**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar belakang**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, misalnya adalah teknologi komunikasi, teknologi sangat membantu manusia untuk berkomunikasi, terlihat bahwa penggunaan teknologi semakin canggih memudahkan banyak orang untuk berinteraksi di dunia maya seperti dengan munculnya media sosial. Salah satu yang menyebabkan ini terjadi adalah adalah New media. New media adalah sebuah penggambaran tentang era teknologi baru dalam berinteraksi, berkomunikasi, jaringan informasi dan lain sebagainya.

Second media age atau bisa dikatakan sebagai media baru yang mana face to face ( tatap muka) telah digantikan oleh hubungan mterface ( antar muka ) dengan terminal – terminal teknologis berupa komunikasi, perangkat elektronik memperoleh kehidupan mereka sendiri. Diluar tubuh kita sendiri, dunia berisi dengan benda – benda yang juga teranimasi, suatu animasi yang mungkin bersaing dengan manusia.[[1]](#footnote-1)

Seperti contohnya youtube , YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di YouTube adalah flv (Flash Video) atau format file yang digunakan atau sebagai wadah untuk mengirimkan konten video digital melalui internet menggunakan adobe flash player versi 6 yang lebih baru, yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player. Youtube bisa dikatakan sebagai media penyiaran yang menampilkan video bergerak.

Youtube mendapatkan penghasilannya dari iklan yang ditampilkan sebelum video-video youtube diputar. Iklan tersebut dinamakan dengan [Google AdSense](https://www.google.com/adsense/start/#/?modal_active=none), sebuah program yang menawarkan pembayaran berdasarkan tingkat frekuensi sebuah video diputar. Pada bulan Februari 2017, tercatat bahwa ada video dengan total durasi 400 jam diunggah di Youtube setiap menitnya dan total satu miliar jam konten Youtube ditonton orang setiap harinya.[[2]](#footnote-2)

Youtube sebagai salah satu media baru dengan perkembangan teknologi yang canggih. Youtube juga menghadirkan viewers dan subscriber yang menjadi salah satu ciri dari youtube tersebut. Munculnya youtube memunculkan presepsi banyak kalangan, bagi yang pro dengan youtube mereka sangat mengapresiasi youtube sebagai media pembelajaran, media informasi, memunculkan video klip dari musik dan lainya.[[3]](#footnote-3) Youtube bisa dikatakan sebagai penyiaran dalam media modern, karena kemunculannya membuat orang banyak mengakses youtube daripada media penyiaran lainnya, seperti tv maupun radio. Bagi mereka yang suka dengan konten atau bisa dibilang konten kreator mereka bisa menggunakan youtube sebagai media mereka untuk penghasil uang mereka.

Salah satu dari kajian dari youtube adalah pembuat vlogger (Video bloger), video blog adalah salah satu media yang digunakan para youtubers untuk dapat berpartisipasi dalam dunia youtube. Vlogger dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk presentasi diri yang beberapa tahun ini menjadi sangat populer, terutama dengan bermunculannya berbagai mediaa sosial yang menggunakan konten video atau audio visual sebagai interaksi utamanya. Banyak bermunculan youtuber baru dari banyak kalangan, baik remaja maupun dewasa, mereka berlomba untuk menggunakan youtube sebagai media mereka untuk menghasilkan uang, tidak hanya itu mereka juga berlomba untuk menyuguhkan konten-konten menarik versi mereka, seperti contohnya mereka membuat konten beauty vlogger atau bisa dibilang konten seputar kecantikan, merawat kulit atau makeup , konten tips – tips , DIY ( Membuat hasil karya mereka sendiri , dengan kreasi mereka menggunakan bahan bekas atau yang lainnya), konten musik bagi yang gemar dengan bernyayi maupun cover lagu dan sekarang juga lagi marak soal konten mereview makanan , baik itu dari konten kreator luar negeri ataupun dalam negeri, seperti diindonesia.

Youtuber ini berlomba – lomba untuk menyuguhkan konten yang di kemas dengan semenarik mungkin dalam mereview makanan, contohnya mereview makanan pedas yang paling banyak untuk sekarang ini, ada banyak sekali youtuber pereview makanan pedas tetapi mereka menyungguhkan dengan cara yang berbeda – beda. Mereka membuat semenarik mungkin sehingga pesan yang disampaikan ketika mereview makanan sampai kepada audiens. Salah satunya adalah youtuber asal indonesia satu ini, Farida Nurhan.

Setiap orang mempunyai gaya komunikasi sendiri yang menjadi ciri khas mereka. Komunikasi adalah merupakan dasar interaksi antar manusia dan dapat terjadi pada siapa saja baik antara dosen dengan mahasiswa, orang tua, dengan anak, pimpinan dengan bawahan, pacar, teman dan lain sebagainya, namun seringkali komunikasi yang kita lakukan itu berhadapan dengan masalah atau muncul suatu masalah , karena kita kurang menganggap penting gaya komunikasi yang kita keluarkan.

Farida Nurhan bergabung pada dunia youtube pada November 2016 tetapi baru aktif januari 2017. Farida nurhan menyuguhkan review makanan dengan gaya yang khas Farida Nurhan. Farida mempunyai 1,2 juta subscribers dan mempunyai samapi dengan 4 juta viewers. Diantara video yang diunggah ada konten tentang Food Vlogger yang laiinya adalah video adventure Farida yang menceritakan tentang pengalaman pribadi, tentang bisnis property yang sedang Farida jalankan, dan juga video tentang penyemangat bagi wanita, dibanding dengan youtuber lainnya seperti Mgdalenaf yang mempunyai subscriber 1.293.600 dan viewers mencapai 8,9 juta ini memang dikatakan ada kesamaan dalam mereview makanan pedas khususnya, tetapi yang menjadi pembedanya disini adalah Farida nurhan salah satu youtubers periview makanan yang peneliti lirik karena cara penyajiannya dalam konten tersebut berbeda dengan youtubers pereview makanan lain , bukan hanya itu salah satu yang menarik dan membedakan farida nurhan dengan youtubers lainya adalah farida nurhan juga tidak jarang untuk membuat resep masakan dan di review sendiri olehnya dengan menggunakan gayanya mereview makanan seperti Vlogger pada umumnya, dari gaya khas yang paling menonjol adalah kata *Ngemplok* yang berarti Makan. penelitian ini akan berfokus pada gaya komunikasi yang digunakan oleh Vlogger Farida Nurhan dalam berkomunikasi di konten youtube. Penelitian ini peneliti fokus pada Analisis Gaya Komunikasi yang digunakan dan menjadi ciri khas Farida Nurhan yaitu bahasa indonesia yang medok dan bahasa jawa kasar.

Setiap komunikator memiliki gaya berkomunikasi yang berbeda-beda. Gaya komunikasi juga dapat mengikuti kondisi dan situasi sehingga setiap individu dapat memiliki beberapa macam gaya komunikasi. Terlebih ketika seseorang akan memasarkan produknya baik berupa barang maupun jasa tentunya gaya komunikasi menjadi hal yang turut dipikirkan secara matang mengingat efek yang ditimbulkan saat masyarakat melihatnya. Tentunya gaya komunikasi yang diharapkan dapat memikat hati masyarakat untuk menggunakan produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Dari berbagai macam gaya komunikasi, komunikator memilih untuk menggunakan gaya komunikasi yang tepat agar dalam menyampaikan pesan mendapat tanggapan yang baik serta hal-hal yang ingin disampaikan tersalurkan dengan tepat. Pemilihan gaya komunikasi yang tidak tepat menimbulkan gambaran buruk dibenak masyarakat tentang barang atau jasa yang ditawarkan.[[4]](#footnote-4)

Gaya komunikasi pada hakekatnya sebagai tindakan pengiriman pesan dan penerimaan pesan. Gaya komunikasi merupakan cara bagaimana berkomunikasi, model perilaku verbal maupun non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi pada situasi tertentu.

Dalam hal ini gaya komunikasi tidak dapat berlaku pada seluruh manusia secara sama, tetapi lebih mencerminkan karakter pribadi dan budaya. Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran unsur-unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan – pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi di ungkapkan dalam kata – kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi, termasuk nada, volume atas pesan yang diucapkan.[[5]](#footnote-5)

Setiap orang mempunyai gaya komunikasi unik karena itu jika kita mengenal gaya komunikasi seseorang maka kita dapat menemukan kesadaran dari diri kita sehingga kita dapat mengembangkan interaksi dan relasi antarpersonal demi tercapainya komunikasi efektif. Artinya, gaya komunikasi dapat membuat orang menjadi sukses dalam relasi dengan orang lain.

Oleh karena itu penulis bermaksud untuk meneliti Gaya Komunikasi Farida Nurhan dalam video youtube yang diunggahnya dengan judul penelitian **“ Analisis Isi Gaya Komunikasi Food Vlogger Farida Nurhan ”** .

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan yaitu , Bagaimana Gaya Komunikasi Food vlogger “Farida Nurhan”?

* 1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah disampaikan di atas, dapat disimpulkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Gaya Komunikasi Food Vlogger Farida Nurhan.

* 1. **Manfaat Penelitian**

1. **Manfaat Akademis**
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang gaya komunikasi yang baik dan efektif khususnya pada progam studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Majapahit.
3. Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan bagi prodi ilmu komunikasi tentang penelitian new media dan analisis isi.
4. **Manfaat Praktis**
5. Pada penelitian ini di harapkan adalah menambah dan membuka wawasan bagi penulis terkait dengan gaya komunikasi, dan juga bagi para teoritis dan praktisi.
6. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan menggunakan analisis isi dan gaya komunikasi.

1. David Holmes. *Komunikasi media, teknologi dan masyarakat. Second media age,* ( Yogyakarta 55167, Pustaka Belajar, 2012) Cet ke – 1 h.5 [↑](#footnote-ref-1)
2. Moch. Azam. *Pengertian youtube beserta manfaat dan fitur - fitur yang perlu diketahui,* <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> (diakses pada 17 mei 2019). [↑](#footnote-ref-2)
3. Schience Booth. *Fenomena youtube sebagai media massa di zaman modern,* <https://sciencebooth.com/2013/06/26/fenomena-youtube-sebagai-media-massa-di-zaman-modern/> ( diakses pada 17 mei 2019). [↑](#footnote-ref-3)
4. Pratiwi Nitin Bayu. *Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin*, *Analisis gaya komunikasi* , ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id © Copyright 2017. [↑](#footnote-ref-4)
5. Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S. *komunikasi Antarpersonal. Gaya Komunikasi Antarpersonal,* (JAKARTA, PT Adhitya Andrebina Agung,2015) cet ke-1 h. 254. [↑](#footnote-ref-5)