

Persepsi Viewers Konten YouTube Noice Pada Tayangan “Berbeda Tapi Bersama” Sebagai Media Penyampaian Pesan

*Perception of viewers of YouTube noice content on the show “Berbeda Tapi Bersama” as
a medium of delivery*

**Risma Ajeng Anggrahini ¹, Drs. Herning Suryo Sardjono, M.Si ², Haryo Kusumo
Aji, S.I.Kom, M.I.Kom ³**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi
Surakarta

ABSTRAK

Penggunaan YouTube sebagai media penyampaian pesan dan sebagai media konten berbagi video menimbulkan beragam persepsi bagi yang mengaksesnya. Tayangan konten Berbeda Tapi Bersama merupakan salah satu konten YouTube dalam channel Noice yang berisi tentang dakwah islam yang dikemas secara modern dan kekinian, berbagai macam latar belakang kehidupan serta perbedaan agama dapat dibahas dalam konten ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi viewers pada tayangan konten Berbeda Tapi Bersama sebagai media penyampaian pesan. Dengan menggunakan teori proses terjadinya persepsi yang dikemukakan oleh Alex Sobur yaitu melalui proses seleksi, interpretasi dan reaksi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, untuk memahami suatu fenomena yang telah dialami subjek penelitian dengan melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah viewers (informan) mempersepsi positif yaitu, Tayangan tersebut dapat membuka sudut pandang baru terhadap sesama, Menimbulkan rasa toleransi yang tinggi, serta merubah pola pikir yang lebih baik dan juga YouTube sebagai media penyampaian pesan sangat informatif, sebagai sumber pengetahuan yang efektif, sarana hiburan dan YouTube menjadi tempat untuk menyalurkan kreatifitas.

Kata kunci : persepsi, tayangan konten, YouTube.

ABSTRACT

The use of YouTube as a medium for conveying messages and as a medium for sharing video content creates various perceptions for those who access it. Berbeda Tapi bersama content show is one of the YouTube content in the Noice channel which contains Islamic preaching that is packaged in a modern and contemporary way, various backgrounds of life and religious differences can be discussed in the content, various backgrounds of life and religious differences can be discussed in this content. This research aims to find out how viewers' perceptions of the Berbeda Tapi Bersama content show as a medium for delivering messages. By using the theory of the process of perception by Alex Sobur, namely through the process of

selection, interpretation and reaction. The method used in this research is qualitative, to understand a phenomenon that has been experienced by the research subject through interviews and documentation. The results of this study are viewers (informants) perceive positively, namely, the show can open a new view points towards others, generate a high sense of tolerance, and change a better mindset and also YouTube as a medium as a medium for delivering very informative messages, as an effective source of knowledge, means of entertainment and YouTube is a place to channel creativity.

Keywords: perception, content impressions, YouTube.

1. PENDAHULUAN

Media berkembang cukup cepat untuk menuntut perhatian yang signifikan dari publik dan institusi. Media merupakan alat komunikasi yang dapat membantu penyebaran informasi. Pertumbuhan media massa tentunya mengalami kenaikan serta penurunan, tetapi pengelola media tidak bisa berdiam diri ketika media yang dikelolanya tidak lagi diminati, karena pertumbuhan media semakin dahsyat teknologi dan kreatifitas manusia untuk berkomunikasi. (Nur, 2021).

Penyampaian pesan oleh media lama kini mulai digantikan oleh media baru. Media baru adalah media yang disajikan secara online melalui internet dan cara mengaksesnya diperlukan perangkat berupa gadget serta koneksi internet. Media baru memiliki lima ciri, yaitu:

1. Digitalisasi : Hampir semua media serta informasi adalah digital.

2. Konvergensi : Menggabungkan media massa cetak, televisi, radio, internet dengan adanya teknologi mobile dan interaktif melalui bermacam platform media digital.
3. Interaktivitas : Komunikasi terjadi antara orang dan platform media.
4. *Virtuality* : Kehadiran platform online dapat memfasilitasi pemrosesan objek virtual secara langsung.
5. *Hypertextuality* : Ini adalah dokumen di Internet dasar, dibentuk menggunakan bahasa markup yang sederhana (HTML), media baru, berita harus menggunakan hyperlink internal dan eksternal. (Romeltea, 2019).

YouTube merupakan sebuah platform video daring yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Diluncurkan pada tahun 2005, YouTube menjadi salah satu situs web terpopuler di dunia. Pengguna dapat

menemukan berbagai macam konten di YouTube, mulai dari video lucu hingga tutorial, vlog, musik, film, dan banyak lagi. Platform ini juga memberikan kesempatan bagi pembuat konten untuk memonetisasi karya mereka melalui iklan, langganan, dan fitur lainnya. YouTube telah menjadi sarana penting bagi berbagai orang untuk mengekspresikan diri, belajar hal baru, dan terhubung dengan audiens di seluruh dunia.

YouTube dianggap sebagai media yang signifikan untuk pengiriman pesan karena karakteristiknya yang unik dan dampaknya terhadap praktik komunikasi. Ini diakui sebagai platform yang mendukung praktik komunikasi baru, memperbaiki media tradisional seperti bioskop dan televisi, dan menawarkan keterjangkauan dan konvensi komunikasi tertentu (Luqman, 2019). Selain itu, pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi telah menyebabkan mempopulerkan media sosial untuk pengiriman pesan, dengan fokus pada pembuatan konten yang menarik di platform seperti YouTube. Secara keseluruhan, peran YouTube sebagai media pengiriman pesan terbukti melalui pengaruhnya terhadap konteks komunikasi yang beragam dan evolusinya dalam budaya visual.

Konten YouTube merupakan segala bentuk video, audio, dan teks yang

dipublikasikan di platform YouTube. Ini bisa berupa vlog, tutorial, review produk, musik, podcast, dan banyak lagi. Konten YouTube sangat bervariasi dan mencakup hampir setiap topik yang ingin kita cari, mulai dari pendidikan, hiburan, gaya hidup, hingga berita dan politik. Istilah konten kreator untuk pengguna YouTube didefinisikan sehubungan dengan mereka yang menggunakan *platform* YouTube sebagai sarana untuk membuat dan berbagi video dengan hak mereka sendiri, bukan hanya menjadikan YouTube untuk sumber pendapatan pribadi personel mereka. Ada beberapa konten kreator yang menggunakan YouTube sebagai media untuk berkreasi, termasuk konten yang bersifat humor oleh *May I See*, konten vlog oleh *Willy The Kid*, konten *gaming* oleh Windah Basudara, konten kartun komik oleh Animasi Nopal, konten horror oleh Joe Kal, konten makanan oleh Ria SW dan masih banyak lagi. Bagi para konten kreator yang memiliki prestasi seperti halnya memiliki jumlah *subscribers* yang banyak akan mendapat sebuah penghargaan dari pihak YouTube yang diberi nama “*YouTube Play Button*”, adapun tingkatannya sebagai berikut *Silver Play Button* (100.000 ribu) *subscribers*, *Gold Play Button* (1 juta) *subscribers*, *Diamond Play Button* (10 juta) *subscribers*, *Custom Play*

Button (50 juta) *subscribers*, dan penghargaan tertinggi adalah *Red Diamond Play Button* (100 juta) *subscribers*. (Regar, 2022).

Pengguna aktif YouTube khususnya di Indonesia sudah tidak asing dengan adanya *channel* Youtube *NOICE*, merupakan akun YouTube yang memiliki sekitar 510 ribu *Subscribers*, dan keseluruhan video yang sudah diupload di YouTube saat ini sekitar 875 video (sewaktu-waktu bertambah). Akun YouTube yang memiliki *tag line* *NOICE* yang paling ngertiin kamu, mulai bergabung dengan situs YouTube ini pada 18 Desember 2019, dengan jangkauan rata-rata penontonnya sekitar kurang lebih 126,140,539 juta penonton, dengan berbagai konten video yang ditampilkan. *Channel* YouTube ini merupakan salah satu *channel* yang memberikan sajian konten yang bervariasi dan juga informatif. Bukan hanya tayangan andalannya yaitu *Berbeda Tapi Bersama* namun juga ada tayangan konten lain yang cukup menghibur bagi para *subscribarnya*, seperti diantaranya adalah *Musuh Masyarakat*, *Trio Kurnia*, *Onad Hesti Meet Everybody*, *Sumbu Pendek*, *Raffi Everywhere*, dan lain-lain.

Pada kali ini peneliti akan membahas dalam tayangan konten *Berbeda Tapi Bersama*. Konten ini berisi tentang dakwah

islam yang dikemas secara modern dan kekinian, membahas berbagai macam bidang kehidupan dalam sudut pandang agama yang berbeda, seperti agama Islam, Kristen, Katholik, Hindu dan Buddha, serta konten ini di bawakan oleh Habib Jafar. Konten *Berbeda Tapi Bersama* merupakan sebuah tayangan video *podcast* dengan berbagai macam latar belakang dari bintang tamunya yang begitu menarik seperti halnya seorang pemuka agama, seorang pengikut setan, seorang atheis, seorang yang mempunyai cerita yang tidak di duga-duga dan lainnya. Tayangan yang mengajak pada kita sesama manusia untuk saling menghargai pendapat maupun kepercayaan masing-masing setiap manusia dan mengajarkan betapa pentingnya dalam membangun toleransi dengan manusia, sehingga terciptanya hubungan baik dengan sesama.

Konten ini dibawakan oleh Habib Jafar, Habib Jafar mempunyai nama lengkap Habib Husein Bin Jafar Al Hadar. Beliau lahir di Bondowoso, Jawa Timur pada Juni 1988. Menurut catatan Rabithah Alawiyah, Habib Jafar adalah keturunan ke-38 Nabi Muhammad SAW. Habib Jafar adalah seorang ulama atau pendakwah muda yang cukup nyentrik.

Salah satu alasan mengapa Habib Ja'far mudah menarik perhatian para

YouTuber dan milenial adalah cara penyampaian materi atau dakwah yang ringan, nyaman, dan tidak terkesan merendahkan. Dia tidak membantah, malah dia sangat menghargai apa yang dikatakan lawan bicaranya (Herawati, 2022).

2. KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi

Komunikasi merupakan proses mengirim atau menerima pesan dari satu orang atau ke orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan bahasa tertulis, lisan maupun nonverbal. Melalui komunikasi, orang dapat bertukar informasi, berbagi dan berkembang. Komunikasi yang baik dan benar akan membuat hasil yang diharapkan, sedangkan komunikasi yang tidak tepat dapat menimbulkan dampak negatif. Komunikasi juga adalah proses dimana individu, ketika berkomunikasi dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat, bereaksi serta menghasilkan pesan mengenai lingkungan dan orang lain. (Ngalimun, 2020).

Sendjaja dalam (Bungin, 2008), menjelaskan lima konteks atau tingkatan dalam Komunikasi, yaitu :

1. Komunikasi Intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang.
2. Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (melalui medium).
3. Komunikasi Kelompok memfokuskan pembahasannya pada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok - kelompok kecil.
4. Komunikasi Organisasi menunjuk kepada pola dan bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks dan jaringan organisasi.
5. Komunikasi Massa adalah komunikasi melalui media massa yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang besar.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak yang besar dan beragam melalui media massa. Ini melibatkan penggunaan berbagai platform media, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, situs web, dan platform digital lainnya, untuk menyebarkan informasi, opini,

dan hiburan kepada audiens yang luas. Penjelasan komunikasi massa dapat dibagi menjadi 2, secara luas dan sempit. Komunikasi massa secara luas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih guna menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik atau digital dengan mengharapkan adanya timbal balik. Sedangkan komunikasi massa secara sempit adalah komunikasi yang ditujukan pada banyak orang. (Kustiawan, 2022).

Ciri Komunikasi Massa

- Proses komunikasi massa bersifat kompleks, jika dibandingkan dengan komunikasi yang lainnya. Pesan yang terdapat dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut.
- Komunikasi massa bersifat awam. Informasi yang disampaikan komunikasi massa ini akan dengan cepat menyebar pada masyarakat dikarenakan media komunikasi ini sangat mudah ditemukan dan digunakan.
- Komunikasi massa bersifat serempak. Informasi yang telah disebarkan akan dengan serempak didapat oleh

masyarakat umum serta masyarakat luas karena pengirimnya yang hanya dilakukan satu kali memanfaatkan tujuan utamanya yaitu umum, maka komunikator tidak wajib melakukan pengiriman secara berulang, hingga pesan akan mudah dan cepat tersampaikan dengan serempak.

- Komunikasi massa bersifat satu arah. Diantara komunikator serta komunikan tak bertatap muka secara pribadi, maka tidak akan terdapat dialog antara keduanya. Seorang komunikator akan sibuk dengan kegiatan penyampaian pesan yang telah ia lakukan, sementara komunikan akan sibuk dengan aktivitas ia yang mendapatkan pesan, dengan begitu komunikasi ini hanya bersifat satu arah. (Kustiawan, 2022).

New Media (Media Baru)

Media baru adalah media digital yang penggunaannya diperlukan jaringan internet yang bisa digunakan untuk mentransmisikan berbagai pesan atau informasi baik berupa sebuah teks, foto, video, dan lainnya. Berbagai pesan juga informasi tersebut bisa dialihkan dalam format soft file maupun digital di mana pesan dan informasi dapat disebarkan dengan mudah.

Media baru telah bertransformasi dalam bentuk yang lebih mudah dan fleksibel. Misalnya melalui internet serta smartphone siapapun bisa mengakses informasi di mana juga kapan saja melalui situs berita online. Memfasilitasi sebagai alat komunikasi namun juga menjadi media pemberitaan pesan. Hampir semua platform media massa sudah memiliki lebih dari satu akun sosial media yang digunakan. Hal ini sebagai alat penyebaran informasi yang lebih cepat. Dari akun sosial media dapat nampak bahwa media lama kini memiliki atau menjadi media baru atau online. (Evanee, 2021).

Media baru mempunyai 4 karakteristik yaitu :

1. Desentralisasi : Desentralisasi merupakan bahwa penerima pesan dapat memilih untuk mengakses sebuah berita atau informasi yang diinginkan.
2. Kemampuan tinggi : Pengantaran pesan pada media baru menggunakan transmisi dari satelit.
3. Interaktivitas : dapat disebut sebagai komunikasi timbal adalah suatu karakteristik yang paling terlihat di media baru jika dibandingkan dengan era sebelumnya.

4. Kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan : Media baru bertransformasi dalam bentuk yang lebih mudah dan juga fleksibel. (Prasetya, 2022) .

Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman dari sebuah peristiwa yang diperoleh dengan membuat sebuah kesimpulan informasi serta menafsirkan sebuah pesan. Dalam buku Sumanto tentang psikologi umum, tertulis bahwa persepsi merupakan proses pemahaman atau pemaknaan informasi pada suatu stimulus. Stimulus berasal dari respons pada objek, peristiwa, maupun hubungan.

Stephen P. Robbins (2005) menjabarkan persepsi sebagai sebuah proses yang dilakukan oleh individu guna mengatur serta menafsirkan kesan indrawi mereka untuk memahami lingkungan mereka. Kinichi dan Kreitner (2003 :67) Identifikasi kognitif pada dasarnya ialah proses kognitif yang dilalui orang pada saat memperhatikan informasi lingkungannya, baik secara penglihatan, pendengaran, penilaian, sensasi, dan penciuman. (Simbolon, 2008).

Faktor yang mempengaruhi Persepsi :

Robins 2005 (Simbolon, 2008) faktor-faktor yang mempengaruhi pada saat

penafsiran sebuah kesan indera menjadi sebuah persepsi, sebagai berikut ;

1. Faktor yang berasal dari kepribadian atau persepsi pribadi seperti halnya; sikap, motivasi, preferensi, pengalaman, dan harapan.
2. Faktor lalu lintas seperti : Waktu, keadaan/tempat kerja, keadaan sosial.
3. Faktor-faktor dalam indikator seperti; Kebaruan, gerakan, suara, gema, ukuran, konteks, kedekatan dan kesamaan.

Proses Terjadinya Persepsi :

Soelaeman (Alex Sobur, 2003:447) mengungkapkan bahwa, proses persepsi mempunyai 3 komponen utama, yaitu :

1. Seleksi : merupakan proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit. Pengindraan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera meruokan penghubung antara individu dengan dunia luarnya.
2. Interpretasi : yakni proses pengorganisasian informasi hingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasinya dipengaruhi beberapa faktor seperti pengalaman masa lalu,

motivasi, kepribadian serta kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan individu untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterima yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

3. Reaksi : Interpretasi dan juga persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

YouTube

YouTube merupakan sebuah media sosial paling populer di dunia. YouTube adalah situs berbagi. Situs ini memiliki kemungkinan seorang pengguna mengunduh, menonton, juga berbagi video.

Terdapat 5 karakteristik YouTube yang membuat pengguna betah menggunakannya. Yaitu:

- 1). Tidak memiliki batasan waktu pengunduhan video. Inilah yang membedakan YouTube dari beberapa aplikasi yang lain adalah mempunyai batas durasi minimum, seperti Instagram, Snapchat, dll.
- 2). Sistem keamanan tepat. YouTube membatasi keamanannya dengan tidak member izin video yang berisi konten ilegal juga jahat, dan akan

mengajukan pertanyaan konfirmasi sebelum mengupload video.

- 3). Berbayar, YouTube memberi penawaran untuk yang mengunggah video konten ke YouTube serta mendapat minimal 1000 *viewers* akan diberikan *honorarium*.
- 4). Sistem *offline*. YouTube memiliki fitur pengguna untuk melihat videonya yaitu system *offline*. System ini memberikan kemudahan pengguna guna melihat videonya pada *offline* namun sebelum itu video tersebut harus diunduh lebih dahulu.
- 5). Editor yang sederhana. Pada menu unggah video awal, pengguna ditawarkan mengedit video lebih dahulu. Menu yang diberikan merupakan untuk memotong, memfilter warna atau menambahkan efek gerak pada video. (Faiqah, 2016).

Konten YouTube

Konten YouTube adalah beragam jenis video yang diunggah dan dibagikan oleh pengguna atau pembuat konten. Konten tersebut bisa mencakup segala hal, mulai dari vlog pribadi, tutorial, review produk, hiburan, musik, berita, dan banyak lagi. Berkat beragamnya konten yang tersedia, pengguna YouTube dapat menemukan video

yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

Viewers

Penonton atau *Viewers* YouTube adalah individu yang menonton konten video yang dipublikasikan di *platform* YouTube. Mereka berasal dari berbagai latar belakang, kepentingan, dan mereka menggunakan YouTube untuk berbagai tujuan, mulai dari hiburan hingga pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha dapat mengerti atau memahami suatu fenomena yang telah dialami oleh subjek penelitian, misal perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, serta lainnya. Secara holistik serta melalui sebuah deskripsi pada kata-kata serta bahasa pada konteks yang spesifik namun alami juga menggunakan metode alami. (Tohirin, 2012).

Jenis Data dan Sumber Data

1. Data primer merupakan data utama yang diambil pada subjek yang telah ditentukan oleh peneliti. Didapat secara langsung melalui informan dengan melakukan wawancara

langsung yang dilakukan dengan viewers konten Berbeda Tapi Bersama.

2. Data sekunder merupakan data pendukung saat berada di lapangan seperti dokumentasi, buku, jurnal, dan karya ilmiah yang mempunyai kaitannya dengan penelitian ini.

Teknik Penentuan Informan

Teknik Purposive sampling dipergunakan guna memilih informan dalam penelitian ini. Teknik ini adalah teknik yang melibatkan informan ataupun narasumber yang bertujuan sesuai dengan perihal yang dibahas pada penelitian ini. Teknik *Purposive Sampling* merupakan metode pengambilan sebuah sampel dengan acak di mana kelompok sampel yang ditargetkan mempunyai atribut tertentu. Metode ini juga digunakan kepada populasi yang besar, namun lebih efektif dengan ukuran sampel kecil serta populasi yang lebih homogen. (Adminlp2m, 2022)

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara :

Sudijono (2011, 82) wawancara adalah teknik pengumpulan data guna mengumpulkan keterangan. Kegiatan itu dapat dilaksanakan melalui sesi Tanya jawab lisan secara

sepihak, berhadapan muka, serta mempunyai tujuan tertentu. (Prafitasari, 2023)

Peneliti berhadapan muka secara langsung dengan para responden atau subjek yang diteliti, dimungkinkan peneliti dengan responden melakukan sebuah sesi Tanya jawab interaktif maupun secara sepihak.

2. Dokumentasi :

Sugiyono (2018:476) Dokumentasi adalah cara yang dapat dipakai guna memperoleh sebuah data dan informasi pada bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka juga gambar yang berupa laporan dan keterangan yang dapat mendukung sebuah penelitian. (*10 Pengertian Dokumentasi Menurut Para Ahli*, 2023). Peneliti mendapatkan informasi dari bermacam-macam sumber tertulis ataupun dokumen yang ada dari responden ataupun tempat dimana responden tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya.

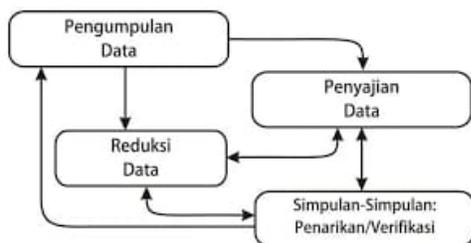
Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas adalah dasar guna mengukur ketelitian atau validitas penelitian. Pada penelitian kualitatif, validitas data dapat

dinyatakan valid jika tidak ada perbedaan dalam objek data yang dilaporkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan Triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya. (Bachri, 2010).

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik analisis kualitatif interaktif. Miles dan Heberman mendefinisikan bahwa operasi analisis data bisa dilakukan dengan interaktif serta terus menerus hingga data yang diperoleh lengkap dan akhirnya jenuh. (Sugiyono, 2001: 337). Model analisis data menurut Miles, Huberman dan Saldana (2014: 31-33) pada analisis data kualitatif terdapat 3 alur kegiatan yang terjadi bersamaan. Aktivitas pada analisis data yakni : Data Condensation, Data Display serta Conclusion Drawing/ Verifications.



HASIL PENELITIAN

Persepsi *viewers* terhadap tayangan konten Berbeda Tapi Bersama sebagai media penyampaian pesan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana audiens menginterpretasikan informasi yang disajikan dalam konteks yang kompleks. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan peneliti, maka fokus penelitian yang diambil peneliti ialah menggunakan proses terjadinya persepsi menurut Alex Sobur. Dari 4 orang informan konten Berbeda Tapi Bersama yang telah dipilih penulis, mereka memberikan jawaban mengenai persepsi terhadap tayangan konten berbeda tapi bersama sebagai media penyampaian pesan, berdasar pertanyaan-pertanyaan yang telah dibuat berkaitan dengan fokus penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya.

Para informan juga menyatakan memiliki rasa penasaran yang tinggi, sehingga para informan setuju jika konten ini cukup menghibur para *viewers*nya, bukan hanya obrolan yang serius saja namun juga masuk dalam ranah komedi serta obrolan yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu para informan juga mendapat ilmu baru yang bersumber langsung dari pakarnya, sehingga menambah nilai bahwa tayangan ini

cocok untuk menjadi tayangan favorit mereka.

1. Seleksi

Pada tahapan ini terjadinya proses seleksi ketika para *viewers* dapat menonton tayangan konten Berbeda Tapi Bersama sehingga membuat ke-empat informan tersebut merasa bahwa tayangan didalam YouTube tersebut memiliki pesan informatif sehingga dapat menarik perhatian. Disini peneliti melihat proses terjadinya seleksi berdasarkan dari ke-empat informan tersebut dengan cara melihat dan mendengar serta perbedaan kondisi sosial yang dimiliki para informan membuat mereka mempunyai kebiasaan mengkonsumsi media (*media habit*) berbeda. Menurut para informan saat ini episode dalam tayangan Berbeda Tapi Bersama yang ditayangkan pada *channel* ini yang paling menarik merupakan episode bersama Coki Pardede dan Mongol *Stress*. Karena latar belakang keduanya yang begitu unik dan memberikan pandangan yang lain terhadap mereka, sehingga para informan tertarik dengan kisah mereka yang diceritakan dalam tayangan tersebut.

Alasan mengapa hal itu menarik dikarenakan narasumbernya yaitu Coki Pardede merupakan seorang atheis atau orang yang tidak percaya dengan adanya

tuhan dan berdialog dengan seorang Habib yang berdakwah untuk agama islam. Coki menggunakan logikanya dalam mencari dimana adanya tuhan. Di dalam tayangan tersebut Habib Jafar bertanya kepada Coki Pardede apa arti kebahagiaan menurutnya dikarenakan Coki yang tidak percaya dengan adanya Tuhan dan Akhirat, lalu Coki menjawab arti kebahagiaannya adalah pada saat hidup di dunia kita menjadi diri kita tanpa harus terbebani dengan kata-kata orang, norma, pandangan masyarakat yang mencegah diri kita sendiri yang akhirnya menjadi membunuh diri kita pelan-pelan dikarenakan menyangkal siapa diri kita sebenarnya. Namun Coki juga menegaskan tidak semua hal juga dapat dibenarkan seperti seseorang yang merusak *property* milik orang, menghilangkan nyawa orang lain.

Selain itu yaitu tayangan yang menarik perhatian para informan adalah episode bersama dengan Mongol *Stress*, Mongol yang memiliki nama asli Rony Immanuel merupakan seorang yang beragama Kristen namun sempat terjerumus dalam sekte sesat yaitu sekte setan *Lucifer* yang membuatnya keluar dari agamanya. Namun atas karunia tuhan Mongol *Stress* kembali dalam jalan tuhan yang membuatnya kembali dalam agamanya yaitu agama Kristen, sehingga ceritanya begitu menarik dan membuat

orang-orang penasaran dan ingin mengetahui lebih lanjut soal pengalamannya. Mongol juga berpesan sebagai umat Bergama seperti yang dicontohkan dalam tayangan jika kita beragama Kristen Mongol menyarakan untuk sering-sering membaca alkitab dan jika kita beragama islam untuk ber-tadarus al-quran, karena dengan begitu makin kita mempelajari tentang sebuah kitab secara tidak langsung iman kita akan menebal dan jika ada penyesatan iman kita tidak akan goyah.

Pesan yang telah disampaikan dalam konten Berbeda Tapi Bersama dapat membuat informan menjadi lebih mengenal sebuah keberagaman kepercayaan maupun berbagai macam cerita dari latar belakang yang berbeda-beda dan menghasilkan sebuah toleransi yang bisa mereka bangun dalam kehidupan mereka. Serta dapat menjadi pandangan yang baru agar lebih saling menghargai pendapat antar sesama bukan memperdebatkan namun menjadikan sebuah cerita pengalaman yang saling hormat dan menghormati.

2. Interpretasi

Konten-konten yang dibagikan oleh *channel* Noice dapat memberikan tayangan yang menarik untuk beberapa *viewers* sehingga *channel* noice dapat memberikan

sebuah pelayanan yang cukup baik bagi para *viewers* untuk mendapatkan sebuah informasi yang dibutuhkan. Tayangan konten Berbeda Tapi Bersama dalam channel ini menimbulkan interpretasi yang telah disimpulkan dari wawancara para informan yaitu :

a) Tayangan Ini Membuka Sudut Pandang Baru

Para informan memberikan pendapat bahwasanya tayangan ini sangat mampu dalam membuka pikiran kita, terlebih lagi dari pembawa acaranya yaitu seorang habib yang notabene beragama islam, namun dengan toleransinya yang tinggi dapat membuka sudut pandang yang baru dan berbeda. Pesan yang diberikan juga menjadikan kita terbawa menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Tayangan konten Berbeda Tapi Bersama mendapat perhatian lebih oleh para informan karena terlebih lagi yang sangat menonjol yaitu host dalam acara tersebut ditambah lagi dengan latar belakang para narasumber. Habib Jafar juga selalu memberikan titik terang kepada perbedaan serta narasumbernya yang juga merendahkan ego dan saling mendengarkan antara masing-masing perspektif. Dengan begitu tayangan konten Berbeda Tapi Bersama merupakan sebuah konten yang diterima oleh banyak

masyarakat yang tidak hanya sebagai hiburan saja namun juga menambah wawasan bagi para *viewersnya*.

b) Menimbulkan Rasa Toleransi yang Tinggi

Serta dapat disimpulkan dari pandangan para informan mengenai pesan yang disampaikan oleh tayangan YouTube Berbeda Tapi Bersama ini adalah pentingnya membangun toleransi antar sesama, saling menghargai pendapat masing-masing dan walaupun banyaknya keragaman kepercayaan baik dan buruknya sudah diatur pada keyakinan mereka masing-masing, sehingga kita sebagai umat beragama sudah sepatutnya menjaga keberagaman dan kebersamaan ini bersama-sama atau tidak saling menyalahkan suatu kepercayaan walaupun secara konsep bisa sangat berbeda.

Terlebih lagi di Indonesia yang memiliki banyak kepercayaan yang dianut, seperti agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha, Konghucu dan juga kepercayaan masyarakat tradisional atau dalam adat masing-masing. Sehingga pesan yang disampaikan dalam tayangan Berbeda Tapi Bersama ini baik mengajarkan tentang toleransi, karena di Indonesia memiliki banyak kepercayaan. Hal itu kembali lagi mengajarkan tentang kebersamaan walaupun

berbeda latar belakang dan memberikan apa arti perbedaan itu sendiri. Banyaknya keragaman agama dan kepercayaan di dunia ini, baik dan buruknya sudah diatur dalam keyakinan masing-masing sehingga sudah sepantasnya sesama manusia diharapkan mampu untuk dapat bertoleransi satu sama lain agar tercipta kehidupan yang penuh kasih dan kedamaian.

c) Merubah Pola Pikir

Pola pikir seseorang dapat berdampak besar pada keputusan, interaksi sosial, dan kualitas hidup secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting guna memahami dan, jika perlu mengembangkan pola pikir yang lebih positif, fleksibel, terbuka, dan proaktif untuk mencapai tujuan dan kesejahteraan pribadi yang lebih besar. Para informan yang merasa dulunya tidak terlalu akrab dengan seseorang yang berbeda agama dengannya setelah melihat tayangan tersebut menimbulkan pola pikir baru yaitu tidak masalah berteman dengan orang yang tidak satu agama ia menjadi lebih terbuka dengan adanya orang yang berlatar belakang berbeda, menjadi lebih menghargai dan terkadang diskusi bersama.

Para Informan yang rata-rata beragama islam sama sekali tidak merasa keberatan jika seorang habib menjadi seorang

pembawa acara di sebuah YouTube dan mempunyai para narasumbernya yang berlatar belakang jauh dari seorang habib. Serta pembahsan-pembahasan yang disajikanpun malah menjadikan ilmu pengetahuan baru dan tidak diperdebatkan namun malah memunculkan respon yang baik. Habib jafar merupakan seorang pendakwah yang banyak diidolakan anak muda, dengan cara berpikirknya yang tidak mudah menghakimi lawan bicaranya namun beliau membuktikannya dengan ilmu yang dimilikinya tanpa harus membuktikan dirinya yang paling benar. Selain itu dari penampilannya yang kekinian/ mengikuti jaman sekarang, aktifnya beliau dalam bersosial media, membuat konten video lucu pembahasan dakwah yang tidak monoton mulai dari permasalahan anak muda zaman sekarang baik itu *dark jokes*, game, wibu dan lainnya menjadikan lebih dekat dengan para penggemarnya.

3. Response (reaksi)

Reaksi yang ditampilkan oleh para informan yang pertama adalah memuji tayangan Berbeda Tapi Bersama ini, karena konsep dan pembahasan yang sesuai dengan yang mereka cari. Informan merasa mendapat pengetahuan yang luas dengan adanya konten tersebut, sehingga bagi

mereka konten ini penuh dengan wawasan apalagi dalam toleransi dalam keagamaan. Kedua, informan telah *mensubscribe* channel YouTube ini dan menghidupkan lonceng notifikasi agar tidak ketinggalan video baru yang diunggah. Ketiga, para informan memberikan like pada tayangan Berbeda Tapi Bersama yang telah mereka tonton. Keempat, informan memberikan komentar mereka pada platform YouTube di tayangan Berbeda Tapi Bersama. Kelima, informan membagikan video dengan orang lain dikarenakan tayangan tersebut membuat mereka terkesan atau terhibur dengan pembahasan dalam video tersebut.

Meskipun para informan mempunyai persepsi yang berbeda, namun secara keseluruhan mereka mempersepsi bahwa konten Berbeda Tapi Bersama dapat menyajikan tayangan yang tidak hanya untuk hiburan semata melainkan sarana mengingatkan kepada sesama untuk berbuat baik. Serta reaksi para viewers yang merespon baik, mereka menjadikan toleransi sebagai kerukunan serta keberagaman yang harus dipertahankan. Mengingat banyaknya hal yang mengharuskan kita untuk terus menjadi pribadi yang lebih baik. Seperti tergambar pada para informan setelah menonton tayangan konten Berbeda Tapi Bersama berusaha termotivasi menjadi

pribadi yang lebih baik bagi diri sendiri maupun bagi sesama, agar timbul rasa saling menghargai antar sesama.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti pada pembahasan sebelumnya bahwa, Seleksi yang diperlihatkan *viewers* pada mengkonsumsi tayangan konten berbeda tapi bersama merupakan pesan yang disampaikan dapat dipercaya. Pesan dan juga sosok yang telah menyampaikan informasi tersebut dalam menggunakan media konten YouTube dapat membuat pesan tersampaikan dan dipahami dengan baik. Interpretasi, *viewers* juga mengidentifikasi diri mereka dalam pihak yang Pro (mendukung) tayangan konten Berbeda Tapi Bersama, beserta pesan atau informasi yang ada di dalamnya. *Viewers* juga menganggap pesan yang disampaikan dalam konten Berbeda Tapi Bersama mempunyai pengaruh untuk diri mereka juga tidak menutup kemungkinan memberikan pengaruh pada orang lain. Sedangkan *response* atau reaksi *viewers* pada konten tersebut adalah tayangan Berbeda Tapi Bersama menunjukkan jika agama bisa diterapkan dimana saja pada bentuk

pembicaraan atau diskusi yang berjalan dengan harmonis meski dengan latar belakang yang berbeda. Adapun para informan mempunyai persepsi yang berbeda, namun secara keseluruhan mereka mempersepsi bahwa konsep konten Berbeda Tapi Bersama dapat menyajikan tayangan yang tidak hanya sebagai hiburan semata melainkan sarana mengingatkan kepada sesama untuk berbuat baik.

Serta dapat disimpulkan persepsi *viewers* terhadap konten YouTube Berbeda Tapi Bersama sebagai media penyampaian pesan persepsi positif yaitu, Tayangan tersebut dapat membuka sudut pandang baru terhadap sesama, Menimbulkan rasa toleransi yang tinggi, serta merubah pola pikir yang lebih baik. YouTube sebagai media penyampaian pesan sangat informatif, sebagai sumber pengetahuan yang efektif, sarana hiburan dan YouTube menjadi tempat untuk menyalurkan kreatifitas.

B. Saran

- a) Untuk konten kreator : Kehadiran media sosial YouTube pada era ini diharapkan menjadi platform yang dapat menyajikan segala pengetahuan yang dibutuhkan para penggunanya. Dengan memberikan sajian konten video yang memberikan hiburan dan

edukasi yang mengarah dalam hal positif.

- b) Untuk Viewers : Untuk para pengguna YouTube juga harus bijak dalam menggunakan platform tersebut. Didukung dengan mencari lebih banyak informasi yang positif di dalam YouTube, mengingat tidak sedikit konten yang hanya menampilkan hal-hal yang kurang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan, 10*, 46–62.
- Dr. Tohirin, M. P. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Rajawali Pers.
- Evanne, L. (2021). PERGESERAN KOMUNIKASI MEDIA LAMA MENUJU MEDIA BARU. *Jurnal Komsopol, Volume 1, Nomor 2*.
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, A. S. A. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA, 5(2)*, 259–272.
- Herawati, T. N. (2022). *Habib Husein Ja'far, Ustad Milenial Idola Generasi Muda*. Kompasiana.
- Kustiawan, W. (2022). Teori-Teori dalam Komunikasi Massa. *JURNAL TELEKOMUNIKASI, KENDALI DAN LISTRIK*.
- Luqman, Y. (2019). Pesan Kampanye Sosial tentang hemat energi di indonesia di youtube.
- Miles, M.B, Hubermn, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis, a methods sourcebook*. (Tjetjep Rohindi Rohidi, Terjemahan). USA : Sage Publications.
- Ngalimun, M.Pd., M. I. K. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Parama Ilmu.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa, 02*, 52.
- Prasetya, D. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*.
- Regar, R. F. (2022). *5 Level YouTube Creator, Apa Level Tertinggi?*Tempo.Co.
- Romeltea. (2019). *Media Baru : Pengertian dan Jenis-Jenisnya*.
- Simbolon, M. (2008). Persepsi dan kepribadian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 2(1)*, 52–66.
- Sobur, Alex. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia