan teks dan gambar saja.

Subyek penelitian merupakan salah satu karya dari pemilik *channel* YouTube “ASUMSI” dengan salah satu kategori video “distrik” yang diberi judul “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”. Asumsi adalah institusi media (PT. MUDA MUDI BERKARYA SEJAHTERA) yang berfokus pada bahasan politik dan budaya pop. Didirikan oleh Pangeran Siahaan pada tahun 2015, Asumsi berawal dari sebuah channel Youtube yang aktif membahas berbagai isu terkini dan juga mewawancarai sejumlah tokoh. Seiring perkembangannya, liputan dari awak redaksi pun dikemas dalam berbagai format, mulai dari video, artikel, *podcast*, *newsletter*, hingga media sosial. Hingga kini, sejumlah inovasi dalam melakukan tugas jurnalistik terus dilakukan oleh Asumsi.

Etnografi Virtual merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memotret fenomena masyarakat dunia maya (Nasrullah 2017). Motif dalam penelusuran data penelusuran telah dilakukan dalam cakupan dunia maya saja, yaitu pada media sosial berbasis video “YouTube”, tepatnya adalah hanya pada video YouTube “ Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”. Jika pengalian data penelitian diluar wilayah dunia maya maka dianggap sebagai sebuah penyimpangan dalam konteks etnografi virtual (Hine, 2000).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini akan dimulai dari video YouTube “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” sebagai sarana komunikasi virtual budaya Indonesia yang *Indigenous* dalam rangka meningkatkan tingkat keterarikan masyarakat dunia dalam proses pembangunan budaya berkelanjutan di Era Industri 4.0. Merujuk pada pemikiran Harold Lasswell perihal proses komunikasi yang efektif. Beliau mensyaratkan 5 unsur komunikasi yang menjadi unsur penting agar tercapainya proses komunikasi yang efektif. Teori klasik yang dikenal dengan istilah “ *Who Says What in Which Channel to Whom Wit What Effect ?*” mensyaratkan efektifitas proses komunikasi melalui unsur:

1. *Source* (sumber informasi)
2. *Message* (pesan)
3. *Channel* (media)
4. *Audience* (obyek penerima pesan)
5. *Effect* (respon)

Selanjutnya intisari dalam teori klasik ini, dapat dijabarkan sebagai berikut..

Dilihat Gambar 1, dapat disimak bagan proses komunikasi yang dapat memperlihatkan unsur-unsur komunikasi dalam konteks penelitian video “Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” agar dapat memberikan kemudahan pemahaman sebuah proses komunikasi kepada para pembaca hasil penelitian ini. Tahap selanjutnya akan diberikan sebuah penjelasan mendasar terkait dengan simbol dan makna yang menjadi bagian dari komunikasi bahasa dalam dunia maya



Gambar 1. Bagan Proses Komunikasi dalam Konteks Penelitian
 Sumber Gambar : Data Bagan Alur Komunikasi 2021.

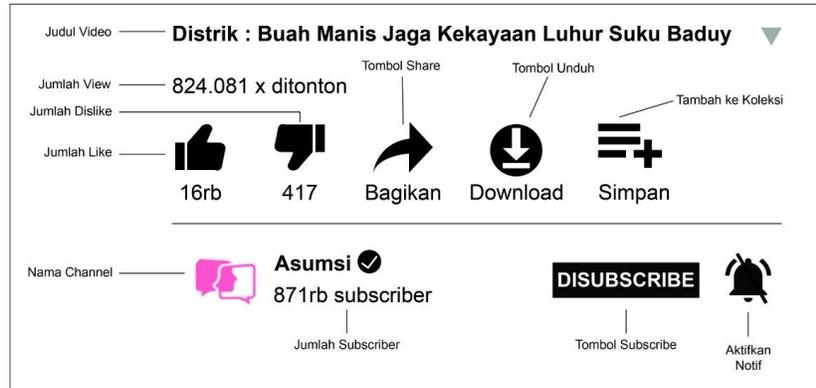
Pada konteks penelitian ini menempatkan objek penelitian dalam cakupan wilayah dunia maya pada media sosial YouTube dalam salah satu saluran (*Channel*) milik ASUMSI dengan judul video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” (gambar 2). Subyek penelitian ini mencakup dalam wilayah dunia maya, dimana penduduk dalam wilayah dunia maya yang diberi istilah *netizen*.



Gambar 2. Tampilan Video YouTube ” Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”
 Sumber Gambar : https://youtu.be/ywt_33y00iY

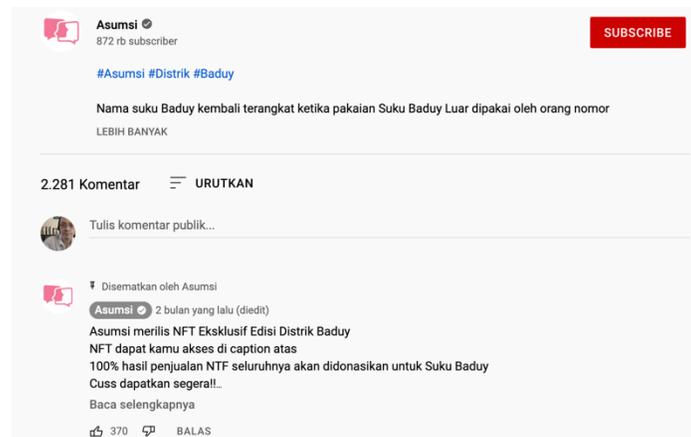
Dalam proses penelitian ini. Video YouTube dengan judul ”Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” dibuat sejak awal diunggah (upload) pada bulan September hingga pertengahan November 2021 telah meraih *view* atau di tonton sebanyak 824.163 kali dan respon netizen yang menyukai sebanyak 16.000 *netizen* dan 417 *netizen* yang tidak menyukai video tersebut. Adapun *Channel* YouTube dengan nama ASUMSI ini telah meraih 871.000 *Subscriber*. Untuk ambang batas meraih 800 ribuan *Subscriber* untuk total ukuran YouTube telah mencapai angka sangat ideal dari syarat minimal 1000 subscriber (*Q&A YouTube 2021*). Selain itu jumlah *viewer* 820 ribuan dalam rentang 2 bulan penayangan merupakan sebuah tayangan yang telah dianggap berhasil meraih perhatian *netizen* agar dapat menonton konten yang ada didalamnya. Hasil respon angka statistik yang dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, merupakan metode pengalihan data informasi yang polanya dapat disimak pada (gambar.3) pada bagian-bagian keterangan yang ada pada bagian tampilan pengguna (*user interface*) pada media sosial YouTube. Selanjutnya telah dipaparkan sebelumnya.. bahwa media sosial YouTube merupakan yang sebuah media sosial yang memiliki kelebihan pada bentuk komunikasi dua arah. Dalam media sosial YouTube posisi *netizen* dianggap *viewer* aktif yang dapat melakukan komunikasi dua arah dan pada prosesnya dapat meninggalkan jejak berupa respon antar *viewer* dalam kolom komentar YouTube. Pada setiap kolom komentar *viewer* yang telah disampaikan berupa komentar, dapat di lanjutkan dengan komentar lain yang pada akhirnya menjadi sebuah pembahasan topik tertentu dalam kolom komentar. Bentuk pola proses komunikasi pada media sosial YouTube memungkinkan terjadinya *interconnectivity* di dalamnya. Berdasarkan hasil temuan penelitian, video YouTube “Distrik: Buah

Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” telah dikomentari 2.281.000 *netizen* yang bisa dilihat pada (Gambar 4.)



Gambar 3. Symbolisasi dan pemaknaan pada cakupan penelitian
Sumber Gambar : data peneliti 2021

Dengan jumlah komentar sebanyak 2.281.000 tentunya menjadi sebuah *review* tersendiri bagi siapa saja yang membacanya. Sebuah media sosial YouTube pada akhirnya telah merubah perilaku penilaian seseorang terhadap sesuatu tayangan kejadian yang dipahaminya.



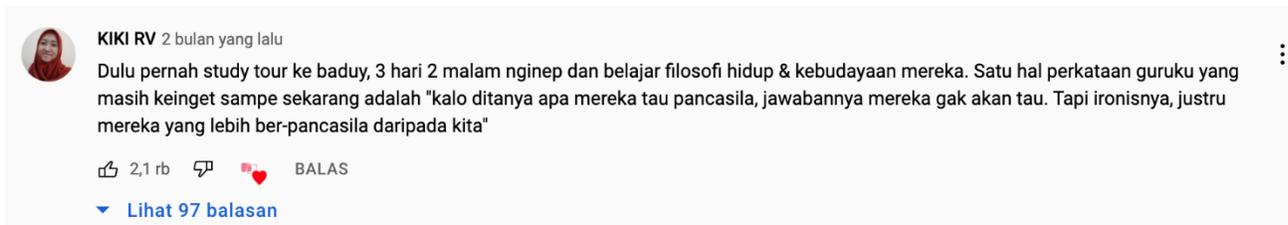
Gambar 4. Jumlah komentar Netizen

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=ywt_33y00iY&t=190s

Dengan jumlah komentar sebanyak 2.281.000, proses analisa terhadap proses komunikasi yang terjadi antar *netizen* pada kolom komentar setelah melakukan *view* terhadap video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”. Hampir seluruh komentar para *viewer* yang diberikan terhadap video menyatakan pandangan dan komentar positif terhadap budaya dan ttutur Bahasa Suku Baduy, sehingga agar lebih focus peneliti akan membagi proses analisa dengan rujukan pada kolom komentar *netizen* yang telah direspon (balasan) oleh *netizen* lainnya dengan jumlah respon 3(tiga) tertinggi, daripada kolom komentar lainnya.

Peneliti akan melakukan analisa keterkaitan cerita pada video video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” dengan isi komentar *netizen* yang telah di respon oleh *netizen* lainnya sehingga muncul sub topik pembahasan dalam proses komunikasi pada kolom komentar. Dalam pembahasan ini akan dianalisa dan diuraikan komentar berdasarkan *viewer* yaitu:

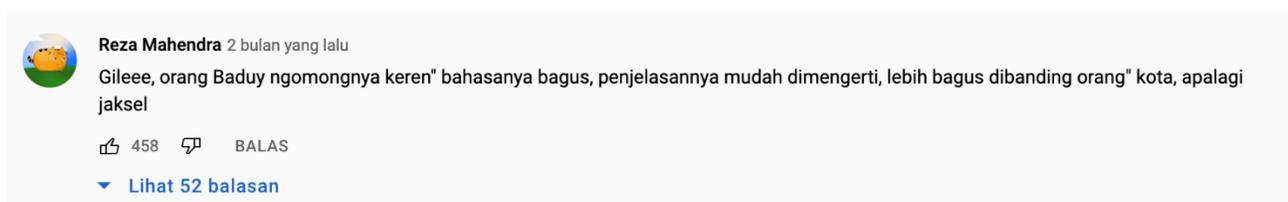
- *Viewer* @KIKI RV, dengan total respon (balasan) 97 komentar dan 21000 *viewer* menyukai komentar ini dan tidak ada yang tidak menyukai komentar ini (lihat gambar.5):



Gambar 5. Komentar dan respon pada kolom komentar @KIKI RV
 Sumber: *Channel* YouTube milik ASUMSI

Dalam kolom komentar @KIKI RV, dia menyampaikan pengalamannya semasa *study tour* ke pedalaman Suku Baduy dan teringat dengan kesimpulan mantan gurunya mengenai bagaimana Suku Baduy sebenarnya tidak mengetahui filosofi dan lambang negara Pancasila, tetapi dalam kesehariannya Suku Baduy justru sudah melaksanakan nilai-nilai filosofi dari Pancasila dan bahkan telah melebihi dari nilai-nilai yang ada pada Pancasila. Dari 97 respon komentar @KIKI RV, terdapat beberapa *viewer* yang membalas komentar dan menyatakan keterkaitan filosofi budaya Suku Baduy merupakan salah satu indikator dari sekian banyak filosofi budaya suku lain di Indonesia, yang membentuk filosofi 5 dasar Pancasila. Dalam urutan balasan komentar @KIKI RV, terdapat salah satu *netizen* yang bernama @TWENTY EIGHT memberikan pernyataan balasan “karena mereka menerapkan bukan sekedar menyuarakan”. Artinya Suku Baduy adalah masyarakat yang taat dan mengedepankan implementasi nilai-nilai budaya Suku Baduy tanpa memperdebatkannya.

- *Viewer* @REZA MAHENDRA, dengan total respon (balasan) sebanyak 52 komentar balasan dan 458 *viewer* menyukai komentar ini dan tidak ada yang tidak menyukai komentar ini (lihat gambar 6).

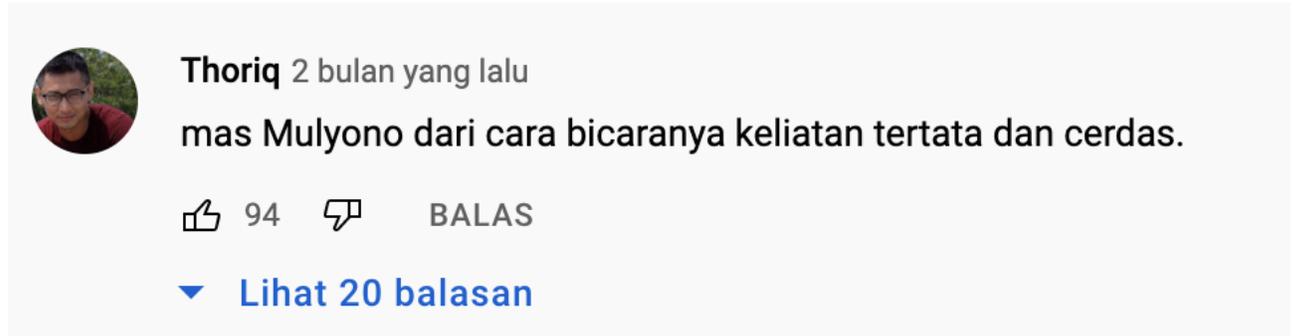


Gambar 6. Komentar dan respon pada kolom komentar @REZA MAHENDRA
 Sumber: *Channel* YouTube milik ASUMSI

Dalam kolom komentar @REZA MAHENDRA menyatakan respon positifnya terhadap tata cara berbicara Suku Baduy yang dinilainya bagus dan mudah dipahami dan tanpa sengaja membandingkannya dengan masyarakat kota yang dianggap lebih memahami tata aturan berbicara dan berbahasa yang tepat. Dan menempatkan target pembandingan pada masyarakat wilayah kota Jakarta Selatan (Jaksel). Komentar ini pada akhirnya justru menimbulkan komentar balasan yang

pada akhirnya saling menyudutkan antar *netizen* yang turut memberikan komentar balasan. Dalam proses komunikasi yang terjadi di kolom komentar @REZA MAHENDRA justru menimbulkan arah komunikasi yang mengarahkan kepada penilaian buruk pada masyarakat perkotaan dibandingkan di pedesaan.

- *Viewer* @THORIQ, dengan total respon(balasan) sebanyak 20 komentar balasan dan 94 *viewer* menyukai komentar ini dan tidak ada yang tidak menyukai komentar (lihat



gambar.7).

Gambar 7. Komentar dan respon pada kolom komentar @THORIQ
Sumber: *Channel* YouTube milik ASUMSI

Dalam kolom komentar @THORIQ telah memberikan komentar positif yang hamper sampa dengan komentar dari @REZA MAHENDRA mengenai tata Bahasa Suku Baduy. Dan ternyata di respon oleh beberapa *viewer* dengan pembicaraan dan perdebatan kepada istilah panggilan antara etnis Sunda dengan Suku Baduy yang dalam tata cara penyampaian hampir sama satu dengan lainnya.

4. KESIMPULAN

Pada akhirnya hasil dari penelitian ini sampai pada puncak kesimpulan yang akan dinyatakan sebagai intisari dari penelitian terhadap komentar-komentar *netizen* pada video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” sebagai sebuah kumpulan *netizen* yang melakukan *view* di dalam antropologi virtual. Dalam hal ini kesimpulan-kesimpulan yang dapat dia sampaikan, yaitu:

- a. Secara umum, respon *netizen* yang telah berkomentar terhadap video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy” telah disambut positif oleh para *netizen* yang menjadi *viewer* dalam tayangan tersebut. Video tayangan tersebut membuktikan bahwa citra Suku Baduy yang diwakili oleh Presiden Jokowi yang menggunakan pakaian Suku Baduy pada acara sidang MPR RI telah disambut positif oleh mayoritas *netizen*.
- b. Dalam proses komunikasi diskusi pembicaraan yang terjadi dalam kolom komentar video “Distrik: Buah Manis Jaga Kekayaan Leluhur Suku Baduy”. Mengenai kesepahaman antar *viewer* bahwa nilai-nilai budaya Suku Baduy dan suku-suku lainnya di Indonesia telah menjadi dasar terbentuknya lambang negara Indonesia Garuda Pancasila.
- c. Dalam proses komunikasi lainnya terdapat diskusi pembicaraan mengenai tata dan gaya bahasa masyarakat Suku Baduy sebagai perwakilan masyarakat pedesaan di Indonesia yang masih memiliki tata dan gaya bahasa yang baik.

Pada akhir kesimpulan ini menyatakan bahwa masih banyaknya potensi-potensi nilai-nilai budaya di Negara Indonesia yang dapat dikembangkan lebih lanjut melalui kemajuan era digital 4.0 (salah satunya melalui saluran media sosial YouTube).

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Pada akhir penulisan jurnal ini saya sangat berterima kasih kepada PT. MUDA MUDI BERKARYA SEJAHTERA pemilik akun YouTube @ASUMSI yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan analisa singkat mengenai pemaparan video investigasi *independent* pada Suku Baduy di Indonesia.

REFERENSI

- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life : An Anthropologist Explores The Virtually Human*. University Press, New Jersey: Princenton.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nanuru, Ricardo F. (2013). *Youtube: Seni Berwawasan Teknologi Modern*. Journal Uniera, Vol 2, No 1. Hal 132-143.
- Lasswell, H D. (1972). *The structure and function of communication in society dalam Wilbur Schramm, ed. Mass communication..* University of Illinois Press, Urbana – Chicago.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography. Modes, Varieties, Affordances*. SAGE Publication Ltd, London.
- Rachmaniar, Renata, A. (2017). *Komentar Kasar Netizen Untuk Video Debat Final Pilkada DKI 2017 di Channel YouTube*. Jurnal LONTAR Vol 5 No 2, Hal 43-45.