

**PERSEPSI PENONTON CHANNEL YOUTUBE NAJWA SHIHAB
PADA KONTEN “30 TAHUN DEWA 19:
MENDEKATI KEABADIAN”
(Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet
Riyadi Surakarta)**

Tri Suci Putra Wicaksono^{1*}, Herning Suryo Sarjono^{2}, Haryo Kusumo Aji^{3**}**

Universitas Slamet Riyadi; Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Kec.Banjarsari,
Surakarta, Jawa Tengah, 57136,0271-8538391,2,3
e-mail co Author: wicaksanaputra900@gmail.com*

Abstrak

“30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” merupakan salah satu konten video youtube Najwa Shihab yang telah ditonton oleh lebih dari 1,9 juta kali serta mendapatkan komentar sebanyak 6,538. Dari sekian banyaknya penonton video tersebut, masing-masing penonton memiliki persepsi yang berbeda-beda. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan persepsi penonton channel youtube Najwa Shihab pada konten youtube “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian”. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun obyek pada penelitian ini merupakan persepsi penonton pada konten youtube Najwa Shihab berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” yang diupload pada 12 februari 2023. Data pada penelitian ini merupakan persepsi penonton pada konten youtube Najwa Shihab berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” yang diperoleh melalui wawancara dengan para informan yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini meliputi teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian ini menemukan bahwa informan mempersepsikan Dewa 19 sebagai salah satu band legendaris yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Hal ini dibuktikan melalui video dokumentari Najwa Shihab yang berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” yang merupakan salah satu bukti eksistensi dewa 19 yang mampu bertahan hingga 30 tahun, meskipun dalam perjalanannya sendiri Dewa 19 telah beberapa kali bergonta-ganti personil. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dari para informan yaitu objek yang dipersepsikan serta pengalaman informan.

Kata kunci: Persepsi, Mahasiswa, Najwa Shihab.

Abstract

"30 Years of God 19: Approaching Eternity" is one of Najwa Shihab's YouTube video content which has been watched more than 1.9 million times and received 6,538 comments. From all the

times I have watched the video, each viewer has a different perception. The aim of this research is to find out and describe the perceptions of Najwa Shihab's YouTube channel viewers on the YouTube content "30 Years of Dewa 19: Approaching Eternity". This research is a type of qualitative research with a descriptive approach. The object of this research is the audience's perception of Najwa Shihab's YouTube content entitled "30 Years of Dewa 19: Approaching Eternity" which was uploaded on 12 February 2023. The data in this research is the audience's perception of Najwa Shihab's YouTube content entitled "30 Years of Dewa 19: Approaching Immortality" obtained through interviews with informants selected using purposive sampling techniques. Data collection techniques in this research include in-depth interview techniques, observation and documentation. The data validity technique in this research uses triangulation techniques. Meanwhile, the data analysis technique in this research uses qualitative analysis. The results of this research found that informants perceive Dewa 19 as a legendary band that has been able to maintain its existence to this day. This is proven through Najwa Shihab's documentary video entitled "30 Years of Dewa 19: Approaching Eternity" which is proof of the existence of Dewa 19 which was able to survive up to 30 years, even though in its journey Dewa 19 has changed personnel several times. There are several factors that influence the perceptions of the informants, namely the objects perceived and the experiences of the informants.

Keywords: Perception, Students, Najwa Shihab.

PENDAHULUAN

Di masa sekarang ini bukan lagi di masa media analog yang semua serba susah untuk diketahui atau terbilang masih lambat untuk dicari, namun di masa sekarang ini sudah memasuki dunia media digital yang diciptakan agar akses semua orang dimudahkan untuk mencari informasi, ilmu pengetahuan, teknologi tanpa ada batasan (Munadhil, 2021). Salah satu persepsi yang mengalami perubahan yang signifikan adalah media komunikasi dan sistem informasi. Dengan seiringnya waktu, memunculkan suatu perangkat media baru yang disebut internet. "Internet dapat didefinisikan sebagai sebuah bentuk media yang mengkombinasikan komputerisasi dan teknologi informasi, dengan digitalisasi media dan isi informasi dalam sebuah jaringan komunikasi tanpa batasan waktu dan jarak" (Flew, 2005 dalam Widodo, 2018).

Internet sendiri merupakan salah satu media yang memegang peran penting dalam segala bentuk komunikasi. Bukan hanya sekedar untuk berkomunikasi, internet kini menjelma menjadi media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang beragam dari masyarakat. Adanya, kemudahan mengakses internet yang tak dibatasi oleh ruang dan waktu ini sangat membantu masyarakat guna menunjang aktivitasnya sehari-hari. Bahkan, internet sekarang ini dapat dikatakan sebagai media yang sangat digemari dan banyak digunakan dalam mengakses informasi sesuai dengan motif dan kebutuhan penggunaanya (Nurzahifah, Erawan & Ghufron, 2019).

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode

sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet [Indonesia](#) pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02% (APJII, 2023). Hal ini menunjukkan penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga disebutkan bahwa pengguna paling aktif berada di kalangan mahasiswa (APJII, 2023).

Mahasiswa merupakan individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi (Wardah, 2021). Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Seorang mahasiswa dikategorikan pada rentan usia 17-25 tahun, dimana di usia itulah seseorang berada 15 di tahap perkembangan fisik, psikologis, serta pola pikir yang matang. Salah satu dampak dari kematangan yang disebutkan di atas ialah bijak dalam memilih informasi dalam berkomunikasi serta tontonan setiap harinya (Putri, 2021). Pada penelitian ini akan fokus pada kalangan mahasiswa yang aktif berkuliah karena mereka berada di tahap yang dapat terpengaruh dan mempengaruhi persebaran informasi di beberapa faktor (lingkungan sosial pertemanan, pengetahuan, dan juga jenis tontonan yang dipilih). Hal ini sejalan dengan hasil survey yang dilakukan oleh APJII bahwa pengguna internet paling aktif berada di kalangan mahasiswa.

Meningkatnya jumlah penggunaan internet dari tahun ke tahun tidak terlepas dari kemampuan internet memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bentuk kemudahan akses terhadap berbagai informasi, mendukung efisiensi dan efektifitas dalam pekerjaan dan pemenuhan kebutuhan pribadi manusia secara pribadi dalam bentuk hubungan interpersonal dan pemenuhan keterhubungan pribadi dengan orang dan kelompok lain (Thaybatan & Santoso, 2019). Selain itu, Internet juga menyediakan berbagai platform digital yang mampu menghubungkan antara satu orang dengan berjuta orang lain di dunia seperti *YouTube*, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* dan lainnya.

Youtube merupakan salah satu situs web *video sharing* (berbagi video) yang populer di kalangan masyarakat dimana para penggunanya dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis (Azmil, 2018). Platform media sosial ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 2005, dimana konten-konten yang ditampilkan dalam youtube mulai dari klip film, klip TV, video musik, video pendek, video pendidikan, dan *video blog* (Samosir, 2018). Youtube adalah bentuk media sosial berbasis video yang semakin populer selama lima tahun

terakhir. Menurut statistik situsnya sendiri, YouTube memiliki lebih dari satu miliar pengguna, yang hampir sepertiga dari semua pengguna Internet. Pada Maret 2015, kreator mengupload 10.000 video ke YouTube karena membuat akun atau channel di YouTube dan mendapatkan subscriber atau penayangan dapat menghasilkan uang. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang membuat akun Youtube yang membuka lapangan pekerjaan. Hanya dalam beberapa hari, pengguna YouTube dapat menonton ratusan juta video, menghasilkan miliaran penayangan. YouTube dapat menjangkau pemirsa berusia antara 18 dan 34 tahun. Banyak konten yang tersedia seperti musik, film, olahraga, gaya hidup atau mode, game, vlog, dan berita atau informasi. Pada perkembangannya media YouTube selanjutnya berdampak pada jenis konten – konten yang dimuat dalam akun YouTube, contohnya akun yang berisikan konten vlog pribadi, akun tentang pengetahuan, pemberitaan serta berisikan review atau ulasan terhadap objek tertentu.

(Gambar 1.1 Profil dari Channel YouTube Najwa Shihab)



(Sumber : <https://www.youtube.com/@NajwaShihab>)

Channel Youtube Najwa Shihab merupakan media yang dikembangkan dari Narasi TV. Narasi TV merupakan program media internet yang memberikan fakta secara audio-visual kemudian diunggah melalui media Youtube dan situs website resmi Narasi TV. Narasi TV sendiri adalah media berbasis televisi digital yang berdiri sejak tahun 2017. Dilansir dari marketeers.com, ketiga Founder Narasi TV yaitu: Najwa Shihab, Catharina Davi, dan Dahlia Citra, mendirikan Narasi TV karena menurut mereka cara seseorang mengonsumsi media telah berubah. Jika awalnya satu arah, sekarang sudah menjadi dua arah. Sehingga melalui digital, media dapat relevan bagi setiap medium dan berbagai generasi (Bachdar, 2018). Selain membuat program-program yang berkualitas dan disukai oleh penonton, Najwa Shihab juga berharap agar kontennya dapat memberikan pencerahan mengenai topik-topik politik, hukum, sosial, religi, dan isu-isu faktual lainnya, dikonsepsi secara menghibur, menarik, dan insightful. Oleh karena itu Narasi TV menyuguhkan para pengguna media Youtube lewat program-program perbincangan, reportase, opini dan ruang interaksi, kemasan dokumenter, serta mengelola komunitas, aktivasi dan event online dan offline melalui situs digital www.narasi.tv

(Gambar 1.2 Konten Youtube Najwa Shihab)



(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=BYKGhxFc1J8>)

Salah satu konten yang menyita perhatian dari pada penonton Channel Youtube Najwa Shihab yaitu konten berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian”. Konten ini merupakan salah satu konten yang mengupas perjalanan salah satu band legendaris di Indonesia yaitu Dewa 19. Dewa 19 sendiri merupakan salah satu band asal Indonesia yang di motori oleh Ahmad Dani. Sebagai salah satu band legendaris yang telah berumur 30 tahun, Dewa 19 banyak menyita perhatian publik, hal ini terlihat dari banyaknya jumlah hastag (#) yang digunakan oleh lebih dari 22 chanel yang ada di youtube. Seperti pada hastag berikut:

(Gambar 1.3 Hastag Dewa 19 pada media sosial Youtube.)

#dewa19

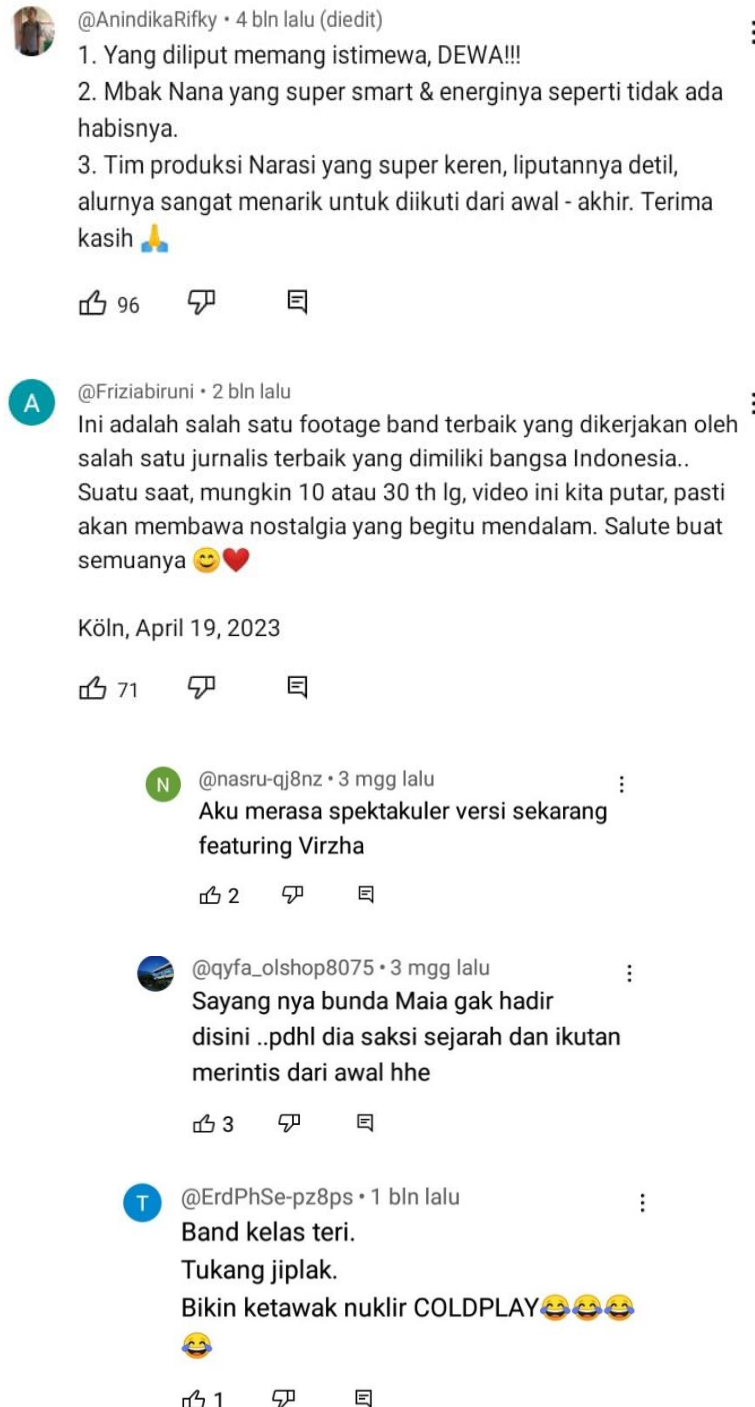
54K videos • 22K channels

(Sumber : <https://www.youtube.com/hashtag/dewa19>)

Gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 5 ribu video dan 22 chanel youtube yang menggunakan hastag (#) Dewa 19. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai salah satu band legendaris, Dewa 19 banyak muncul di media Youtube serta menjadi salah video yang banyak di tonton oleh pemirsa youtube. Berdasarkan hasil observasi peneliti, diketahui salah satu konten Najwa Shihab episode “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” yang diupload pada 12 februari 2023 telah ditonton oleh lebih dari 1,9 juta kali serta mendapatkan komentar sebanyak 6,538 (<https://www.youtube.com/watch?v=BYKGhxFc1J8&t=220s>). Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut telah berhasil menyita banyak perhatian publik serta menciptakan berbagai macam persepsi baik yang bersifat positif maupun bersifat negatif dari para penontonya. Dimana, ada yang mengungkapkan kekagumannya terhadap Band Dewa 19, ada yang membandingkan vokalis Dewa 19 dari yang dulu hingga yang sekarang, ada juga yang memberikan apresiasi kepada Najwa Shihab yang

mampu mendokumentasikan perjalanan serta eksistensi Band Dewa 19 hingga berumur 30 tahun, namun ada pula yang memberikan komentar-komentar negatif seperti berikut:

(Gambar 1.4 persepsi komentar dari konten 30 Tahun Dewa 19 : Menuju Keabadian)



(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=BYKGhxFc1j8>)

Berbagai komentar yang terdapat pada akun youtube Najwa Shihab episode “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian”, menunjukkan bahwa masing-masing penonton memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam

menanggapi pesan yang disampaikan melalui video tersebut, banyak yang menunjukkan mengapresiasi, namun terdapat pula yang memberikan persepsi negatif terhadap pesan yang disampaikan.

Persepsi merupakan proses saat sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih dan dipilah yang kemudian diatur dan diwujudkan pada kehidupan nyata (Perdana, 2022). Menurut Sugihartono (Putri, 2021) persepsi adalah aktivitas berpikir otak dalam menerjemahkan dan memahami stimulus atau proses menerima stimulus terhadap informasi dan pesan yang masuk melalui alat indera manusia. Riani & Winduwati (2020) menjelaskan bahwa pada dasarnya setiap manusia memiliki perbedaan tanggapan yang dapat diberikan terhadap suatu obyek. Hal ini disebabkan karena pandangan seseorang dapat dipengaruhi oleh wawasan, pengalaman serta pengetahuan terhadap suatu obyek yang dihadapkan. Selain itu, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, baik faktor yang berasal dari dalam diri maupun faktor yang berasal dari luar. Faktor yang terdapat dari dalam diri seseorang dapat berupa pengetahuan yang berasal dari proses pembelajaran sehingga menambah wawasan dan cara berfikir. Sedangkan faktor yang berasal dari luar dapat berupa sistem nilai, norma atau aturan-aturan yang ada di lingkungan atau hasil dari proses perubahan yang terjadi sehingga mampu mempengaruhi persepsi.

Hasil penelitian Utama (2022) yang menganalisis Persepsi Mahasiswa pada Tayangan Youtube Talk Show Mata Najwa di Episode "Pssi Bisa Apa Jilid 6" (Study Deskriptif pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo), menemukan bahwa persepsi mahasiswa universitas Muhammadiyah sidoarjo pada tayangan youtube talkshow mata najwa di episode "PSSI bisa apa jilid 6" ini merasa sulit untuk percaya dengan oknum pihak berwenang atas segala hal yang berhubungan dengan penegakan hukum, hal ini dikarenakan kurang kuatnya jaminan keselamatan kepada pihak yang melaporkan tindak kejahatan. Selain itu mereka juga menyayangkan hal tersebut bisa terjadi, kecurangan dalam pengaturan skor dan wasit, lambatnya penanganan PSSI atas masalah yang terjadi. Karena dengan lambatnya mengatasi masalah tersebut dapat membuat klub-klub bola yang baru terjun ke industri sepak bola merasa takut dan cemas apakah ketika pertandingan di dalamnya terdapat kecurangan yang terjadi. Padahal yang namanya persaingan apalagi ini olahraga seharusnya melakukan persaingan yang sehat bukan dengan cara seperti itu untuk meraih kemenangan di sebuah pertandingan.

Hasil penelitian Riani & Winduwati (2020) mengenai Persepsi Khalayak pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat oleh Influencer, menemukan bahwa persepsi yang dimiliki oleh penonton tentang gaya hidup sehat masih sebatas menjaga asupan makanan dan melakukan olahraga tanpa mengetahui fungsi dari olahraga yang dilakukan. Para informan dalam penelitian ini mempersepsikan bahwa dalam menerapkan gaya hidup sehat harus disertai dengan edukasi dan tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Edukasi

mengenai gaya hidup sehat tidak hanya tentang makanan, namun hal-hal apa saja yang harus dipersiapkan seperti mengenal gizi yang diperlukan tubuh, menghitung jumlah kalori yang harus dikonsumsi dan dibakar, jenis-jenis olahraga yang bisa menurunkan berat badan atau membentuk bagian tubuh tertentu serta hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan ketika menerapkan gaya hidup sehat tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Himawan (2019) mengenai Persepsi Fans Risa Saraswati Terhadap Kanal Youtube Mistik Jurnalrisa, menemukan bahwa persepsi fans Risa Saraswati terhadap Kanal Youtube Mistik Jurnalrisa adalah sebagai tayangan yang menarik dan menghibur atas dasar konstruksi realitas yang terbentuk di dalam pemikiran narasumber bahwa hal-hal mistik merupakan bagian dari dirinya sebagai orang Jawa. Pada Tahap Atensi, fans Risa Saraswati menunjukkan latar belakang mereka mulai tertarik terhadap Kanal Youtube Mistik Jurnalrisa yang meliputi aspek eksternal penarik perhatian dan motif biologis serta motif sosiopsikologis, dan pada Tahap Interpretasi melihat bagaimana Fans Risa Saraswati melihat Kanal Youtube Mistik Jurnalrisa berdasarkan pengalaman, nilai-nilai yang mereka anut, ekspektasi serta kebudayaan. Berdasarkan Kontruksi Realitas Sosial, fans Risa Saraswati pada tahapan eksternalisasi berusaha menunjukkan kepada fans Risa Saraswati lain bahwa dirinya merupakan orang Jawa yang menghargai leluhur. Hal itu ditunjukkan pula ketika narasumber menjalani kehidupan sehari-hari bermasyarakat, cerita-cerita mistik yang sering narasumber dengar kan ketika masih anak-anak. Proses internalisasi ini kemudian menjadikan narasumber secara tidak sadar, menciptakan konstruksi realitas bahwa hal-hal mistik merupakan bagian dari dirinya sebagai orang Jawa, menjadikan cerita-cerita mistik tersebut menarik bagi narasumber untuk dibahas dan didiskusikan dengan orang lain. Adapun persamaan antara penelitian ini dengan 3 penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utama (2022), Riani & Winduwati (2020) serta Himawan (2019) yaitu sama-sama menganalisis persepsi masyarakat terhadap video dalam akun youtube. Perbedaan antara penelitian ini dengan 3 penelitian sebelumnya terdapat pada obyek penelitian, dimana obyek penelitian ini merupakan konten youtube Najwa Shihab berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian", sedangkan 3 penelitian sebelumnya menggunakan obyek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti menemukan bahwa adanya perbedaan persepsi penonton dalam konten tersebut menunjukkan bahwa setiap penonton memiliki wawasan, pengalaman serta pengetahuan yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai persepsi penonton, khususnya perwakilan mahasiswa Solo Raya, tentang konten Najwa Shihab episode "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian" melalui sebuah penelitian yang berjudul **Persepsi Penonton Channel Youtube Najwa Shihab Pada Konten "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dimana penelitian ini menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Obyek penelitian ini merupakan persepsi penonton pada konten youtube Najwa Shihab berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian" yang diupload pada 12 februari 2023. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer pada penelitian ini merupakan persepsi penonton pada konten youtube Najwa Shihab berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian" yang diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari artikel, jurnal, buku, penelitian dan sumber lain yang berkaitan dengan tema penelitian. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini dengan wawancara pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang sudah sesuai kriteria pemilihan informan, Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung obyek penelitian yaitu konten youtube Najwa Shihab berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian" dan dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan arsip, tulisan, gambar serta sumber lainnya untuk mendukung hasil penelitian. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa persepsi para informan setelah menonton konten youtube Najwa Shihab berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian", adalah sebagai berikut:

Dewa 19 mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa menurut para informan, Dewa 19 merupakan salah satu band yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya video dokumentari Najwa Shihab yang berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian", seperti pada hasil wawancara berikut ini:

Jelas, dampak positif yang saya dapatkan adalah informasi-informasi tadi daripada para personel yang contohnya misalnya ternyata Ello, Virsa itu didaulat atau diberikan masuk ke dewa itu karena Dewa kata Ahmad Dhani kalau misal nih mau survive dia harus ganti vokal supaya tetap bisa eksis (Risang, 23 tahun)

Luar biasa sih, dewa bisa mempertahankan eksistensinya sampai 30 tahun dengan dia yang terakhir membuat album pada tahun 2007 kan mas jadi masih eksis sampai sekarang itu kayak luar biasa sih mas (Bagas, 22 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa dua informan yaitu Risang (23 tahun) dan Bagas (22 tahun) mengungkapkan bahwa Dewa 19 merupakan salah satu band Indonesia yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya video

dokumentari Najwa Shihab yang berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian”, dimana video tersebut merupakan salah satu bukti eksistensi dewa 19 yang mampu bertahan hingga 30 tahun, meskipun dalam perjalanannya sendiri Dewa 19 telah beberapa kali bergonta-ganti personel.

Dewa 19 merupakan salah satu Band Legendaris di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Dewa 19 merupakan salah satu band legendaris yang pernah ada di Indonesia, seperti pada hasil wawancara berikut ini:

Mungkin yang pertama karena aku sering dengar lagunya dari dulu aku sudah sering dengar lagunya dan mungkin ketika aku apa, tahu lagu itu lagunya dewa itu kan dewa juga kayak legend gitu kan legend gitu kan, legend di indonesia dan aku ada yang tertarik dengan lagunya, aku ada tertarik satu lagu dari legenda tersebut dan sekarang juga masih bagus banget untuk di dengarkan di di jaman yang milenial sekarang ini (Nida, 23 tahun)

Menurut saya the best band di Indonesia menurut saya itu dimana konsernya di JIS itu selama 15 menit terjual 65 ribu tiket (Bagas, 22 tahun)

Menurut Informan Nida (23 tahun), Dewa 19 merupakan salah satu band Legendaris yang pernah ada di Indonesia. Hal ini dibuktinya masih banyaknya orang-orang yang menyukai lagu Dewa 19 baik dari kalangan 90an maupun dari kalangan milenial. Selain itu, banyaknya animo masyarakat yang ingin menyaksikan konser band Dewa 19 juga membuktikan bahwa Dewa 19 memang layak mendapatkan predikat sebagai salah satu band legendaris yang pernah ada di Indonesia dan mampu bertahan hingga 30 tahun sejak awal mula dibentuknya.

Memiliki Lagu-Lagu yang berkarakter

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa menurut para informan, salah satu hal yang menjadi pembeda antara Dewa 19 dengan band-band lainnya yaitu Dewa 19 memiliki lagu-lagu yang berkarakter, seperti pada hasil wawancara berikut ini:

Ya karena jelas punya karakter, jadi lagu-lagu yang diciptakan ahmad dani terutamanya itu memperlihatkan sisi intelektualitasnya, misalkan ahmad dani adalah seorang ini ya islam yang sufi ia membuat lagu satu, jadi apa yang dibuat oleh ahmad dani itu sesuatu yang berkarakter dan menunjukkan sisi intelektualitasnya (Risang, 23 tahun)

Simpel sih mas menurut saya, dewa 19 itu tidak alay jadi liriknya itu manly sekali gitu lho mas, jadi macho, lanang jadi gak menye-menye (Bagas, 22 tahun)

Informan Risang (23 tahun) dan Bagas (22 tahun) mengungkapkan bahwa salah satu hal yang menjadikan pembeda antar Dewa 19 dengan band-band lainnya yaitu Dewa 19 memiliki lagu-lagu yang berkarakter dan menunjukkan sisi intelektualitas. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa lirik-lirik dalam lagu Dewa 19 juga menunjukkan maskulinitas serta tidak melankolis.

Persepsi merupakan suatu proses penilaian seseorang terhadap objek tertentu yang terbentuk berdasarkan hasil pemikiran dari situasi tertentu yang

dialami oleh individu (Wilantika, 2022). Sarwono (2012) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses kombinasi dari sensasi yang diterima oleh organ dan hasil interpretasinya (hasil olah otak). Menurut Mulyana (2015) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu pengantar menjelaskan bahwa terdapat ada tiga tahapan dalam proses persepsi, antara lain yaitu sensasi, atensi dan interpretasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa menurut para informan, Dewa 19 dipersepsikan sebagai salah satu band yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya video dokumentari Najwa Shihab yang berjudul "30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian", dimana video tersebut merupakan salah satu bukti eksistensi dewa 19 yang mampu bertahan hingga 30 tahun, meskipun dalam perjalanannya sendiri Dewa 19 telah beberapa kali bergonta-ganti personel.

Dewa 19 juga dipersepsikan sebagai salah satu band Legendaris yang pernah ada di Indonesia. Hal ini dibuktinya masih banyaknya orang-orang yang menyukai lagu Dewa 19 baik dari kalangan 90an maupun dari kalangan milenial. Selain itu, banyaknya animo masyarakat yang ingin menyaksikan konser band Dewa 19 juga membuktikan bahwa Dewa 19 memang layak mendapatkan predikat sebagai salah satu band legendaris yang pernah ada di Indonesia dan mampu bertahan hingga 30 tahun sejak awal mula dibentuknya. Adapun salah satu hal yang menjadikan pembeda antar Dewa 19 dengan band-band lainnya yaitu Dewa memiliki lagu-lagu yang berkarakter dan menunjukkan sisi intelektualitas. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa lirik-lirik dalam lagu Dewa 19 juga menunjukkan maskulinitas serta tidak melankolis.

Walgito (2010) menjelaskan bahwa sesuatu yang dilihat, dirasakan ataupun yang diraba dapat dikatakan sebagai objek. Objek ini menimbulkan stimulus yang mengenai indera atau reseptor. Sebagian besar stimulus berasal dari luar diri seseorang. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara juga diketahui bahwa pengalaman dari masa lalu informan yang sering mendengarkan lagu-lagu band Dewa 19 sejak zaman sekolah dasar (SD) juga berpengaruh terhadap persepsi yang diberikan. Sobur (2010) menjelaskan bahwa pengalaman adalah guru dalam melakukan dan menilai suatu upaya atau tindakan, banyak individu yang berkaca dari pengalaman terdahulu, karena kemungkinan sama hal yang terjadi pun memiliki persentase yang cukup besar. Sehingga dalam menilai pengalaman merupakan faktor penting, terutama mempersepsi suatu objek atau hal yang sama sebelumnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil peneltian yang dilakukan oleh Mahroza (2018) yang menemukan bahwa pada responden yang memberikan persepsi yang positif, timbul rasa ketertarikan untuk mengetahui lebih dalam mengenai objek yang dipersepsikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan informan mempersepsikan Dewa 19 sebagai salah satu band legendaris yang mampu

mempertahankan eksistensinya hingga saat ini. Hal ini dibuktikan melalui video dokumentari Najwa Shihab yang berjudul “30 Tahun Dewa 19: Mendekati Keabadian” yang merupakan salah satu bukti eksistensi dewa 19 yang mampu bertahan hingga 30 tahun, meskipun dalam perjalanannya sendiri Dewa 19 telah beberapa kali bergonta-ganti personel. Selain itu, banyaknya animo masyarakat baik dari kalangan 90an maupun dari kalangan milenial untuk menyaksikan konser band Dewa 19 juga membuktikan bahwa Dewa 19 memang layak mendapatkan predikat sebagai salah satu band legendaris yang pernah ada di Indonesia dan mampu bertahan hingga 30 tahun sejak awal mula dibentuknya.

Berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dari para informan yaitu objek yang dipersepsikan serta pengalaman. Berdasarkan objek yang dipersepsikan diketahui bahwa pada video tersebut objek dipersepsikan merupakan band Dewa 19, dimana sebagian informan memang pada dasarnya menyukai band tersebut, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap persepsi para informan. Kemudian berdasarkan faktor pengalaman, diketahui bahwa pengalaman dari masa lalu informan yang sering mendengarkan lagu-lagu band Dewa 19 sejak zaman sekolah dasar (SD) juga berpengaruh terhadap persepsi yang diberikan.

SARAN

Diharapkan agar Chanel youtube Najwa Shihab terus konsisten dalam mengembangkan dan memproduksi konten-konten edukasi yang berkualitas, kreatif dan informatif. Sehingga dapat memberikan masyarakat teredukasi dengan konten-konten yang disajikan. Diharapkan agar para content creator lebih berhati-hati dalam mengunggah kontennya dikarenakan akses internet yang semakin cepat membuat para konten creator harus lebih waspada dan agar selalu di review terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan untuk diunggah di platform media sosial nya karena dengan adanya UU ITE bisa membuat para content creator terkena masalah karena kesalahan kontennya, maka dari itu agar lebih bertanggung jawab dalam mengupload kontennya

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin & Beni, A. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- APJII. 2023. *Survei Internet APJII 2023*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. survei.apjii.or.id
- Azmil, F. 2018. *Sejarah Singkat Youtube Situs Video Sharing Terbesar*. diakses pada tanggal 25 September 2019 dari <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar>
- Bachdar, S. 2018. Najwa Shihab Bicara Soal Masa Depan Narasi TV. Retrieved from Marketeers: <https://www.marketeers.com/najwa-shihab-bicarasoal->

[masa-depannarasity/#:~:text=Narasi%20TV%20](#)

- Dwiantara, L. 2015. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rineka Cipta.
- Effendy. 2015. *Komunikasi Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo Rosdakarya
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. 2020. Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Hardiansyah. 2015. *Komunikasi Pelayanan Publik. Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gava Media
- Hardjana, A. 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Himawan, R. 2019. Persepsi Fans Risa Saraswati Terhadap Kanal Youtube Mistik Jurnalrisa. *Skripsi*. Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi Universitas Semarang
- Koesomowidjojo, S. R. 2021. *Dasar-dasar Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Moleong, L. J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. 2015. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munadhil, A. 2021. Teknologi Media Baru: Perubahan Analog Menuju Digital. *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, Vol. 5, No. 2, 34-40
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurzahifah, Erawan, E. Ghufron. 2019. Pengaruh Mengunjungi Tempat Hiburan Malam Muse Samarinda Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Mulawarman. *Jurnal Ilmu Komunikasi*;7(3):221-231.
- Prastowo, A. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Putri, S. 2021. Persepsi Mahasiswa terhadap Penerapan Konten Mata Kuliah Microteaching dalam Pelaksanaan Program Praktek Lapangan Kependidikan (PLK) : Studi pada Alumni PLK PPKN FIS UNP. *Journal of Education, Cultural and Politics* , 1(1), 22-30.
- Riani, S. & Winduwati, S. 2020. Persepsi Khalayak pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat oleh Influencer. *Koneksi*, 4(2), 274-279.
- Romli, K. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi.
- Samosir, F. 2018. Efektivitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu). *Record and Library Journal*, 4(2), 81-91.
- Sikula, A. 2017. *Training dan Pengembangan Tenaga Kerja*. Jakarta: Pustaka Binaman.
- Solihat, M. 2015. *Interpersonal Skill Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*.

- Bandung: Rekayasa Sains.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharno. 2016. *Komunikasi Bisnis Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta : PT Buku Seru.
- Thaybatan, M. & Santoso, H. 2019. Internet dan Perilaku Cyberloafing pada Karyawan. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 4(1), 26-35.
- Utama, H. 2022. Student Perceptions on Mata Najwa's Youtube Talk Show in Episode "Pssi Can What Volume 6" (Descriptive Study on Students of Muhammadiyah University of Sidoarjo). *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 3, 10.21070/jims.v3i0.1566. <https://doi.org/10.21070/jims.v3i0.1566>
- Vivian, J. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana
- Wardah. 2021. Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Youtube sebagai Media Konten Video Kreatif. *Jurnal Komunikasi dan Organisasi (J-KO)*. Vol. 3, No. 1, Hal 39-46
- Widodo, A. 2018. Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas Di Indonesia. *NYIMAK : Journal of Communication*, 3(2), 97-202.
- Winarso, P. 2016. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Prestasi Pustaka