

**RESEPSI AUDIENS TENTANG *PLAYLIST* BERJUDUL *VLOG*  
PADA *CHANNEL YOUTUBE HANSOL***



ACC mendaftar yudisium  
5 Oktober 2021

  
Pupung Arifin

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**CAROLINA LAURA DWI SETYANINGRUM**

**150905556**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

## HALAMAN PERSETUJUAN

RESEPSI AUDIENS TENTANG *PLAYLIST* BERJUDUL *VLOG* PADA *CHANNEL*  
*YOUTUBE* HANSOL

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

CAROLINA LAURA DWI SETYANINGRUM

150905556

disetujui oleh :

  
Pupung Arifin, S.Sos, M.Si

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Resepsi Audiens Tentang *Playlist* Berjudul *Vlog* Pada *Channel Youtube* Hansol

Penyusun : Carolina Laura Dwi Setyaningrum

NPM 150905556

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 15 September 2021

Pukul : 13.00

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI:

**R. A. Vita Noor Prima Astuti, Ph.D**

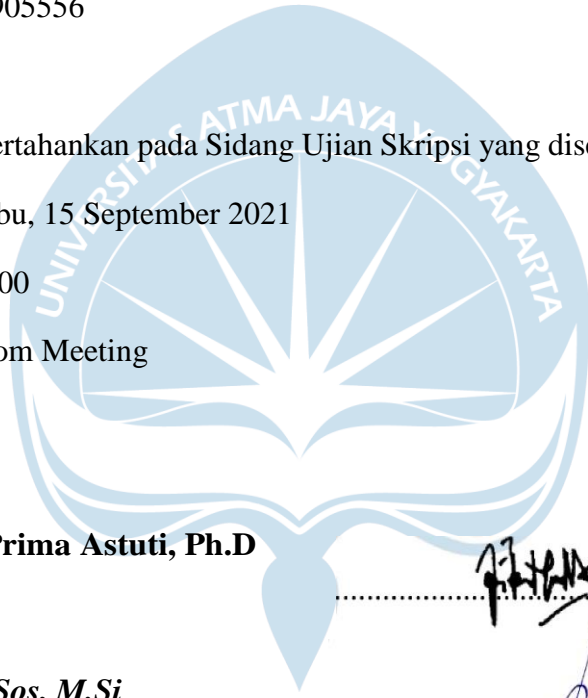
Penguji Utama

***Pupung Arifin, S.Sos, M.Si***

Penguji I

***Olivia Lewi Pramesti, M.A.***

Penguji II



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Carolina Laura Dwi Setyaningrum

NPM : 150905556

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Resepsi Audiens Tentang *Playlist* Berjudul *Vlog* Pada *Channel Youtube* Hansol

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 30 Agustus 2021

Saya yang menyatakan,



Carolina Laura Dwi Setyaningrum

Carolina Laura Dwi Setyaningrum

No. Mhs: 150905556

## **Resepsi Audiens Tentang *Playlist* Berjudul *Vlog* pada *Channel Youtube* Hansol**

### **ABSTRAK**

Studi resepsi merupakan salah satu studi yang mempelajari tentang khalayak. Studi ini mengkaji tentang penerimaan dan pemaknaan pesan oleh khalayak (*decoding*) serta peranan pesan yang diterima oleh khalayak melalui media (*encoding*) di dalam kehidupan khalayak itu sendiri. Penerimaan dan pemaknaan pesan oleh khalayak dalam meresepsi *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dipengaruhi oleh latar belakang masing-masing khalayak. Latar belakang ini yang membuat khalayak tidak menerima pesan dengan sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur, dan logika. Hal ini sesuai dengan posisi-posisi audiens milik Stuart Hall, yaitu *dominat hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*.

Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, paradigma konstruktivisme dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa dua audiens berada pada *dominat hegemonic position*, dan dua lainnya berada pada *negotiated position*.

Kata kunci: Resepsi audiens, *Youtube* Korea Reomit

**MOTTO:**

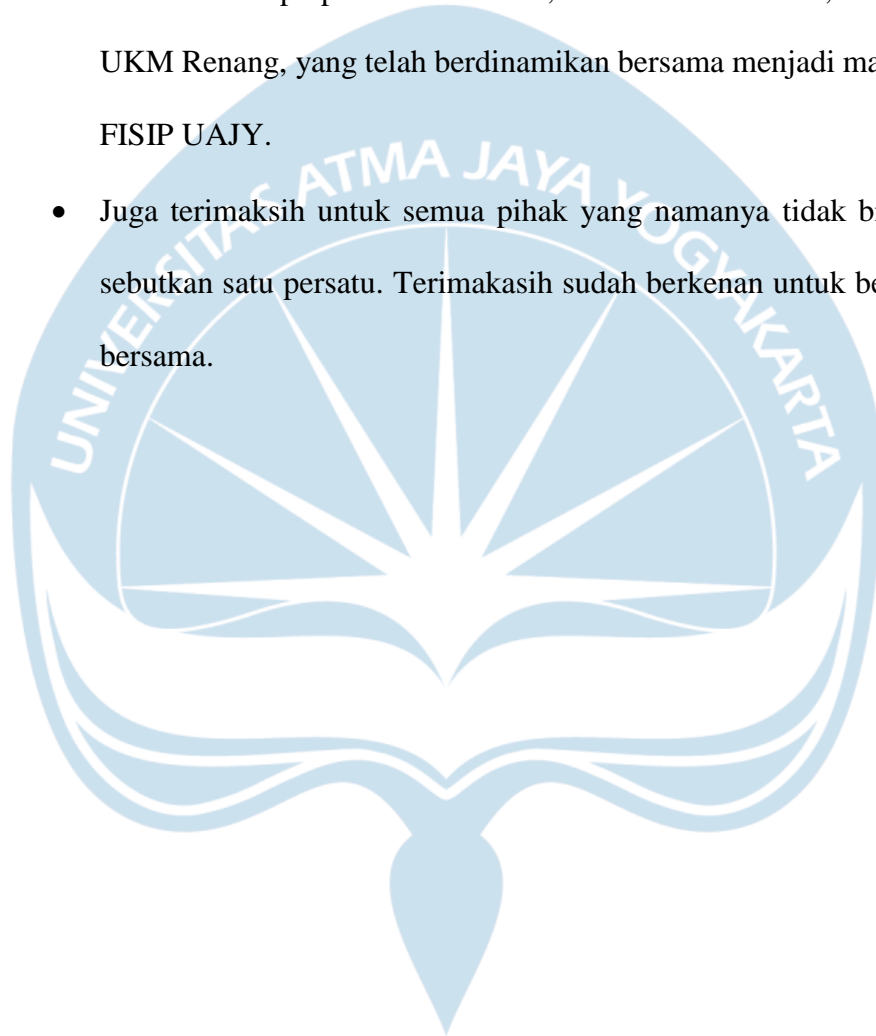
*“All things, whatever you ask in prayer, believing you will receive”  
Matthew 21:22*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Resepsi Audiends tentang *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Banyak hal yang terjadi selama pengerjaan skripsi ini, dan hal-hal tersebut menjadi pengalaman tersendiri yang lebih mendewasakan. Karena pasti selalu ada pelangi sehabis hujan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang keberadaanya membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, diantaranya:

- Ibu Ni Made Clara, Bapak Laurentius, Kakak Yoga. Terimakasih karena kalian selalu ada dan dukung keputusan Ina, tanpa kalian Ina bukan apa-apa!
- Bapak Pupung Arifin, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat sabar dan pengertian dalam mengoreksi dan memberikan banyak saran selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.
- Mas Aldo, Macan, Mikku dan Foxy yang selalu ada dan menyemangati proses pengerjaan skripsi.
- Cucu Made Pica, Deyan, Hestu, Stefany yang selalu ada dan menghibur semenjak masa pandemic COVID-19.
- Karla, Sheren, Noven, Niken, Nanda yang selalu menjadi teman belajar dan berkeluh kesah selama berkuliah di Jogja.
- Jesy, Stefany, Melisa, Eme sahabat sejak kecil yang selalu dan tidak pernah putus memberikan dukungan walaupun beda pulau.

- *Channel youtube* Korea Reomit yang menginspirasi untuk dijadikan topik dalam skripsi ini.
- Teman-teman FISIP UAJY khususnya angkatan 2015, teman-teman student staff perpustakaan UAJY, teman-teman EKM, teman-teman UKM Renang, yang telah berdinamikan bersama menjadi mahasiswa di FISIP UAJY.
- Juga terimakasih untuk semua pihak yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih sudah berkenan untuk berdinamika bersama.





## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	v
Halaman Pengesahan .....	vii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Abstrak .....	v
Motto.....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Bagan .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
1. Manfaat Teoritis.....	14
2. Manfaat Praktis .....	14
E. Kerangka Teori .....	15
1. Resepsi Audiens.....	15
2. Media Sosial .....	22
3. Konten <i>Vlog</i> dalam <i>Youtube</i> .....	24
F. Kerangka Konsep .....	25
G. Metodologi Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian .....	34
2. Metode Penelitian .....	35
3. Subjek Penelitian .....	35
4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
5. Sumber dan Jenis data.....	38

6. Teknik Analisis Data .....	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	40
A. Profil Jang Hansol .....	40
1. Biografi .....	40
2. Korea Reomit.....	41
3. Slogan <i>YouTube</i> Korea Reomit milik Hansol.....	42
4. <i>Playlist YouTube</i> Hansol.....	42
5. <i>Target Audience</i> .....	46
6. Jam Upload Video <i>YouTube</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....	47
1. Temuan Data .....	49
a. <i>Technical Infrastructure</i> .....	49
b. <i>Relations of Productions</i> .....	56
c. <i>Frameworks of Knowledge</i> .....	60
d. <i>Oriented, Negotiated, Oppositional</i> .....	69
2. Analisis Data .....	72
a. <i>Frameworks of Knowledge</i> .....	73
b. <i>Relations of Productions</i> .....	78
c. <i>Technical Infrastructure</i> .....	81
d. Posisi audiens pada <i>Playlist</i> berjudul <i>Vlog</i> pada <i>Channel Youtube</i> Korea Reomit.....	84
BAB IV PENUTUP .....	90
4.1 Kesimpulan.....	90
4.2 Saran.....	92
a. Saran Akademis .....	92
b. Saran Praktis .....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 <i>Youtuber</i> Asal Korea yang Fasih Berbahasa Indonesia.....	5
Tabel 2 Kalkulasi <i>Channel Youtube</i> Korea Reomit Per 20 Februari 2021 .....	7
Tabel 3 Kriteria Informan .....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model <i>encoding-decoding</i> Stuart Hall .....	16
Gambar 2 Model <i>encoding-decoding</i> Stuart Hall .....	26



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Decoding Pada *Playlist* Berjudul *Vlog* Pada *Channel Youtube* milik Hansol..... 28



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	96
Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....	100
Lampiran 3 Transkrip Wawancara .....	108
Lampiran 4 Transkrip Wawancara .....	116



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang pesat saat ini mendorong munculnya berbagai media baru yang variatif serta penggunaannya lebih mudah dan menarik. Salah satu media yang banyak digunakan saat ini adalah Internet. Internet merupakan salah satu media baru yang menawarkan platform yang dapat dipilih dan digunakan sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Internet memiliki peran penting dalam penyampaian informasi karena dinilai cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Data statistik menunjukkan bahwa Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna internet, dimana pada tahun 2018 sebanyak 143 juta menjadi 150 juta pada tahun 2019, dimana dengan penetrasi 56% yang berarti lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah menggunakan internet (*www.apjii.or.id*, 2019)

Internet didukung dengan beberapa fitur, seperti: *browser*, sosial media, *e-commerce*, dan lain-lain yang memungkinkan penggunaannya untuk memperoleh informasi maupun menunjukkan karya yang dimiliki kepada khalayak luas. Hal ini berkaitan juga dengan eksistensi, dimana eksistensi adalah hal yang terdapat dalam setiap diri individu, dan juga kehadiran orang lain sebagai konteks sosial yang juga akan mempengaruhi orang-orang yang akan berkomunikasi, guna menunjukkan eksistensi (Mulyana, 2014). Melalui internet, individu dapat dengan lebih mudah menunjukkan seperti apa diri mereka yang ingin diperlihatkan kepada khalayak. Namun pesan ataupun makna yang diterima oleh khalayak adalah sebuah proses,

karena setiap individu akan memaknai pesan sesuai dengan pengetahuan latar belakangnya.

Melalui media sosial seperti *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* seseorang dapat membagikan pesan baik dalam bentuk tulisan dan audio visual. Setiap individu memiliki pandangan dan interpretasi yang berbeda terhadap suatu pesan dalam suatu media. Perbedaan ini dipengaruhi oleh latar belakang dan pengalaman pribadi masing-masing. Dalam konsep resepsi audiens, terdapat proses *decoding* dan *encoding* dalam proses penyampaian pesan. *Encoding* merupakan proses penerimaan pesan dari produsen ke khalayaknya, sementara *decoding* merupakan proses penerjemahan pesan oleh khalayak. Pesan yang sering dibagikan seseorang melalui media sosialnya dapat menimbulkan penilaian khalayak terhadap orang tersebut. Penilaian khalayak mengenai suatu pesan akan sangat beragam tergantung dari latar belakang serta pengetahuan khalayak tersebut. Semakin baik dan bermanfaat pesan-pesan yang individu bagikan kepada khalayak, maka akan semakin positif nilai yang diperoleh (Rampersad, 2008).

Seiring berkembangnya internet dan media sosial, berkembanglah sebuah trend baru dalam masyarakat yaitu *vlog*. *Vlog* atau *video blog* merupakan *blog* yang berbentuk video. Lebih jelasnya lagi *vlog* adalah suatu video yang berisi mengenai opini, cerita, atau kegiatan sehari-hari yang biasanya dibuat tertulis pada *blog*. Pembuatan *vlog* semakin populer semenjak kemunculan *YouTube* pada tahun 2005 (Maruta, 2018). Khalayak akan mencari informasi sesuai dengan kebutuhan informasi yang mereka perlukan. Untuk dapat menarik minat khalayak, seorang *Youtuber* harus bisa ‘melihat pasar’ sehingga mampu membuat konten video yang



khas dan unik, agar menarik minat khalayak untuk menonton. *YouTube* dipilih sebagai objek dalam penelitian ini, karena saat ini *YouTube* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Survei *We Are Social* ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id), 2019) pada tahun 2019 menyebutkan 150 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Dari beragam media sosial, *YouTube* menempati persentase paling banyak di Indonesia yaitu 88% dari total pengguna media sosial. *YouTube* merupakan *platform web video sharing* dimana para penggunanya dapat membuat, menonton, ataupun berbagi pengalaman yang mereka buat dalam format video.

Salah satu konten yang masih banyak diminati oleh khalayak di Indonesia adalah konten yang terkait dengan kehidupan di Korea Selatan. Menurut informasi dari [indozone.id](http://indozone.id), pada tahun 2019 Indonesia termasuk dalam urutan nomor 2 dari 5 negara sebagai negara dengan jumlah penggemar Korea Selatan terbanyak di dunia pada *YouTube*, dengan rincian: Amerika Serikat pada urutan ke 5, dengan presentase 7,4% tayangan *YouTube* di Amerika Serikat adalah konten K-Pop. Vietnam pada urutan keempat dengan presentase 7,4% sama dengan Amerika Serikat. Thailand pada urutan ketiga dengan presentase 8,1%. Indonesia pada urutan kedua dengan presentase 9,9% total tayangan K-Pop di *YouTube* Indonesia. Korea Selatan pada urutan pertama dengan presentase 10,1% konten *YouTube*nya adalah tentang *K-Pop*.

Kesukaan orang Indonesia terhadap hal yang menyakut tentang Korea Selatan juga didukung dengan meningkatnya jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan pada tahun 2019. Peningkatan tersebut mencapai

angka 17,5 juta wisatawan. Angka ini adalah yang tertinggi, melampaui capaian angka tertinggi di tahun 2016 yaitu sebanyak 17,24 juta wisatawan. Sebagai perbandingan, berikut merupakan data wisatawan asing yang berkunjung ke Korea Selatan; sebanyak 13,23 juta wisatawan di tahun 2015, 17,24 juta wisatawan di tahun 2016, sebanyak 13,34 juta wisatawan di tahun 2017 dan 15,35 juta wisatawan di tahun 2018 ([www.visitkorea.or.id](http://www.visitkorea.or.id), 2019).

Nugroho (2012) menjelaskan bahwa awal dari perkembangan *Korean Wave* di Indonesia dimulai ketika Indosiar menayangkan drama *Endless Love* pada tahun 2000, dan kemudian ditayangkan kembali oleh *RCTI* yang memiliki penonton yang tidak sedikit. Menurut Nugroho disiarkannya drama *Endless Love* sekaligus menjadi ancang-ancang untuk demam Korea Selatan yang kebetulan saat itu juga menjadi tuan rumah Piala Dunia 2002. Hal ini membuat penggemar sepakbola dari seluruh dunia berfokus pada Korea Selatan dan semakin banyak orang Indonesia yang mulai mengenal Korea Selatan. Semenjak *Korean Wave* masuk ke Indonesia, banyak masyarakat Indonesia yang tertarik dengan hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan di Korea Selatan. Tingginya popularitas konten Korea di Indonesia juga membuat informasi yang berkaitan dengan Korea Selatan banyak dicari. Banyak platform yang menyediakan informasi mengenai Korea Selatan, salah satunya *YouTube*.

Berikut ini adalah beberapa *YouTuber* asal Korea Selatan yang fasih berbahasa Indonesia, memulai karir *YouTubenya* di Indonesia, serta konten *vlognya* memberikan wadah untuk orang yang ingin belajar ataupun mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan Korea Selatan, diantaranya:

Tabel 1

*YouTuber* asal Korea yang fasih berbahasa Indonesia

No	Nama	Bergabung ke <i>YouTube</i>	<i>Subscriber</i>	Konten	<i>Update</i> konten
1	Hari Jisun	16 Januari 2017	2,22 juta	<i>Lifestyle, Travelling, Mukbang (Indonesian-Korean)</i>	2 kali seminggu
2	Sunnydahyein	30 November 2015	1,59 juta	<i>Daily vlogs, Make up tutorial, Traveling, Food (Indonesian-Korean), Kpop</i>	2 kali seminggu
3	Noona Rosa	26 Agustus 2018	637 ribu	<i>Daily vlogs, Food, Lifestye, Kpop</i>	2 kali seminggu
4	Jang Hansol	1 September 2014	2,48 juta	<i>Lifestyle, Food (Indonesian-Korean), Culture, Detective, Kpop, Opinion, Tips and trick</i>	4 kali seminggu
5	Bandung Oppa	14 Juli 2018	447 ribu	<i>Culture, Food (Indonesian-Korean), Religion</i>	2 kali seminggu
6	Jeon Byung	19 Juni 2016	308 ribu	<i>Food (Indonesian-Korean)</i>	1 kali seminggu
7	Han Yoo Ra	14 Maret 2018	830 ribu	<i>Skincare, Daily vlog</i>	2 kali sebulan

Sumber: ([www.idntimes.com](http://www.idntimes.com), 2019)

Dari ketujuh nama *YouTuber* tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian kepada Jang Hansol. Peneliti memilih Hansol sebagai objek penelitian karena menurut data diatas, Hansol memiliki jumlah *subscriber* yang paling banyak. Selain itu, diantara ketujuh nama *YouTuber* tersebut, *vlog* yang dibuat oleh Hansol lebih mudah dimengerti karena walaupun berasal dari Korea Selatan namun Hansol

mampu menjelaskan isi *vlog*nya dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik. Awal mula karir Hansol di *YouTube* dimulai pada 1 September 2014, dikarenakan banyaknya pertanyaan dari teman-temannya mengenai hal-hal yang berhubungan dengan Korea Selatan. Hansol merupakan orang Korea Selatan yang besar di Indonesia khususnya kota Malang selama 14 tahun dan di Jakarta selama 2 tahun, dan pada lingkungannya Hansol merupakan satu-satunya orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia bahkan memiliki aksen *medhok* khas Malang. Hal inilah membuat Hansol berinisiatif untuk menjawab berbagai pertanyaan seputar Korea Selatan melalui *vlog* yang diunggahnya ke *YouTube*. Melalui *channel YouTube*nya yang bernama *Korea Reomit* (baca: Korea Rumit), Hansol berbagi cerita-cerita unik dan rumit mengenai kehidupannya. Pemilihan nama '*Korea Reomit*' sendiri memiliki arti tersembunyi. '*Reomit*' sebenarnya adalah kata '*Timoer*' yang dibalik. Hal ini sangat mengesankan bahasa khas Malang, Jawa Timur yang biasa dibalik-balik susunan katanya. Melalui *channel YouTube Korea Reomit*, Hansol selalu membuat *vlog* dengan *tagline* "Orang Korea yang *Medhok*." Selain itu diantara ketujuh *Youtuber* tersebut, Hansol merupakan satu-satunya yang didapuk menjadi *brand ambassador*, yakni *Nacific* yang merupakan salah satu *brand* perawatan kulit asal Korea. Hal ini menandakan bahwa Hansol merupakan sosok pribadi yang dipercaya mampu mempengaruhi para audiensnya (kredibel). Hal ini juga berkaitan dengan konten yang dibuatnya mengenai *lifestyle* khususnya *man's grooming*, dimana Hansol memberikan tips bagi para *subscribarnya* mengenai cara merawat kulit. Diantara ketujuh *Youtuber* tersebut, Hansol merupakan yang paling *update*, terbukti dalam seminggu Hansol bisa mengupload 4 sampai 5 *vlog* baru untuk para

'*bolo-bolo*' (sapaan Hansol kepada penonton *vlog*nya, yang dalam bahasa Malang berarti teman-teman).

Sebagai warga Korea Selatan, Hansol dengan keunikannya mampu memberikan wadah kepada masyarakat Indonesia serta semua penontonnya yang ingin belajar ataupun mengetahui informasi tentang Korea Selatan, karena kemampuannya memberikan informasi mengenai gambaran kehidupan masyarakat Korea Selatan bahkan terkadang menjelaskannya dengan kehidupan masyarakat Indonesia melalui *vlog*nya, menggunakan bahasa Indonesia yang fasih bahkan berakson *medhok* Jawa. Pada *channel YouTube* Korea Reomit, Hansol membagi kontennya dalam 18 *playlist*, diantaranya; *vlog*, Detektif Reomit dan Detektif Reomit V2.0, kamu tidak sendiri, irit dan investasi, *K-Pop Related*, *Subscriber 300k event!* + belajar Hangul, kerja bareng *running man* di Yogyakarta, rindingdong dan rindingdong *season 2*, Indonesia, Korea, *men's grooming*, METBG (makan enak tapi tidak bikin gemuk), sampah cantik, cerita nyata, detektif Desember, dan chauffeur reomit.

Selain itu, peneliti juga melakukan kalkulasi per 20 Februari 2021 terkait jumlah video pada setiap *playlist*, serta tanggal pertama kali Hansol mengupload video ke *playlist*nya:

Tabel 2  
Kalkulasi *Channel YouTube* Korea Reomit Per 20 Februari 2021

No	Judul Playlist	Pertama di <i>upload</i>	Jumlah video
1	<i>Vlog</i>	07-Nov-17	254
2	Detektif Reomit	04-Feb-19	73
3	Detektif Reomit V2.0	28-Apr-20	12
4	Kamu tidak sendiri	03-Nov-19	8
5	Irit dan Investasi	16-Aug-2020	9

6	<i>K-Pop Related</i>	07-Nov-20	5
7	<i>Subscriber 300k Event! + Belajar Hangul</i>	26-Aug-2020	5
8	<i>Kerja Bareng Running Man di Yogyakarta</i>	11-Sep-17	5
9	<i>Rindingdong</i>	19-Apr-20	31
10	<i>Rindingdong Season 2</i>	16-Sep-20	13
11	Indonesia	30-Aug-2016	33
12	Korea	23-Aug-2016	161
13	<i>Mens's Grooming</i>	24-Sep-18	43
14	METBG	19-Okt-2018	120
15	Sampah Cantik	13-Feb-21	1
16	Cerita Nyata	15-Feb-21	2
17	Detektif Desember	01-Dec-20	24
18	Chauffeur Reomit	4-Nov-20	1

Sumber: (Dokumentasi Pribadi Peneliti, 2020)

Berdasarkan data dari tabel 2 peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit. Pemilihan *playlist* dengan judul *vlog* tentunya beralasan, *playlist* dengan judul *vlog* memiliki jumlah video paling banyak, yaitu 254 video. Pada setiap video di *channelnya*, Hansol juga selalu mampu menjelaskan sesuatu dengan jujur dan menggunakan Bahasa Indonesia yang mudah dimengerti. Selain itu, *playlist* dengan judul *vlog* isinya lebih variatif dibandingkan dengan *playlist-playlist* lain. Pada *playlist* dengan judul *vlog* terdapat beberapa video, seperti video saat Hansol berada di Malang dan memberitahukan tempat-tempat yang sering dikunjungi saat dulu masih tinggal di Malang, hingga yang belakangan menjadi kontroversi yaitu video saat Hansol memperkenalkan serta membuat konten bersama dengan pacar barunya yang bernama Janette, dan masih banyak video lain yang menjelaskan kegiatan sehari-hari yang dilakukan Hansol selama di Korea Selatan. Secara garis besar *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit berisi berbagai video dengan tema yang beragam. *Playlist* ini memberikan informasi mengenai kegiatan

sehari-hari yang dilakukan oleh Hansol yang sebagian besar dilakukan di Korea Selatan.

Peneliti menggunakan studi teori resepsi audiens untuk membahas mengenai *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit. Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media (Littlejohn, 2009). Resepsi audiens berasumsi bahwa makna media adalah sesuatu yang tidak kaku. Teks media hanya menjadi makna ketika terjadi momen resepsi, artinya bahwa ketika media (video-video dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit) tersebut dibaca, dilihat, maupun didengarkan, makna dari teks media itu sendiri tidak tetap, pengalaman bermedia dikonstruksikan oleh khalayak. Konstruksi makna tersebut terjadi melalui interpretasi terhadap teks media.

Teori resepsi berpendapat bahwa makna terbentuk dari interaksi antar teks (video-video *YouTube* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit) dengan khalayak media (penonton *YouTube* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit). Pada penelitian tentang resepsi audiens, khalayak dikatakan sebagai produsen makna yang aktif (*active interpreter*), tidak hanya diposisikan sebagai konsumen pada media massa (Maruta, 2018). Artinya bahwa khalayak aktif menciptakan makna dari pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu media. Sebelum makna diperoleh, terlebih dahulu dilakukan proses produksi dengan cara mengkonstruksi sebuah pesan melalui proses *encoding* dan *decoding*. Proses *encoding* dan *decoding* sama-sama terbentuk dari tiga hal, yaitu: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan



produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis) (Storey, 2007). Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mencari tahu bagaimana resepsi audiens dari konten *vlog* Korea Reomit, pada *playlist* dengan judul *vlog* milik Hansol. Posisi resepsi audiens yang dimaksud dikategorikan menjadi tiga posisi, diantaranya: *dominant hegemonic position, oppotional position, negotiated position*.

Saat ini belum banyak *YouTuber* yang mampu memberikan berbagai informasi mengenai Korea Selatan secara konstan dan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik. Contohnya seperti beberapa *YouTuber* yang namanya terdapat pada table no 1. Tidak semua dari mereka mampu memberikan informasi mengenai Korea Selatan secara konstan dan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik. Keberadaan Hansol mampu menjawab kebutuhan informasi khalayak tentang Korea Selatan, dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang baik bahkan terkesan *medhok* Jawa.

Penelitian ini ingin melihat bagaimana resepsi audiens, dilihat dari informasi-informasi yang didapatkan melalui *playlist* dengan judul *vlog* milik Hansol. *Playlist* dengan judul *vlog* milik Hansol sebagian besar menceritakan tentang kegiatan sehari-hari yang sebagian besar di lakukan Hansol selama berada di Korea. Sebanyak 254 video dengan judul yang beragam dimuat menjadi satu dalam *playlist* berjudul *vlog* tersebut. Mulai dari video dengan judul jalan-jalan, makanan, budaya, pengalaman selama berjalan-jalan, tips dan trik, informasi *lifestyle* Korea, bahkan tentang percintaan Hansol dengan Janette kekasihnya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana audiens melakukan penerimaan dan



pemaknaan pesan, serta faktor-faktor yang melatarbelakangi audiens dalam melakukan pemaknaan terhadap *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

Tujuannya untuk dapat mengetahui posisi audiens dalam menerima pesan yang disampaikan Hansol dalam *vlognya* menurut tiga posisi audiens dari Stuart Hall yaitu: *Dominat hegemonic position* (audiens setuju), *Negotiated position* (audiens berada di posisi tengah-tengah), dan yang terakhir *Oppositional position* (audiens tidak setuju dengan pesan yang disampaikan) (Morissan, 2013). Ketiga posisi ini penting untuk melihat secara keseluruhan bagaimana penilaian khalayak terhadap pesan yang disampaikan oleh Hansol melalui *vlognya*. Hasilnya nanti untuk memperlihatkan khalayak akan setuju atau tidak, ataupun memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan oleh Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube*nya. Selain itu, penelitian ini nantinya diharap dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak bahwa *channel YouTube* milik Hansol dapat menjadi salah satu sumber informasi terkait hal-hal yang menyangkut tentang Korea Selatan. Selain itu *playlist* dengan judul *vlog* milik Hansol dapat menjawab beberapa kebutuhan informasi tentang Korea Selatan. Selain itu, hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi masukan kepada peneliti lain yang ingin meneliti tentang resepsi audiens dan masukan bagi *Youtuber* yang ingin membuat *playlist*, mengetahui dampak dari *playlist* dengan konten serupa.

Penelitian mengenai resepsi audiens bukan pertama kali dilaksanakan. Sebelumnya penelitian sejenis juga pernah dilakukan oleh Ricky Halim (2016), yang mencoba melihat resepsi khalayak aktif audiens media sosial *YouTube* (studi

kasus terhadap audiens tayangan video *YouTube* Reza 'Arap' Oktavian). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana resepsi khalayak terhadap media sosial *YouTube* milik Reza Oktavian, dan bertujuan untuk melihat proses *decoding* dan *encoding* yang dilakukan oleh khalayak. Penelitian ini dibahas dengan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap enam khalayak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak aktif berada dalam posisi oposisi terkait video Reza. Hal ini dikarenakan oleh aspek bahasa yang dibawakan Reza mengalami penolakan oleh khalayak aktif dan juga memberikan dampak buruk kepada masyarakat.

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Uswatun Nisa (2017) yang mencoba melihat resepsi khalayak terhadap pemberitaan syariat Islam pada Kompas.com. Penelitian ini melihat bagaimana pemberitaan syariat Islam dalam media massa, seringkali menyiratkan bahwa syariat Islam yang ada di media massa tidak toleran terhadap beberapa kelompok. Penelitian ini melihat pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak Aceh terhadap teks berita syariat Islam yang ada di media online nasional Kompas.com periode 2014-2016, serta faktor-faktor yang melatarbelakangi khalayak dalam melakukan pemaknaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketujuh informan yang diwawancarai, setiap informan memiliki interpretasi yang berbeda tentang pemberitaan yang sama sesuai dengan pengetahuan dan latar belakang yang dimiliki oleh masing-masing informan. Posisi pembaca yang paling dominan ditempati informan adalah *oppositional reading*,

selanjutnya *negotiated reading*, dan sangat sedikit informasi yang berada pada posisi *dominant reading*.

Berdasarkan dua penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengambil penelitian yang serupa mengenai resepsi audiens. Persamaan dengan dua penelitian di atas adalah sama-sama menggunakan teori resepsi audiens *encoding–decoding* dari Stuart Hall dan merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, subjek penelitian. Objek penelitian pada penelitian pertama adalah tayangan video *Youtube* Reza Oktavian dan pada penelitian kedua adalah pemberitaan Syariat Islam pada *kompas.com*, sedangkan pada penelitian ini adalah video pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel Youtube* Hansol. Subjek pada penelitian pertama adalah enam orang yang sudah pernah menonton video *Youtube* Reza ‘Arap’ Oktavian, dan pada penelitian kedua adalah tujuh orang dari latar belakang ras yang beragam. Sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah empat orang dari latar belakang, rasa, pendidikan dan umur yang beragam. Dengan perbedaan tersebut, hasil penelitian dapat berbeda karena perbedaan subjek dan objek penelitian, latar belakang, serta pengetahuan audiens yang berbeda-beda. Penelitian ini nantinya juga dapat memberikan kontribusi baik kepada peneliti lain yang ingin meneliti tentang resepsi audiens pada *Youtube*, maupun kepada Hansol sendiri sebagai pemilik akun Korea Reomit untuk dapat mengetahui bagaimana resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel Youtube* Hansol.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, khususnya mengenai resepsi audiens. Selain itu hasilnya nanti dapat digunakan untuk pengayaan riset resepsi khalayak atas pesan yang dibuat dengan prinsip *user generated content* yang dibagikan melalui layanan situs berbagi video (*YouTube*).

### **2. Manfaat Praktis**

Hal penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan, memberikan kontribusi terhadap publik, khususnya bagi peneliti yang ingin mengembangkan topik yang berkaitan dengan resepsi audiens dan Korea Selatan.

## **E. Kerangka Teori**

Sebuah teori sangat penting dalam mendukung suatu penelitian. Teori ini nantinya akan membantu menjelaskan mengenai resepsi audiens tentang konten *vlog YouTube* Korea Reomit pada *playlist* Detektif Reomit oleh Hansol:

### **1. Resepsi Audiens**

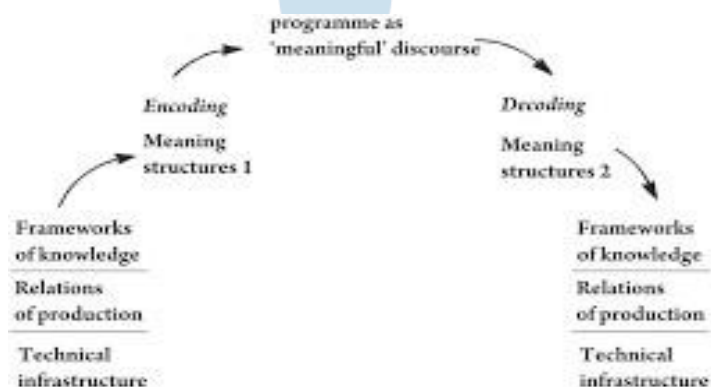
Studi resepsi merupakan salah satu studi yang mempelajari tentang khalayak. Studi ini mengkaji tentang penerimaan dan pemaknaan pesan oleh khalayak serta peranan pesan yang diterima oleh khalayak melalui media di dalam kehidupan khalayak itu sendiri. Pada studi resepsi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi cara pemaknaan oleh khalayaknya, seperti identitas, latar belakang, ras, gender, tingkat pendidikan, umur, pekerjaan, situasi, asumsi-asumsi yang dimiliki khalayak, dan lain-lain. Latar belakang ini yang membuat khalayak tidak menerima pesan dengan sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur, dan logika. Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media (Littlejohn, 2009).

Kajian studi resepsi ini diawali menjelaskan bagaimana khalayak mengkonstruksi makna dari isi media yang biasa disebut teks. Studi ini berasumsi bahwa makna media adalah sesuatu yang tidak kaku. Teks media hanya menjadi makna ketika terjadi momen resepsi, artinya bahwa ketika media tersebut dibaca, dilihat, maupun didengarkan, makna dari teks media itu sendiri tidak tetap, pengalaman bermedia dikonstruksikan oleh khalayak. Konstruksi makna tersebut terjadi melalui interpretasi terhadap teks media. Teori resepsi berpendapat bahwa

makna terbentuk dari interaksi antar teks dengan khalayak media. Teks yang dimaksud disini adalah film, televisi, media cetak, dan media elektronik (internet), dalam penelitian ini teks yang digunakan adalah media elektronik (internet). Pada penelitian tentang resepsi audiens, khalayak dikatakan sebagai produsen makna yang aktif (*active interpreter*), tidak hanya diposisikan sebagai konsumen pada media massa (Maruta, 2018). Artinya bahwa khalayak aktif menciptakan makna dari pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu media.

Sebelum makna diperoleh, terlebih dahulu dilakukan proses produksi dengan cara mengkonstruksi sebuah pesan, proses produksi ini dinamakan dengan *encoding* (proses pengiriman pesan dari produsen ke audiens). Proses *encoding* terbentuk dari berbagai makna, pengetahuan, dan ide yang digunakan dalam proses produksi. Hall (dalam Pramoesiwi, 2011) memiliki beberapa tingkatan dalam model komunikasinya, yaitu: momen produksi, srikulasi, dan distribusi. Berikut adalah model *encoding-decoding* dari Stuart Hall:

Model *encoding-decoding* dari Stuart Hall  
Gambar 1



Sumber: Pramoesiwi, 2011: 11

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat bahwa proses *encoding* (produksi simbol) dari suatu media dapat terjadi dengan adanya pembentukan struktur makna. Ketika suatu pesan ditampilkan dan dikonsumsi audiens akan menjadi sebuah wacana yang dapat dimaknai dan menghasilkan struktur makna. Simbol tersebut kemudian *decoded* oleh audiens dan menghasilkan struktur makna. Menurut Hall (dalam Pramoesiwi, 2011) proses *encoding* dan *decoding* sama-sama terbentuk dari tiga hal, yaitu: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis).

*Frameworks of knowledge*, atau kerangka pengetahuan setiap khalayak tentunya berbeda-beda. Makna sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan khalayak, jika pengetahuannya bertambah atau berubah maka pemaknaan terhadap sebuah pesan juga bisa berubah. Hal ini karena manusia bersifat dinamis dan selalu berkembang. Sistem nilai, norma, budaya, serta cara pandangnya melihat dunia merupakan beberapa hal yang membentuk dan menjadi salah satu konteks dalam *decoding* khalayak. *Frameworks of knowledge* bisa didapatkan khalayak secara nonformal, diantaranya melalui: keluarga dan dari nilai-nilai budaya di lingkungan sosial. Serta secara formal, diantaranya melalui: sekolah, universitas, atau tempat-tempat formal lainnya. *Frameworks of knowledge* khalayak juga dapat ditelusuri, misalnya melalui seberapa dalam pengetahuan khalayak itu sendiri terhadap sebuah pesan media.

*Relations of productions*, atau hubungan produksi merupakan sebuah konteks dalam *decoding* pesan/ konsumsi makna yang diberikan oleh media.



Relasi-relasi dalam *decoding* pesan di sini lebih dilihat dari relasi sosial yang didapatkan oleh khalayak. Relasi tersebut misalnya terjadi di dalam keluarga, di tempat kuliah, di tempat kerja, di masyarakat, di tempat ibadah, dan lain sebagainya. Dalam relasi-relasi tersebut dapat ditemukan wacana lain, baik itu mendukung ataupun bertentangan dengan sebuah teks media.

*Technical infrastructure* atau infrastruktur teknis dapat diibaratkan sebagai prasarana teknis yang mendukung *decoding* penonton serta membangun pemahaman dalam mengonsumsi pesan yang ada. Prasarana ini dapat berupa konteks ruang (rumah, kampus, *café*, pasar), waktu, maupun media, maupun hal-hal teknis lainnya yang dapat menunjang dalam konsumsi makna atas sebuah pesan pada suatu media.

Ketiga latar belakang ini masing-masing saling berhubungan, saling melengkapi, dan saling tumpang tindih. *Frameworks of knowledge*, *relations of productions*, dan *technical infrastructure* tidak dapat dipisahkan satu dan yang lainnya dalam proses memperoleh sebuah makna. Misalnya *frameworks of knowledge* atau kerangka pengetahuan yang didapat tidak hanya semata-mata dari buku atau pengalaman pribadi, tetapi juga dari interaksi dengan pihak lain (*relations of productions*). Begitu juga *relations of productions*, dimana wacana yang didapat dalam sebuah relasi tidak begitu saja muncul dari pikiran masing-masing khalayak. Melainkan hasil dari penggunaan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*), seperti internet, televisi, radio, koran, dll.

Hal inilah yang membuat khalayak tidak menerima pesan dengan sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan



menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur, dan logika. Ini merupakan bukti bahwa adanya hubungan antar latar belakang khalayak dan bagaimana cara khalayak tersebut untuk memaknai pesan. Artinya bahwa proses penerjemahan (*decoding*) yang dilakukan khalayak terhadap isi pesan yang disampaikan mungkin saja berbeda, karena perbedaan latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman dari khalayak itu sendiri.

Hall juga menjelaskan bahwa kode *encoding* struktur makna 1 dan *decoding* struktur makna 2 bisa jadi tidak simetris secara sempurna (dapat dilihat pada gambar 1.1). Tingkat kesimetrisan antara kedua struktur makna yang dipertukarkan ditentukan oleh kemampuan audiens dalam mengenali simbol-simbol yang ditampilkan oleh media. Jika terjadi ketidaksimetrisan dalam proses *decoding*, artinya sedang terjadi kesalahpahaman penerimaan, dan hal ini bersifat wajar. Hal ini dikarenakan pengirim pesan dan audiens memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda.

Resepsi audiens memfokuskan perhatian individu dalam proses komunikasi massa, yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks, dan bagaimana khalayak menginterpretasikan atau menerjemahkan isi media (*decoding*) (Baran, 2003). Menurut Stuart Hall terdapat tiga bentuk posisi audiens/khalayak dalam menafsirkan atau melakukan *decoding* terhadap teks media, diantaranya (Morissan, 2013):

1. *Dominat hegemonic position*

Pada posisi ini, khalayak menafsirkan pesan sesuai dengan bagaimana pesan tersebut dikirim. Khalayak terletak pada sudut pandang dominan

serta memahami dan menafsirkan pesan teks sesuai dengan yang dimaksudkan oleh produsen. Produsen yang dimaksud adalah orang yang membuat pesan di media. Ini terjadi karena produsen pesan dan khalayak memiliki pola interpretasi yang serupa. Misalnya saat seorang *YouTuber* menjelaskan suatu pesan pada *vlognya*, khalayak sebagai penerima pesan merasa bahwa informasi yang disampaikan *YouTuber* tersebut merupakan informasi yang benar dan terpercaya, maka khalayak tersebut menerima pesan yang disampaikan oleh *YouTuber* tersebut tanpa penolakan.

### 2. *Negotiated position*

Pada posisi ini, khalayak secara garis besar menerima pesan yang dominan dari sebuah teks media namun secara bersamaan melakukan modifikasi terhadap pesan tersebut sesuai dengan minat dan pengalaman mereka. Misalnya saat *YouTuber* menjelaskan cara memasak bolu harus dengan oven, tapi ternyata khalayak menemukan modifikasi bahwa membuat bolu tidak hanya bagus dengan menggunakan oven, tapi juga bisa dengan cara dikukus.

### 3. *Oppositional position*

Pada posisi ini, khalayak mengerti apa yang diinginkan oleh produsen pesan, namun karena latar belakang yang berbeda, setiap khalayak memiliki penafsiran yang berbeda beda pula. Pada posisi ini, khalayak seringkali menolak pesan dominan dari produsen dan kemudian menentukan *frame* alternatif sendiri dalam menginterpretasikan pesan.

Misalnya seorang *YouTuber* menjelaskan bahwa umat Hindu di Bali melakan proses Ngaben (membakar mayat) sebagai cara menghormati orang yang sudah meninggal dan melestarikan budaya, tetapi khalayak lain yang tinggal di luar Bali tidak setuju dengan proses Ngaben tersebut, karena menganggap penguburan adalah cara yang paling tepat untuk menghormati orang yang sudah meninggal.

Dapat disimpulkan bahwa resepsi audiens merupakan pemaknaan yang dilakukan oleh *audiens*/khalayak terhadap suatu media/teks, dan kemudian isi dari media/teks tersebut diinterpretasikan oleh khalayak sesuai dengan pengetahuan dan latar belakang khalayak dan bagaimana hasil interpretasi dapat diterima atau tidak oleh khalayak. Media yang digunakan pada penelitian ini adalah media sosial, penjelasan mengenai media sosial akan di bahas pada point berikutnya.

## 2. Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi, sedangkan “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pengertian masing-masing kata diatas mengartikan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Nurfitri, 2017).

Media sosial adalah aktivitas, praktek, kebiasaan diantara beberapa komunitas manusia yang berkumpul secara online untuk membagikan informasi, pengetahuan, dan opini melalui *media conversational*, dalam hal ini media *conversational* adalah aplikasi yang berbasis web yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, mengirim, dan membagikan sebuah konten dalam bentuk sebuah susunan kata-kata, gambar, video atau audio (Tessa, 2018).

Menurt Blossom (2009) media sosial dapat diartikan sebagai sebuah teknologi yang sangat terkur dan dapat diakses, atau sebuah teknik yang memungkinkan individu dengan mudah memberikan dampak pada kelompok lain. Menurutnya terdapat berbagai penjelasan yang dapat digunakan untuk menggambarkan media sosial yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, diantaranya:

- a. Sosial media menggunakan teknologi yang terjangkau dan mudah di akses

Skala dan akses merupakan sebuah kebutuhan untuk mengukur seseorang dalam menjangkau dan memudahkan akses audiens. Semua

orang dapat menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitas publikasi dengan mudah bahkan gratis dan memungkinkan adanya perkembangan yang signifikan untuk memperluas skala dan akses dalam penggunaan media sosial.

- b. Media sosial memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan kelompok individu lain

Media sosial adalah media *peer to peer*, yang artinya bahwa bagi sebagian orang, publikasi di media sosial cenderung berhubungan satu sama lain yang tujuannya tentu untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Pada media sosial secara umum kuasa mereka ditentukan dari apa yang mereka publikasikan memiliki cukup kekuatan yang cukup berpengaruh di mata pengikutnya atau tidak. Komunikasi ini cenderung *many to many*, artinya bahwa seseorang menciptakan sesuatu yang dapat dibagikan kepada orang lain secara bersamaan. Selanjutnya, mediasosial membahas tentang kepemimpinan antara anggota kelompok yang telah menetapkan pihak yang lebih unggul yang akan mengontrol perkembangan informasi kepada orang lain melalui teknologi.

- c. Media sosial dapat mempengaruhi

Terdapat banyak kemungkinan yang terjadi ketika seseorang membagikan informasi melalui media sosial, walaupun sudah dibatasi dengan lingkup tertentu, namun data tersebut memengaruhi audiens lain yang berada di luar lingkup tersebut. Pada akhirnya media sosial memiliki kekuatan yang memberikan dampak pada penggunanya.

Nasrullah (dalam Nurfitri, 2015) menunjukkan bahwa riset yang dipublikasikan oleh *Crowdtap*, *Ipsos MediaCT*, dan *The Wall Street Journal* pada tahun 2014 melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional. Pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh seseorang tentu saja memiliki tujuan yang ingin dicapai. Media sosial memiliki fungsi yang membantu seseorang untuk memanfaatkan hal itu.

### **3. Konten Vlog dalam Youtube**

*Vlog* merupakan kepanjangan dari *video blog*, pertama kali diperkenalkan oleh Adam Kontras pada 20 Januari 2000. Istilah *vlog* kemudian lebih mulai dikenal secara global pada tahun 2004, saat Steve Garfield mengunggah video miliknya. Pada tahun 2005 semenjak munculnya *YouTube*, barulah popularitas *vlog* semakin meningkat, banyak *vlogger* (sebutan bagi pembuat *vlog*) yang mengunggah video mereka lewat *YouTube* ([www.detik.com](http://www.detik.com), 2017). Kegiatan *vlog* merupakan aktivitas merekam video yang berbasis audio visual oleh *vlogger* dengan konten atau topik yang beragam. Adanya dorongan yang berbeda-beda dari setiap *vlogger* yang memiliki keinginan melalui pencapaian yang diharapkan menjadi alasan mereka tertarik untuk membuat *vlog*.

Selain itu, *vlog* juga menghasilkan ekspresi yang lebih mudah dipahami dibandingkan dengan sekedar tulisan di *blog*. *Vlog* diunggah ke media sosial, salah satunya *YouTube*. *YouTube* menjadi inovasi media baru, dan jalur distribusi bagi berbagai kalangan dalam membuat video maupun jasa penayangan iklan. Hal ini

menjadikan *YouTube* sebuah wadah bagi stasiun televisi *online* dengan pengelolaan langsung baik perorangan maupun kelompok. Platform ini berkembang menjadi sebuah komunitas video terbesar di internet, yang menyatukan individu-individu dari berbagai komunitas dengan minat yang sama.

*YouTube* merupakan situs yang paling banyak digunakan di internet pada tahun 2019. Pengguna *YouTube* sebagaimana besar adalah kaum muda dengan rentang usia 13–24 tahun. Orang-orang yang hadir di internet memiliki kesempatan untuk menghadirkan dunia dan wilayah alternatif dimana para pengguna atau pengunjung *YouTube* menjadi agen yang aktif atau audiens yang aktif. Artinya bahwa audiens bukan hanya menjadi konsumen, namun juga menjadi produser (Maruta, 2018).

#### **F. Kerangka Konsep**

Kerangka konsep merupakan alur berfikir yang dalam sebuah penelitian. Dalam kerangka konsep peneliti akan menjelaskan bagaimana konsep dasar dalam melakukan penelitian, untuk dapat melihat resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol. Konsep tersebut dijelaskan melalui teori, sebagai berikut:

Pada tahun 2005 semenjak munculnya *YouTube*, membuat popularitas *vlog* semakin meningkat, banyak *vlogger* yang mengunggah video mereka lewat *YouTube*. Semakin berkembangnya aplikasi media sosial, menjadi ruang untuk pada *vlogger* untuk berekspresi. *YouTube* merupakan situs yang paling banyak digunakan di internet pada tahun 2019. Khalayak *YouTube* sebagaimana besar adalah kaum muda dengan rentang usia 13–24 tahun. Khalayak pada *YouTube* tidak pernah

pasif, anggotanya pun tidak setara, karena beberapa lebih aktif dan lebih berpengalaman dari yang lain.

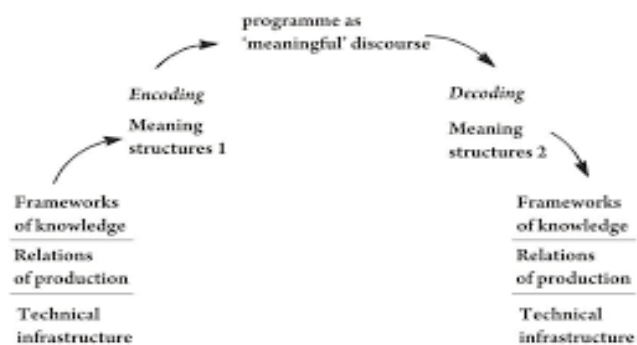
Hal inilah yang membentuk resepsi audiens dari pengguna *YouTube* tersebut. Karena proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak tidak sepenuhnya dapat diterima, bahkan bisa ditolak. Hal ini berhubungan beberapa faktor yang mempengaruhi cara pemaknaan oleh khalayak, seperti: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis). Khalayak pada *YouTube* tidak pernah pasif, mereka memiliki pendapat yang berbeda beda dalam menanggapi pesan. Pada konteks resepsi *audiens*, hal ini berhubungan dengan tiga posisi audiens dalam menerima pesan, mungkin saja ada khalayak yang setuju (*dominan*), tidak setuju (*oposisi*), ataupun berada pada posisi tengah- tengah (*negosiasi*) dalam menerima pesan.

### **1. Resepsi Audiens**

Resepsi audiens merupakan pemaknaan khalayak pada suatu pesan/teks pada media. Proses pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti identitas, latar belakang, ras, gender, tingkat pendidikan, umur, pekerjaan, situasi, asumsi-asumsi yang dimiliki khalayak, dan lain-lain. Latar belakang ini yang membuat khalayak tidak menerima pesan dengan sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur, dan logika. Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media (Littlejohn, 2009).

Model *encoding -decoding* dari Stuart Hall  
Gambar 2





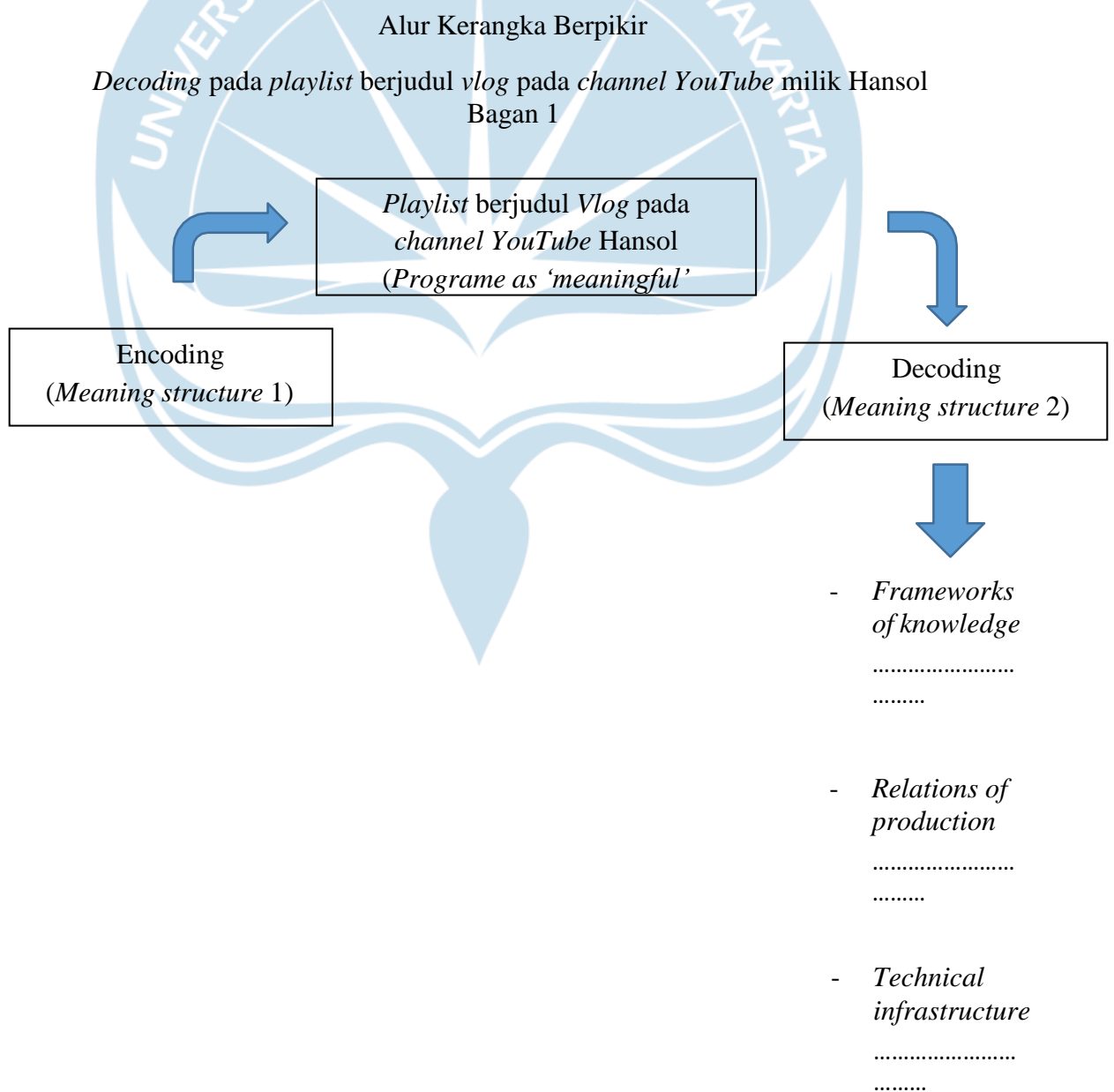
Sumber: [e-journal.uajy.ac.id](http://e-journal.uajy.ac.id)

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa proses *encoding* (produksi simbol) dari suatu media dapat terjadi dengan adanya pembentukan struktur makna. Ketika suatu pesan ditampilkan dan dikonsumsi audiens akan menjadi sebuah wacana yang dapat dimaknai dan menghasilkan struktur makna. Simbol tersebut kemudian *decoded* oleh audiens dan menghasilkan struktur makna. Menurut Hall (dalam Pramoesiwi, 2011) proses *encoding* dan *decoding* sama-sama terbentuk dari tiga hal, yaitu: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis).

Hall juga menjelaskan bahwa kode *encoding* struktur makna satu dan *decoding* struktur makna dua bisa jadi tidak simetris secara sempurna. Tingkat kesimetrisan antara kedua struktur makna yang dipertukarkan ditentukan oleh kemampuan audiens dalam mengenali simbol-simbol yang ditampilkan oleh media. Jika terjadi ketidaksimetrisan dalam proses *decoding*, artinya sedang terjadi kesalahpahaman penerimaan, dan hal ini bersifat wajar. Hal ini dikarenakan pengirim pesan dan audiens memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda.

Secara sederhana, ketidaksimetrisan inilah yang nantinya akan memperlihatkan posisi khalayak terhadap suatu pesan. Khalayak bisa berada pada posisi dominan (menerima isi pesan tanpa ada penolakan), oposisi (menolak/ tidak menerima isi pesan), ataupun negosiasi (tidak menerima pesan secara utuk, namun melakukan modifikasi terhadap pesan tersebut).

Untuk pembahasan lebih rinci, peneliti membuat alur kerangka berpikir yang dapat dilihat sebagai berikut:



*Sumber: Dokumen Peneliti 2021*

Penelitian ini mencoba melihat resepsi audiens pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol. Peneliti menggunakan teori resepsi audiens milik Stuart Hall, teori ini membantu peneliti untuk melihat bagaimana proses penerjemahan pesan (*decoding*) yang dilakukan oleh khalayak (*viewers vlog* Hansol). Resepsi audiens melihat bagaimana khalayak melakukan penerimaan dan penaknaan pesan, serta peranan pesan yang diterima khalayak melalui media dalam kehidupan khalayak itu sendiri. Teks media hanya menjadi makna ketika terjadi momen resepsi, artinya bahwa ketika media tersebut dibaca, dilihat, maupun didengarkan, makna dari teks media itu sendiri tidak tetap, pengalaman bermedia dikonstruksikan oleh khalayak. Teks yang dibahas pada penelitian ini adalah *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

Teori resepsi berpendapat bahwa makna terbentuk dari interaksi antar teks dengan khalayak media. Konstruksi makna tersebut terjadi melalui interpretasi terhadap teks media. Penerimaan dan pemakaian pesan oleh khalayak dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya identitas, latar belakang, ras, gender, tingkat pendidikan, umur, pekerjaan, situasi, asumsi-asumsi yang dimiliki khalayak, dan lain-lain. Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna dari isi pesan yang disampaikan oleh media (Littlejohn, 2009). Artinya bahwa *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol dapat menjadi makna ketika *playlist* tersebut dilihat oleh khalayak (audiens) dan kemudian khalayak akan melakukan

pemaknaan yang berbeda-beda terkait informasi dan pesan-pesan yang didapatkan dari menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

Namun media belum tentu mampu membuat khalayak memaknai pesan sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh media tersebut. Proses *decoding* yang dilakukan oleh khalayak tidak sepenuhnya dapat diterima, bahkan bisa ditolak. Hal ini berhubungan beberapa faktor yang melatarbelakangi cara pemaknaan oleh khalayak, seperti yang terdapat pada bagan dan sebelumnya sudah dijelaskan pada kerangka teori, yaitu: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis). Penjelasan lengkapnya dapat dilihat sebagai berikut:

- a. *Frameworks of knowledge*, atau kerangka pengetahuan setiap khalayak tentunya berbeda-beda. Khalayak satu dan lainnya dapat memaknai secara berbeda tentang isi dari *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol. Makna sebuah pesan dapat dipengaruhi oleh pengetahuan khalayak, jika pengetahuannya bertambah atau berubah maka pemaknaan terhadap sebuah pesan juga bisa berubah. Hal ini karena manusia bersifat dinamis dan selalu berkembang. *Frameworks of knowledge* bisa didapat dari buku, pendidikan formal, pendidikan non formal, pengetahuan di tempat kerja, pengalaman berlingkungan, pengalaman dalam agama, interaksi sosial, dll. *Frameworks of knowledge* khalayak juga dapat ditelusuri, misalnya melalui seberapa

dalam pengetahuan khalayak itu sendiri tentang *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol.

b. *Relations of productions*, atau hubungan produksi merupakan sebuah konteks dalam *decoding* pesan/ konsumsi makna yang diberikan oleh media. Relasi-relasi dalam *decoding* pesan di sini lebih dilihat dari relasi sosial yang didapatkan oleh khalayak. Relasi tersebut misalnya terjadi di dalam keluarga, di tempat kuliah, di tempat kerja, di masyarakat, di tempat ibadah, dan lain sebagainya. Dalam relasi-relasi tersebut dapat ditemukan wacana lain, baik itu mendukung ataupun bertentangan dengan sebuah teks media. Relasi-relasi dalam *decoding* pesan disini lebih dilihat dari sesuatu yang didapat khalayak dari relasi sosial yang dibangunnya terkait dengan *decodingnya* atas konsumsi pesan pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol. Artinya relasi tersebut dapat memunculkan wacana lain yang mendukung ataupun bertentangan dengan pesan yang khalayak dapatkan dalam *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

c. *Technical infrastructure* atau infrasturktur teknis dapat diibaratkan sebagai prasarana teknis yang mendukung *decoding* penonton serta membangun pemahaman dalam mengonsumsi pesan yang ada dalam *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol. Prasarana ini dapat berupa konteks ruang (rumah, kampus, *café*, pasar), waktu (seberapa sering menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol), media (*YouTube*), maupun hal-hal

teknis lainnya yang dapat menunjang dalam konsumsi makna atas sebuah pesan pada suatu media.

Ketiga latar belakang ini masing-masing saling berhubungan, saling melengkapi, dan saling tumpang tindih. *Frameworks of knowledge, relations of productions*, dan *technical infrastructure* tidak dapat dipisahkan satu dan yang lainnya dalam proses memperoleh sebuah makna. Misalnya *frameworks of knowledge* atau kerangka pengetahuan yang didapat tidak hanya semata-mata dari buku atau pengalaman pribadi, tetapi juga dari interaksi dengan pihak lain (*relations of productions*). Begitu juga *relations of productions*, dimana wacana yang didapat dalam sebuah relasi tidak begitu saja muncul dari pikiran masing-masing khalayak. Melainkan hasil dari penggunaan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*), seperti internet, televisi, radio, koran, dll. Hal inilah yang membuat khalayak tidak menerima pesan dengan sederhana, mengikuti atau menolak pesan itu, namun menggunakannya dan menginterpretasikannya sesuai dengan kondisi di sekitar, kultur, dan logika. Hal ini merupakan bukti bahwa adanya hubungan antar latar belakang khalayak dan bagaimana cara khalayak tersebut untuk memaknai pesan. Artinya bahwa saat *viewers* menonton *vlog* milik Hansol, *viewers* tersebut menangkap isi dari pesan yang disampaikan oleh Hansol pada *vlognya*, namun proses penerjemahan (*decoding*) yang dilakukan *viewers* terhadap isi pesan yang disampaikan oleh Hansol dalam *vlognya* mungkin saja berbeda.

Hal ini berbubungan dengan tiga posisi khalayak dalam menerima pesan, mungkin saja ada *viewers* yang setuju (*dominan*), tidak setuju (*oposisi*), ataupun berada pada posisi tengah-tengah (*negosiasi*) dalam menerima pesan yang terdapat

di konten *vlog* Hansol. Hal ini dikarenakan oleh perbedaan latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman dari *viewers* itu sendiri. Tiga posisi khalayak dalam menerima isi pesan yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*, diantaranya:

*a. Dominat Hegemonic Position*

Pada posisi ini *viewers vlog* Hansol menerjemahkan atau menafsirkan pesan sesuai dengan bagaimana pesan tersebut dikirim. *Viewers playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol terletak pada sudut pandang dominan, setuju dengan yang Hansol katakan dalam *playlistnya*, serta memahami dan menafsirkan pesan dari *playlist* tersebut sesuai dengan yang dimaksudkan oleh Hansol. Ini terjadi karena produsen pesan (Hansol) dan audiens (*viewers vlog*) memiliki pola interpretasi yang serupa.

*b. Negotiated Position*

Pada posisi ini, *viewers vlog* Hansol secara garis besar menerima pesan yang dominan dari isi *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol, namun secara bersamaan melakukan modifikasi terhadap pesan *playlist* tersebut sesuai dengan minat dan pengalaman mereka. Dengan kata lain, pada posisi ini *viewers playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol tidak begitu saja menerima secara mentah-mentah pesan yang disampaikan Hansol dalam *vlognya*.

*c. Oppositional Position*



Pada posisi ini, *viewers playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol mengerti pesan apa yang disampaikan oleh Hansol dalam *playlistsnya*, namun sikap yang mereka tunjukkan bertolak belakang dengan isi pesan yang disampaikan Hansol. Pada posisi ini, *viewers playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol cenderung menolak pesan dominan dari Hansol dan kemudian menentukan *frame* alternatif sendiri dalam menginterpretasikan pesan.

Jadi dapat dijelaskan bahwa resepsi audiens tentang pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol merupakan pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak terhadap pesan yang disampaikan oleh Hansol melalui video dalam *playlistnya*, dan kemudian pesan tersebut diinterpretasikan oleh khalayak sesuai dengan pengetahuan dan latar belakang khalayak tersebut, dan bagaimana hasil interpretasi dapat diterima atau tidak oleh khalayak.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, karena itu penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif (Moleong, 2006). Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasil



temuannya tidak dapat dicapai menggunakan prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, aktivitas sosial dan lain sebagainya.

Bodgan dan Biklen dalam (Anggito, 2018) menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik dalam penelitian kualitatif, diantaranya: Dilakukan pada kondisi yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen). Langsung ke sumber data dan instrument kunci. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau outcome. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif. Serta penelitian kualitatif lebih menekankan makna.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah deskriptif yaitu prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian dengan memaparkan situasi atau peristiwa yang diteliti berdasarkan fakta yang ada. Penelitian deskriptif kualitatif akan menguraikan data atau hasil temuannya menggunakan kata-kata sesuai dengan jawaban atas pertanyaan yang didapat melalui responden kemudian dianalisis menggunakan kata-kata yang melatarbelakangi perilaku responden mulai dari berpikir, berperasaan dan bertindak (Rahmat, 2009).

## 3. Subjek Penelitian

### 3.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah *viewers playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol. Subjek atau informan yang dipilih dari penelitian ini adalah empat orang.

Peneliti menetapkan informan dengan kriteria:

Tabel 3  
Kriteria Informan

Kriteria	Keterangan
1. Laki-laki maupun perempuan berusia 21 tahun keatas	Karena menurut ketentuan dalam Pasal 330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata seorang dianggap dewasa jika sudah berusia 21 tahun atau sudah menikah. Batasa umur ini dipilih karena orang yang sudah dewasa dianggap memiliki pengetahuan yang lebih luas dan pemikiran yang lebih terbuka terhadap suatu hal.
2. Pengguna media sosial & menggunakan <i>youtube</i>	Karena penelitian ini tentang resepsi audiens terkait dengan <i>playlist</i> berjudul <i>vlog</i> pada <i>channel youtube</i> Korea Reomit milik Hansol .
3. Memiliki ketertarikan tentang informasi yang berkaitan dengan Korea Selatan	Karena sebagian besar isi konten Korea Reomit memaparkan informasi yang berkaitan dengan Korea Selatan menggunakan Bahasa Indonesia.
4. Orang yang suka menonton konten <i>vlog</i> ( <i>video blog</i> )	Karena objek penelitian adalah <i>playlist</i> berjudul <i>vlog</i> pada <i>channel youtube</i> Hansol.

### 3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian yang dikaji adalah resepsi audiens khalayak yang menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

### 4.1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Nazir dalam (Edi, 2016) mendefinisikan bahwa wawancara sebagai proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan penjawab atau reponden dengan menggunakan alat yang dinamakan pedoman wawancara. Terdapat beberapa hal yang membedakan wawancara dengan percakapan sehari-hari:

1. Pewawancara dan responden biasanya belum saling mengenal.
2. Responden selalu menjawab pertanyaan.
3. Pewawancara selalu bertanya
4. Pewawancara tidak menjuruskan pertanyaan kepada suatu jawaban, tetapi harus selalu bersifat netral.
5. Pertanyaan yang ditanyakan mengikuti panduan yang telah dibuat sebelumnya.

Dalam metode kualitatif, ada juga yang disebut dengan wawancara mendalam (*in depth interview*). Pengertian wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara tatap muka antar pewawancara dengan reponden, atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang cukup lama (Sutopo, 2006).

## 5. Sumber dan Jenis data

Sumber dan jenis data yang akan diperoleh, yaitu:

### 5.1 Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber primer dari data mengenai resepsi audiens yang menonton konten *vlog YouTube* Korea Reomit oleh Hansol. Data primer diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan narasumber. Wawancara dilakukan peneliti bersama dengan beberapa orang yang pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit.

### 5.2 Data Sekunder

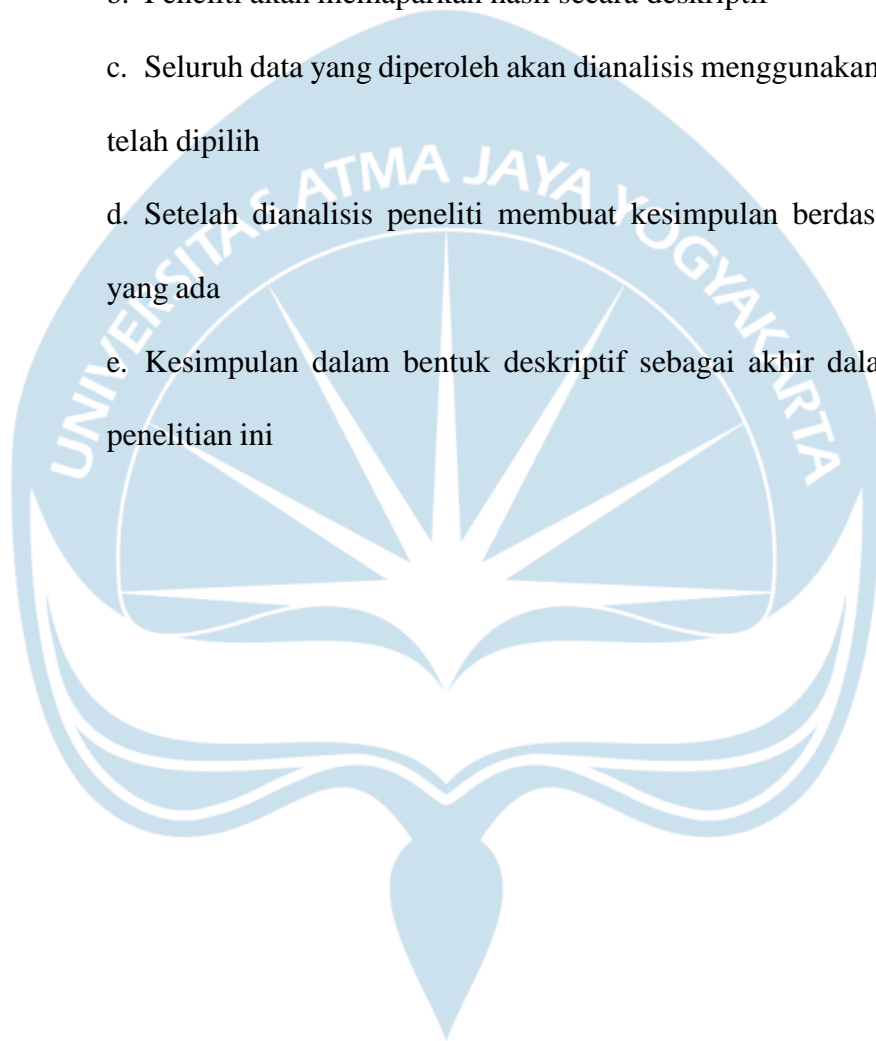
Data sekunder diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dan skripsi yang membahas tentang resepsi audiens (untuk memperoleh referensi mengenai teori serta konsep), juga melalui internet pada beberapa situs yang membahas mengenai Korea, *channel YouTube* Hansol yang bernama Korea Reomit (untuk mendapatkan data-data biografi Hansol). Data sekunder digunakan untuk melengkapi data tambahan yang tidak diutarakan saat proses wawancara.

## 6. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipilih. Analisis akan dilakukan setelah semua data sudah terkumpul dan tersusun secara sistematis. Metode analisis data digunakan untuk membuat kesimpulan dari fenomena yang tidak dapat diukur menggunakan angka. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan memaparkan data yang diperoleh tanpa adanya pengurangan atau penambahan data untuk menghindari subjektivitas penelitian.

Data-data yang telah diperoleh kemudian akan diolah, dan peneliti akan melakukan beberapa tahap, diantaranya:

- a. Peneliti melakukan wawancara untuk menemukan data
- b. Peneliti akan memaparkan hasil secara deskriptif
- c. Seluruh data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teori yang telah dipilih
- d. Setelah dianalisis peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang ada
- e. Kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai akhir dalam laporan penelitian ini



## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Jang Hansol

##### 1. Biografi

Lahir pada 8 Mei 1994 di Daegu, Korea Selatan, Hansol merupakan orang Korea yang tinggal di Indonesia, khususnya Malang selama 16 tahun. Berbeda dengan komunitas keluarga Korea lain yang tinggal di Malang yang lebih memilih mengajarkan anaknya untuk belajar bahasa Inggris, keluarga Hansol lebih cenderung mengajarkan anak-anaknya untuk berbahasa Indonesia. Selain itu berbeda dengan keluarga Korea lainnya yang memilihkan tempat pendidikan anaknya di sekolah Internasional, keluarga Hansol malah memilih sekolah Indonesia. Hal ini dilakukan karena alasan ekonomi. Meskipun menjadi satu-satunya orang asing di sekolahnya, namun Hansol mampu beradaptasi dengan baik dan sempat menjadi juara kelas, bahkan menjabat sebagai ketua osis, dan memiliki kemampuan berbahasa Jawa yang sangat fasih dan tidak kalah dengan orang Jawa asli.

Pendidikannya sejak TK hingga SMA dilakukan di Malang, Jawa Timur, hal ini membuat Hansol fasih berbahasa Indonesia bahkan dengan aksen medhok Jawa. Saat SMA, Hansol merupakan satu-satunya orang asing (Korea) yang bersekolah di SMA nya dan mampu berbahasa Indonesia. Saat itu bertepatan juga dengan *Korean Wave* yang telah masuk ke Indonesia, dan minat orang Indonesia untuk mengakses konten mengenai kehidupan masyarakat Korea cukup tinggi. Hal ini membuat banyak teman-teman Hansol yang menanyakan mengenai hal-hal yang

berhubungan dengan Korea kepadanya. Karena saking banyaknya, maka Hansol memutuskan untuk menjawab pertanyaan tersebut dengan membuat *vlog* di *YouTube*. Inilah yang menjadi titik awal Hansol menjadi *vlogger* di *YouTube*. Sebagai warga Korea, Hansol dengan keunikan dan kemampuan bahasa Indonesianya yang fasih, mampu memberikan wadah kepada masyarakat Indonesia serta semua penontonnya yang ingin tahu ataupun belajar tentang kehidupan di Korea Selatan, karena kemampuannya memberikan informasi mengenai gambaran kehidupan masyarakat Korea Selatan bahkan memberikan perbandingan dengan kehidupan masyarakat Indonesia melalui *vlognya* di *YouTube*.

## 2. Korea Reomit

Nama *channel YouTube* Hansol adalah Korea Reomit, dimulai sejak 1 September 2014. Melalui *channel Korea Reomit* (baca: Korea Rumit), Hansol membagikan cerita-cerita unik dan rumit mengenai kehidupannya. Pemilihan nama Korea Reomit tentunya memiliki makna. Reomit sebenarnya adalah kata Timoer yang dibalik. Hal ini sangat mengesankan bahasa khas Malang, Jawa Timur yang biasa dibalik-balik susunan katanya. Aktif mengunggah video empat kali dalam seminggu, dan dengan ciri khas pada pembukaan videonya Hansol selalu mengatakan “Halo guys! Welcome back to Korea Reomit. Bersama aku lagi orang Korea yang *medhok*.” Hansol selalu menggunakan bahasa Indonesia dengan campuran bahasa Jawa Malangan dalam setiap videonya. Hal ini terus berlanjut hingga akhirnya Hansol memiliki banyak pengikut di *channelnya*, dan mulai mengupload *vlog* dengan berbagai konten seputaran gambaran kehidupan masyarakat Korea. Mulai dari konten *mukbang* (makan), tips diet, *man’s grooming*,

cerita kehidupan di Korea, tips dan trik berwisata ke Korea, hingga membahas mengenai peristiwa dan kasus-kasus misteri yang terjadi di Korea.

### 3. Slogan YouTube Korea Reomit milik Hansol

“Orang Korea yang Medhok” menjadi slogan dan ciri khas dari setiap pembukaan *vlog* Korea Reomit. Hal ini dikarenakan logat Hansol yang terdengar berakson medok Malang, karena sudah lama tinggal di Malang. Slogan ini selalu diucapkan oleh Hansol pada setiap pembukaan dari vlognya, kemudian baru Hansol menjelaskan informasi yang ingin disampaikan kepada bolo-bolo (panggilan Hansol untuk audiensnya).

### 4. *Playlist* YouTube Hansol

Pada *channel YouTube* Korea Reomit, Hansol membagi kontennya dalam 18 *playlist*, diantaranya;

#### a. Vlog

*Playlist* ini berisi tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan Hansol selama di Indonesia ataupun Korea Selatan. Pertama kali dibuat pada 7 November 2017. *Playlist* ini memuat informasi yang berisi tentang kebiasaan, serta cara-cara yang orang Korea lakukan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Selain itu, terkadang Hansol juga memberikan perbandingan dengan kehidupan yang ada di Indonesia.

#### b. Detektif Reomit dan Detektif Reomit V2.0

*Playlist* ini berisi tentang kasus-kasus kriminal serta misteri yang kebanyakan terjadi Korea. *Konten* Detektif Reomit pertama kali



diperkenalkan pada 4 Februari 2019. Kemudian berkembang sampai dibuat *playlist* Detektif Reomit V2.0 pada 28 April 2020.

c. Kamu tidak sendiri

*Playlist* ini membahas tentang pengalaman hidup Hansol, yang pertama kali dibuat pada 3 November 2019. Pada *playlist* ini Hansol juga memotivasi *viewersnya* yang sedang melewati hari-hari berat.

d. Irit dan Investasi

*Playlist* ini memberikan tips dan trik irit dalam mengelola keuangan dan menjelaskan cara investasi ala Hansol. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 16 Agustus 2020.

e. *K-Pop Related*

*Playlist* ini memberikan berbagai informasi mengenai K-pop, mulai dari artis, perkembangan K-pop di Korea, serta membahas mengenai cara-cara untuk menjadi seorang artis di Korea Selatan. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 7 November 2020.

f. *Subscriber 300k Event!* + Belajar Hangul

*Playlist* ini merupakan bentuk apresiasi bahwa Hansol telah mencapai 300k *subscriber*, pada *playlist* ini Hansol juga mengajarkan cara belajar Hangul. *Playlist* ini pertama kali tayang pada 26 Agustus 2020

g. Kerja Bareng *Running Man* di Yogyakarta

*Playlist* ini pertama kali ditayangkan pada 11 September 2017. Menjelaskan bagaimana pengalaman Hansol bekerja bersama *Running Man* sebagai koordinator di Yogyakarta.

h. Rindingdong dan Rindingdong *Season 2*

*Playlist* ini membahas mengenai beberapa cerita-cerita horror yang terjadi di Korea Selatan. *Playlist* ini pertama kali ditayangkan pada 19 April 2020 dan berkembang menjadi *Playlist Rindingdong Season 2* pada 16 September 2020.

i. Indonesia

*Playlist* ini memberikan informasi tentang Indonesia, membahas kebiasaan, serta perbandingan kebudayaan Indonesia dengan negara lain menurut sudut pandang Hansol, serta perbandingan sistem pendidikan di Indonesia dan Korea Selatan. Pertama kali *playlist* ini ditayangkan pada 30 Agustus 2016. *Playlist* ini merupakan *playlist* pertama yang Hansol buat pada *YouTubenya*.

j. Korea

*Playlist* ini membahas mengenai kejadian-kejadian dan perkembangan yang terjadi di Korea, mulai dari informasi tentang wajib militer di Korea, tempat-tempat misterius di Korea, tips foto di Korea, sampai trik untuk mendapatkan nomor handphone orang Korea. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 23 Agustus 2016.

k. *Men's Grooming*

Konten ini membahas mengenai *skincare* serta cara merawat diri, khususnya untuk laki-laki di Korea. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 24 September 2018.

l. METBG (Makan Enak Tapi Tidak Bikin Gemuk)

Makan enak tapi tidak gendut merupakan salah satu *playlist YouTube* Hansol yang menarik. *Playlist* ini dibuat untuk memberikan referensi kepada orang-orang yang sedang melakukan program diet agar bisa tetap makan enak dan belajar untuk menghitung kalori dari makanan yang dikonsumsi. Konten ini membahas makana-makanan lezat yang jika dikonsumsi secara tepat tidak akan membuat berat badan menjadi naik secara drastis.

m. Barang Cantik

*Playlist* ini membahas mengenai barang-barang unik, bahkan *playlist* ini juga membahas mengenai lintah medis yang baik untuk peredaran darah. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 13 Februari 2021.

n. Cerita Nyata

*Playlist* ini membahas mengenai cerita dan kejadian kriminal yang nyata terjadi di Korea Selatan. Hansol menceritakan secara jelas mengenai bagaimana, kapan, dan kenapa, serta sebab terjadinya kejadian tersebut. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada 15 Februari 2020.

o. Detektif Desember

Isi konten dari *playlist* Detektif Desember hampir mirip dengan Detektif Reomit. Hanya saja konten tersebut terkhusus menceritakan berbagai cerita kriminal yang terjadi di Korea dan diupload pada bulan Desember, maka dari itu *playlist* ini bernama Detektif Desember. *Playlist* ini pertama kali dibuat pada tanggal 1 Desember 2019.

p. Chauffeur Reomit

*Playlist* ini menceritakan Hansol yang baru saja membeli mobil listrik mengunjungi tempat-tempat-tempat di kota Seoul. *Playlist* ini dibuat pertama kali pada 4 November 2020.

5. Target Audience

Target audience dari *YouTube* Korea Reomit milik Hansol:

1. Usia penonton: 21 tahun keatas
2. Distribusi SES: A, B, C+
3. Status/ Pekerjaan: Mahasiswa, *Kpopers*, Budayawan, Semua bidang
4. Jenis Kelamin: Laki – laki dan Perempuan
5. Jangkauan: Seluruh dunia. Terkhusus orang Indonesia yang ingin mempelajari tentang Korea Selatan.
6. Isi konten: Informasi seputaran Korea Selatan dan Indonesia

### BAB III

#### TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan membahas hasil temuan data yang telah dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya akan dilakukan analisis dari temuan data dalam penelitian. Temuan data dan hasil analisis dari penelitian diharapkan dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada empat orang, yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, namun sama-sama merupakan *subscriber YouTube* Korea Reomit dan menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

Empat orang tersebut dipilih karena dianggap sudah memenuhi kebutuhan informasi. Keempat orang tersebut adalah: Mariana Paramitha, S. H. berusia 23 tahun tinggal dan bekerja di bidang pemerintahan di NTT, Diah Wulandari berusia 22 tahun tinggal di Bali dan bekerja di bidang fisioterapi, Emeritha Angandari, S. E. berusia 24 tahun tinggal dan bekerja di Bali sebagai *content executive* salah satu *creative agency*, dan Rosiana Mayangsari berusia 25 tahun tinggal di Kalimantan dan bekerja sebagai wiraswasta. Berdasarkan temuan data dari hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti akan melakukan analisis data dengan menggunakan teori resepsi audiens yang tertuang dalam kerangka konsep pada penelitian ini.

Resepsi audiens terbentuk dari proses *encoding* dan *decoding*. Proses *encoding* dan *decoding* sama-sama terbentuk dari tiga hal, yaitu:

*a. Frameworks of knowledge*

Kerangka pengetahuan setiap narasumber tentunya berbeda-beda. Pengetahuan ini bisa didapatkan dari buku, pendidikan, pengetahuan di tempat kerja, pengalaman berlingkungan, pengalaman dalam agama, interaksi sosial, dan pengetahuan-pengetahuan lain yang ada di sekitar narasumber yang menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol.

*b. Relations of productions*

Hubungan produksi merupakan sebuah konteks dalam *decoding* pesan. Relasi-relasi dalam *decoding* pesan di sini lebih dilihat dari relasi sosial yang didapatkan oleh narasumber. Relasi tersebut misalnya terjadi di dalam keluarga, di tempat kuliah, di tempat kerja, di masyarakat, di tempat ibadah, dan lain sebagainya. Dalam relasi-relasi tersebut dapat ditemukan wacana lain, baik itu mendukung ataupun bertentangan dengan sebuah teks media. Relasi-relasi dalam *decoding* pesan disini lebih dilihat dari sesuatu yang didapat narasumber dari relasi sosial yang dibangunnya terkait dengan *decodingnya* atas konsumsi pesan pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol. Artinya relasi tersebut dapat memunculkan wacana lain yang mendukung ataupun bertentangan dengan pesan yang narasumber dapatkan dalam *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol.

*c. Technical infrastructure*

Infrastruktur teknis merupakan prasarana teknis yang mendukung *decoding* penonton serta membangun pemahaman dalam

mengonsumsi pesan yang ada dalam *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol. Prasarana ini dapat berupa konteks ruang (rumah, kampus, *café*, pasar), waktu (seberapa sering menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* milik Hansol), maupun media (*YouTube*), maupun hal-hal teknis lainnya yang dapat menunjang dalam konsumsi makna atas sebuah pesan pada suatu media.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti mengelompokkan temuan data berdasarkan ketiga hal yang membentuk proses *encoding* dan *decoding*:

## **1. Temuan Data**

### ***a. Technical Infrastructure***

#### ***1. Penggunaan Media Sosial***

Media sosial atau media yang digunakan dalam proses memperoleh informasi pada penelitian ini, diibaratkan sebagai *technical infrastructure*. Artinya bahwa media sosial merupakan prasarana teknis yang mendukung proses penerimaan pesan audiens serta membangun pemahaman dalam mengonsumsi pesan yang ada. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa keempat narasumber tersebut merupakan pengguna media sosial yang aktif. Rata-rata media sosial yang mereka gunakan adalah *youtube*, *instagram*, *tiktok*, *telegram*, *facebook*, *twitter*, dan *line*:

“Ya. Alasan: selain untuk mendapat hiburan, media sosial tersebut bisa menjadi sumber informasi yang jarang saya dapat dari televisi.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Ya. Dan alasan saya menggunakan beberapa media adalah selain untuk mendapat informasi, saya juga menggunakannya untuk menjalin komunikasi

dengan teman-teman yang tidak bisa saya temui.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Rata-rata keempat narasumber menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk hiburan, mendapatkan informasi, ide baru, serta sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan teman-teman yang tidak bisa ditemui. Selain itu, keempat narasumber juga merupakan pengguna YouTube:

“Saya pengguna YouTube. Penggunaan youtube saya terbilang sering, hampir setiap hari saya menonton youtube, sebagai salah satu tempat untuk brainstorming. YouTube sangat menarik dan sarana edukasi dan informasi yang lengkap. Konten yang disajikan sangat beragam, dan tidak dibatasi waktu karena bentuk penyajiannya berupa video. Dan youtube pun sangat flexible dimana kita bisa mengakses video kapanpun.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Ya saya menggunakan youtube. Ya, lumayan sering. Intensitas saya menggunakan youtube adalah 4 sampai 5 hari dalam seminggu. Dengan jangka waktu setidaknya 30 menit dalam sehari. Kelebihan youtube adalah menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video yang berdurasi lebih lama (dibandingkan media sosial lain).” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas diketahui bahwa narasumber merupakan pengguna youtube, dan hampir setiap hari menonton youtube dengan durasi yang berbeda-beda. Ada beragam alasan mengapa mereka menggunakan youtube. Narasumber menggunakan youtube karena memiliki beberapa keunggulan. Menurut narasumber konten yang disajikan youtube sangat beragam dan lengkap, serta penyajian informasinya berupa video yang memudahkan penontonnya untuk mengerti informasi yang disampaikan, youtube juga sangat fleksibel karena bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Narasumber juga menggunakan youtube karena youtube memiliki kelebihan dibandingkan dengan media lainnya, yaitu menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video yang



berdurasi lebih lama. Berdasarkan hasil wawancara dari keempat narasumber diketahui bahwa semua narasumber merupakan pengguna media sosial, dan aktif menggunakan youtube setiap hari, sebagai sarana untuk memperoleh informasi serta hiburan karena youtube menyajikan beragam informasi dalam bentuk video.

## **2. Vlog, Durasi, dan Tempat Narasumber Menonton Playlist Berjudul vlog Pada channel youtube Hansol**

Korea Reomit merupakan salah satu *channel youtube* yang memberikan berbagai informasi mengenai Korea Selatan yang dibawakan langsung oleh orang Korea Selatan asli, yakni Jang Hansol. Hansol merupakan warga Korea Selatan asli yang sudah tinggal selama 16 tahun di Indonesia, khususnya 14 tahun di Malang dan 2 tahun di Jakarta. Hal tersebut membuat Hansol fasih berbahasa Indonesia bahkan memiliki aksen *medhok Jawa*. Keempat narasumber merupakan *subscriber* dari *channel Youtube Korea Reomit*, dan keempatnya memiliki ketertarikan yang sama terhadap informasi yang membahas tentang Korea Selatan, seperti yang disampaikan oleh narasumber:

“Ya. Saya mengetahui dan cukup sering menonton *channel* Korea Reomit milik Hansol Jang... Saya mengetahui *channel* Hansol Jang karena saya cukup menyukai Korea...” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Ya, saya tahu. Ya, saya mensubscribe channel tersebut sejak setahun lalu. Saya tertarik untuk menonton konten milik Hansol karena banyak membahas Korea...” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Ya, saya salah satu subscribers Korea reomit sejak tahun 2018...” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Pernah, bahkan sering menonton Korea Reomit. Subscribe sejak 2018 atau 2019...” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, narasumber rata-rata sudah mengetahui dan mengikuti *channel youtube* Korea Reomit selama minimal satu tahun. Saat menonton youtube, konten yang disampaikan merupakan perpaduan antara video dan blog yang biasa kita sebut dengan vlog. Walaupun sering menonton vlog, namun tidak ada narasumber yang tahu pasti tentang siapa yang membuat trend vlog ini booming:

“Saya kurang tau siapa, mengingat youtube sendiri sudah ada sejak lama. Tetapi melihat dari bentuk penyajian kontennya, sepertinya para travel vlogger yang mentrendkan konten ini.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, diketahui bahwa Emeritha Angandari elum tahu pasti tentang yang membuat trend vlog ini booming. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh ketiga narasumber lain yang juga tidak mengetahui siapa yang membuat *trend* vlog menjadi *booming*. Namun menurut Emerita Angandari yang membuat *trend* vlog ini booming adalah para travel *vlogger* yang bepergian dan membuat video jalan-jalan. Jika dibandingkan dengan media lain, vlog dapat mempermudah dalam proses penyampaian informasi, seperti yang disampaikan oleh narasumber:

“Sangat mempermudah, karena kita merasakan kedekatan personally dengan narasumber seperti narasumber sedang mengobrol dengan kita. Kita merasa seperti terkoneksi dengan vloggernya, dan kebanyakan sumber kontennya datang dari pengalaman pribadi, saya pribadi merasa penyajiannya jadi lebih mudah dipahami.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Ya mempermudah karena dibanding dengan media lain, vlog membuat informasi lebih padat dan mudah dimengerti.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, diketahui bahwa Emeritha Angandari mengakui bahwa *vlog* mempermudah dalam proses penyampaian

informasi. *Vlog* membuat khalayak merasakan kedekatan secara personal dengan *vloggernya*, yaitu seperti sedang mengobrol. Mariana Paramita juga mengatakan bahwa *vlog* mempermudah penyampaian informasi dibandingkan dengan media lain, karena *vlog* membuat informasi menjadi lebih ringkas, dan padat, serta mudah dimengerti. *Vlog* dapat dilihat pada beberapa media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*. *Vlog* juga menyajikan berbagai informasi dengan konten yang beragam. Salah satu narasumber yaitu Rosiana Mayangsari menceritakan pengalamannya menonton *vlog* pada media sosial *Youtube*:

“Biasanya saya melihat *Vlog* dari media platform *Youtube*. Dan konten yang biasa saya tonton adalah mengenai kegiatan atau aktivitas yang dilakukan orang lain atau tentang beberapa informasi menarik yang belum saya ketahui.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Rosiana Mayangsari menonton *vlog* dari platform *Youtube* dengan konten tentang aktivitas yang dilakukan orang lain, ataupun untuk mengetahui informasi terbaru yang belum diketahuinya. Selain menggunakan *Youtube* ternyata ada salah satu narasumber yang menonton *vlog* pada media sosial *Instagram*:

“Saya melihat *Vlog* dari *YouTube* dan *Instagram*. Saya pribadi suka *travel vlog*, *food vlog*, dan kegiatan sehari/lifestyle *vlog*.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, diketahui bahwa Emeritha Angandari tidak hanya menonton *vlog* pada media sosial *YouTube*, Emeritha Angandari juga menggunakan *Instagram* sebagai salah satu sarana untuk menonton *vlog*. Konten *vlog* yang disukai adalah tentang jalan-jalan, makanan, dan kegiatan sehari-hari atau gaya hidup. Dalam menonton *vlog* tentunya setiap orang memiliki kriteria tersendiri tentang bagaimana *vlog* yang baik, seperti yang disampaikan oleh keempat narasumber:

“Kriteria vlog yg baik mungkin cara menyampaikan informasi atau konten vlog dengan bahasa yang baik dan sopan, tidak menyinggung pihak lain, tidak memicu adanya perdebatan.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Porsi antara frame untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar atau objek yang di videokan sama rata, gak lebih banyak muka vlogger atau objeknya mulu yang diliatin, porsi antara backsound dan narasi juga harus seimbang, dan vlog juga harus memiliki batas-batas mana yang bisa diperlihatkan mana yang tidak.” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

“Kriteria Vlog yang baik menurut saya adalah walaupun video blogging itu dibuat dengan alat sederhana, tetapi dapat menghasilkan video yang berkualitas. Selain itu dapat menarik perhatian penonton. Jika video berdurasi lebih dari 20 menit biasanya akan membuat penonton bosan.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Vlog yang baik, tidak berbelit-belit, talkative dan lebih banyak informasi daripada opini/reaksi si narasumber.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, diketahui bahwa menurut Diah Wulandari konten vlog yang baik adalah yang mampu menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan, tidak menyinggung pihak lain serta tidak memicu adanya perdebatan. Mariana Paramita juga memiliki pendapat sendiri tentang kriteria vlog yang baik. Menurut Mariana Paramita kriteria vlog yang baik adalah yang memiliki porsi yang seimbang antar elemen-elemen yang terdapat dalam vlog itu sendiri. Serta tahu batasan tentang informasi yang boleh dan tidak boleh dibagikan dalam vlog tersebut. Begitu juga dengan Rosiana Mayangsari, menurutnya vlog yang baik adalah yang mampu diproduksi dengan menggunakan alat-alat sederhana, namun bisa menghasilkan video yang berkualitas, serta memiliki durasi yang tidak lebih dari 20 menit. Karena menurut Rosiana Mayangsari, durasi yang terlalu lama membuat penonton mudah bosan. Emeritha Angandari juga menyampaikan pendapatnya mengenai kriteria vlog yang

baik. Menurut Emeritha Angandari kriteria vlog yang baik adalah yang tidak berbelit-belit, pembawaanya menarik, serta lebih banyak memberikan informasi berdasarkan fakta daripada opini dari narasumber.

Durasi dan tempat narasumber untuk menonton *playlist* berjudul vlog pada channel youtube Hansol, juga termasuk dalam infrastruktur teknis dalam teori resepsi. Setiap narasumber memiliki tempat dan durasi yang beragam dalam menonton *playlist* berjudul vlog pada channel youtube Hansol, seperti yang dipaparkan keempat narasumber:

“Biasanya saya menonton dimana saja, bisa di rumah, saat bersama-sama atau berkumpul dengan teman-teman jadi bisa langsung di bahas. Biasanya sampai 2 jam dalam sekali menonton.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

“Di gereja, di rumah. Mungkin 1-2 jam kira-kira.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Dirumah, dengan durasi selama kira-kira 1 jam.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Dirumah sepulang kerja, café, atau weekend, biasanya saya akan menonton beberapa video sekaligus, mungkin kurang lebih 2-3 jam.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui bahwa keempat narasumber memiliki satu tempat yang sama untuk menonton *playlist* berjudul vlog pada channel youtube Hansol, yaitu di rumah. Selain rumah, keempat narasumber memiliki tempat yang berbeda-beda dalam menonton vlog tersebut, diantaranya saat berkumpul dengan teman-teman, di gereja, maupun di café. Durasi atau waktu narasumber tersingkat untuk menonton vlog tersebut adalah kira-kira 1 jam dan dilakukan oleh Diah Wulandari, sedangkan untuk durasi terlama adalah kira-kira 3 jam yang dilakukan oleh Emeritha Angandari.

## **b. Relations of Productions**

### ***1. Relasi sosial narasumber yang menonton playlist berjudul vlog pada channel youtube Hansol***

Berdasarkan informasi yang sering diberikan, Kpopers serta orang-orang yang menyukai hal-hal tentang Korea Selatan adalah *target audiens* dari *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol:

“Kpopers. Karena Kpopers merupakan orang-orang yang sangat menyukai Korea dan segala hal yang menyangkut Korea.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Menurut saya beberapa target audiens Hansol jang adalah penonton yang ingin mengetahui informasi viral mengenai berita Korea. Selain itu penonton yang memiliki ketertarikan dengan Korea dan kemungkinan bertujuan berlibur ke Korea.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa target audiens dari *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol adalah Kpopers. Penonton dari *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol rata-rata merupakan orang yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Korea. Menurut semua narasumber, Hansol memberikan informasi yang valid tentang isi *vlog* dari *playlist*nya:

“Ya. Sepengetahuan saya, jika Hansol ingin membuat konten atau informasi mengenai suatu hal ia akan mencari dari banyak sumber dahulu sebelum menceritakannya kepada para penonton. Jadi menurut saya informasi yang disampaikan Hansol merupakan informasi yang valid.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Menurut saya Hansol memberikan informasi yang valid. Dan jika ada salah penyebutan atau salah informasi, Hansol akan memberikan "pembetulan" dalam kolom komentar atau kolom deskripsi. Selain itu Hansol sendiri adalah orang Korea jadi saya rasa Hansol cukup memberikan informasi yang Valid. Hansol juga biasanya melakukan "searching" mengenai informasi tersebut sehingga dapat memberikan informasi yang valid bagi penonton.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)



“Tentu benar, karena Hansol merupakan keturunan dan warga negara Korea Selatan. Hansol juga berdomisili di Korea Selatan sehingga cukup *update* dengan berita-berita dan rutinitas warga sana.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Ya valid, karena *channel-channel* orang yg di Korea lainnya yang saya tonton informasinya sama dengan Hansol. Seperti Sunnydahye, Hanyoora, Amelia, Edward, Leedonghae. Tapi saya tetap lebih suka menonton Hansol karena isi vlognya lebih jelas.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa Hansol memberikan informasi yang *valid* melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit. Seperti yang dikatakan Diah Wulandari, bahwa Hansol akan mencari dari banyak sumber sebelum memberikan informasi kepada penonton. Rosiana Wulandari juga setuju bahwa Hansol memberikan informasi yang valid, walaupun informasi yang diberikan salah menurut Rosiana, Hansol langsung memberikan pembetulan dalam kolom komentar ataupun deskripsi. Begitu juga dengan Emeritha Angandari yang setuju bahwa Hansol memberikan informasi yang valid karena Hansol berdomisili di Korea Selatan, sehingga membuat Hansol lebih mampu memberikan informasi yang baru dan valid mengenai perkembangan di Korea Selatan. Mariana Paramitha juga mengatakan hal yang sama, menurut Mariana informasi yang disampaikan Hansol merupakan informasi yang valid, karena Mariana melakukan pencocokan informasi dengan cara menonton youtuber lain yang juga memberikan informasi yang rata-rata sama.

Karena informasi yang disampaikan pada *playlist* tersebut merupakan informasi yang valid, semua narasumber merekomendasikan kepada temannya yang ingin mengetahui informasi keseharian di Korea untuk menonton *playlist*

berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, seperti yang dipaparkan Diah Wulandari:

“Ya saya merekomendasikan, karena hanya menonton Channel Korea Reomit bisa mendapatkan banyak sekali informasi tentang Korea dari berbagai sudut.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Selain itu, pada lingkungan sekitar narasumber, terdapat juga beberapa orang yang menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, seperti pemaparan berikut:

“Ada, kebetulan beberapa teman gereja suka menonton *playlist* tersebut, karena ingin tau keseharian Hasol.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Ada teman-teman kerja saya juga menonton vlog Hansol, namun hanya beberapa yang suka menonton *playlist* berjudul vlog” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

“Ada. Adik sepupu saya yang perempuan dan beberapa teman kerja.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Ada, sesama teman kuliah yang pecinta Kpop”(Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan pemaparan di atas, diketahui bahwa pada lingkungan keempat narasumber selalu ada orang terdekat yang juga menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Seperti teman gereja Rosiana Mayangsari yang menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol karena ingin mengetahui keseharian Hansol. Beberapa teman kerja Mariana Paramitha yang menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Adik sepupu dan beberapa teman kerja Diah Wulandari yang menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Serta teman kuliah dari Emeritha Angandari yang menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol karena merupakan



pencinta Kpop. Lingkungan sekitar narasumber juga mempengaruhi narasumber untuk menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, seperti pemaparan berikut:

“Sedikit tidaknya mempengaruhi, karena terkadang, saya lupa menonton video vlog terbaru, lalu teman saya akan bercerita dan mengingatkan tentang vlog terbaru yang membuat saya ingin segera menonton vlog tersebut.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Ya, lumayan mempengaruhi ya, karena teman-teman saya sangat sering membahas vlog Hansol.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa narasumber berada pada lingkungan menyukai dan sering membahas tentang *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Walaupun dikelilingi dengan lingkungan yang juga menyukai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, namun belum ada narasumber yang memiliki satu grup khusus yang membahas mengenai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol:

“Grup terkhusus gak ada. Tapi grup whatsapp dengan teman-teman gereja cukup sering membahas.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Kalau hanya tentang Hansol saja tidak ada. Tapi saya memiliki grup kpop yang terkadang juga membahas tentang Hansol.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Walaupun tidak memiliki grup khusus, namun narasumber juga terkadang membahas mengenai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, pada grup lain yang sudah mereka miliki. Seperti grup whatsapp ataupun grup k-pop.

### **c. Frameworks of Knowledge**

#### ***1. Pengetahuan narasumber tentang isi dari playlist berjudul vlog pada channel youtube Korea Reomit milik Hansol***

Pada *youtube* Korea Reomit terdapat salah satu *playlist* yang berjudul *vlog* yang terkhusus membahas mengenai kehidupan Hansol. Mulai dari kegiatan sehari-hari Hansol selama di Korea, saat Hansol *travelling* bersama keluarganya, budaya di Korea, serta yang paling sering *diupload* belakangan ini adalah kegiatan yang Hansol lakukan bersama pacarnya yaitu Jeanette. Keempat narasumber mengetahui serta menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol, seperti kutipan wawancara berikut:

“Saya mengetahui dan menonton *playlist* tersebut. Terlebih belakangan ini beberapa konten terkait kehidupannya sangat seru untuk saya tonton.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Ya saya tahu. Kembali lagi yang membuat saya menonton *playlist* tersebut yaitu ketertarikan dengan budaya Korea Selatan. Menurut saya pada *playlist* *vlog* itu, pembahasannya lebih terkhusus mengenai informasi kegiatan sehari-hari di Korea Selatan.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari 1 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas diketahui bahwa rata-rata keingintahuan mereka tentang kehidupan serta kegiatan sehari-hari Jang Hansol merupakan alasan mereka menonton *playlist* dengan judul *vlog* tersebut. Keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit ternyata sangat membantu keempat narasumber:

“Sangat terbantu dengan konten milik Hansol Jang. Karena saya sendiri bukan orang dengan niat belajar yang tinggi sehingga informasi mengenai Korea yang hanya menggunakan bahasa Korea akan menyulitkan saya. Tetapi sebagai orang yang fasih dengan bahasa Korea dan Indonesia, Hansol Jang

sangat membantu saya. Contohnya saat berita itu diberitakan dalam bahasa Korea, Hansol menyertakan berita itu bahkan menterjemahkannya ke dalam bahasa Indonesia.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Iya, sangat terbantu. Bisa memberikan informasi dengan mudah dan mudah dimengerti karena Hansol fasih berbahasa Indonesia.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Sangat terbantu. Karena selama ini, beberapa informasi dapat salah dipahami karena kendala bahasa, namun karena Hansol yang sangat fasih berbahasa Indonesia, sangat membantu subscribers memahami isi kontennya” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Terbantu, karena fasih berbahasa Indonesia jadi informasinya lebih mudah dimengerti dan di bandingkan dengan situasi di Indonesia.” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas diketahui bahwa informasi yang disampaikan Hansol melalui playlistnya membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tentang Korea Selatan. Rata-rata keempat narasumber tersebut terbantu karena Hansol mampu memberikan informasi yang saat itu diberitakan dalam bahasa Korea dan menterjemahkannya ke dalam bahasa Indonesia yang mudah dipahami. Sehingga membuat orang Indonesia yang ingin mengetahui berita tentang Korea mendapatkan informasi lebih mudah tentang berita tersebut, tanpa harus mengerti Bahasa Korea terlebih dahulu. Ketertarikan dan keingintahuan terhadap budaya Korea merupakan salah satu alasan narasumber untuk mengikuti channel youtube Korea Reomit:

“Secara pribadi saya memiliki ketertarikan dengan budaya Korea. Beberapa vlog Hansol membahas tentang keseharian orang Korea, budaya Korea, tempat-tempat di Korea dan makanan khas Korea Selatan.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Tujuan saya menonton Hansol Jang adalah karena channel Korea Roemit sering membahas mengenai informasi maupun berita yang sedang terjadi, selain itu saya tidak terlalu suka membaca sehingga penjelasan dari channel tersebut sangat membantu saya. Contohnya seperti berita yang sedang

viral di Korea, ataupun informasi mengenai kejadian, kasus misteri atau ketidakadilan yang terjadi di masyarakat khususnya di Korea.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara di atas diketahui bahwa ketertarikan tentang kebudayaan serta keseharian yang dilakukan orang Korea menjadi alasan Emeritha Angandari untuk mengikuti channel youtube Korea Reomit. Rosiana Mayangsari juga mengikuti vlog Korea Reomit karena tidak terlalu suka membaca dan ingin mengetahui informasi tentang Korea secara cepat. Rosiana mengatakan bahwa dirinya mengikuti channel Korea Reomit milik Hansol karena ingin mendapatkan informasi tentang Korea serta terbantu dengan adanya *channel* Korea Reomit milik Hansol karena informasi disampaikan melalui video sehingga lebih mudah untuk mengetahui serta memahami informasi yang dipaparkan. Memberikan informasi yang benar, sesuai dengan fakta dan juga disertai bukti merupakan salah satu bentuk integritas dari seorang youtuber. Informasi yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit adalah aktivitas sehari-hari Hansol selama di Korea Selatan:

“Menurut saya, informasi yang dibagikan Hansol Jang dalam *playlist vlognya* berisi mengenai aktivitas sehari-hari Hansol Jang, selain itu mengenai hal-hal yang dapat dilakukan atau dapat mempermudah kita jika ingin berlibur ke Korea, tempat makan/kuliner rekomendasi di Korea.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Informasi tentang Korea. Kebanyakan tentang kehidupan sehari-hari Hansol di Korea dan *vlog* jalan-jalan bersama keluarganya.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa informasi yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube*nya adalah aktivitas dan kehidupan sehari-hari Hansol, kegiatan yang dapat dilakukan

atau tips yang dapat mempermudah kita jika ingin berlibur ke Korea, rekomendasi tempat makan atau kuliner di Korea. Latar belakang pendidikan, pengetahuan, dan pengalaman dari keempat narasumber tidak membuat narasumber merasa kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan Hansol pada playlist berjudul vlog, seperti pemaparan berikut:

“Tidak, karena bahasa, topik, dan pembahasannya ringan sehingga mudah dimengerti.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Tidak, karena penyampaian pesan yang disampaikan oleh Hansol cukup jelas dan penjelasannya terperinci sehingga mudah untuk dipahami.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

Pemaparan dari narasumber tersebut mengartikan bahwa untuk menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit tidak diperlukan pendidikan atau keahlian tertentu, karena Hansol membahas informasi secara ringan, disertai disampaikan dengan jelas. Informasi yang dibagikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit sangat informatif, seperti yang disampaikan oleh keempat narasumber:

“Sangat informatif, positif dan bermanfaat. Menurut saya itu dapat menambah pengetahuan sosial saya. Sama seperti pertanyaan sebelumnya informasi yang saya dapatkan mengenai *lifestyle* orang Korea, makanan khas Korea Selatan dan budaya orang Korea Selatan.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Bermanfaat dan juga informatif. Saya jadi tahu tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan orang Korea, daerah-daerah di Korea, bagaimana sopan santun orang Korea, cara berdialog, dan ternyata di Korea lebih banyak orang yang berjalan kaki.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

“Menurut saya isinya positif mudah dipahami, lengkap, dan informatif. Informasi tentang kehidupan di Korea dan perkembangannya.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Menurut saya, konten-konten dalam *playlist vlog* tersebut akan sangat informatif dan akan dibutuhkan oleh orang-orang yang ingin mengetahui

mengenai kehidupan sehari-hari Hansol Jang, selain itu akan berguna bagi orang-orang yang mungkin akan melakukan *traveling* atau liburan dengan tujuan Korea Selatan.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, diketahui bahwa informasi yang disampaikan Hansol melalui konten-konten dalam *playlist* dengan judul vlog pada *channel youtube* Korea Remoit sangat informatif, positif, bermanfaat, dan menambah wawasan. Informasi ini akan dibutuhkan oleh orang-orang yang ingin mengetahui tentang kehidupan sehari-hari Hansol, maupun orang-orang yang ingin belajar tentang budaya Korea. Selain itu informasi tersebut berguna juga bagi orang-orang yang akan melakukan *travelling* atau liburan dengan tujuan Korea Selatan. Tanpa adanya *engagement* yang baik dengan audiens, mustahil seorang youtuber mampu mempertahankan karirnya dalam waktu yang lama. Hansol memiliki *engagement* yang baik dengan audiensnya, seperti yang diungkapkan Emeritha Angandari dan Diah Wulandari:

“*Engagementnya* baik, karena Hansol merespon beberapa feedback dari subscribersnya dan mendengarkan saran-saran subscriernya mengenai konten yang akan dibawakan.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Sangat baik. Karena Hansol mau membuat konten dari permintaan audiens. Salah satunya konten detektif yang membuat Hansol tidak mendapatkan *adsense* tapi konten tersebut tetap dibuat karena permintaan dari audiens.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa Hansol memiliki *engagement* yang baik dengan audiensnya. Hal ini dikarenakan Hansol mau merespon dan mendengarkan *feedback* dari audiensnya terakit konten yang akan dibawakan. Hansol merupakan youtuber yang mengupload vlog pada *chanelnya* rata-rata 4 kali dalam seminggu, dan setiap minggunya pasti ada 1 vlog yang



diupload ada *playlist* dengan judul *vlog* tersebut. Mariana Paramitha dan Diah Wulandari cukup sering menonton, bahkan hampir setiap Hansol mengupload *vlog* terbaru pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel* Korea Reomit, seperti yang dipaparkannya:

“Nonton hampir setiap ada video baru dari Hansol.” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

“Cukup sering, belakangan saya sering menonton saat Hansol mengupload *vlog* bersama pacarnya yaitu Jannette.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa Mariana dan Diah cukup sering menonton *vlog* pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit. Selai itu, keempat narasumber menemukan *channel youtube* Hansol dengan cara yang berbeda-beda. Seperti Rosiana Mayangsari dan Mariana Paramitha yang mengetahui *channel youtube* Hansol karena muncul di *home youtubanya*. Diah Wulandari yang tidak sengaja mengetahui *channel youtube* Hansol karena melihat berita ABK yang disampaikan Hansol melalui *twitter*. Serta Emeritha Angandari yang mengetahui *channel youtube* Hansol karena melihat di *explore youtubanya*. Namun walaupun sudah mengikuti, menonton, dan mendapatkan informasi tentang Korea Selatan dari *channel* Korea Reomit, belum ada narasumber yang dapat menjelaskan secara tepat tentang alasan *channel* tersebut dinamakan Korea Reomit, seperti yang disampaikan dalam kutipan wawancara berikut:

“Saya ingat si vlogger pernah menyampaikan, tapi saya lupa. Kalo ga salah Reomit itu bersal dari bahasa Indonesia artinya rumit.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Kalau gak salah, karena dia orang Korea tapi besar di Indonesia sekolah di Malang kalo gak salah terus biar nama channelnya ada unsur Korea Indo nya jadi dinamain Korea Roemit.” (Wawancara dengan Mariana Paramitha, 3 Mei 2021)

“Saya tidak mengetahui alasannya karena saya kurang mendalami informasi tersebut.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021).

“Jujur sih enggak tahu ya. Tapi kayaknya kalo gak salah inget itu nama Korea diambil karena dia menjelaskan informasi tentang Korea, sedangkan Reomit itu artinya rumit.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil kutipan wawancara diatas, keempat narasumber belum tahu secara pasti alasan Hansol menggunakan nama Korea Reomit sebagai judul *channel* *youtubenya*. Mereka hanya mampu menjelaskan opini mereka untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Rata-rata narasumber mengatakan bahwa pemilihan nama Korea karena Hansol merupakan orang Korea dan kata reomit memiliki arti yaitu rumit. Setiap *youtuber* memiliki *tagline* atau kata-kata pembuka yang menjadi keunikan dari masing-masing *youtuber* itu sendiri, begitu juga dengan Hansol. Saat memulai vlognya Hansol memiliki *opening* yang menarik dan khas, seperti yang diungkapkan Rosiana Mayangsari dan Diah Wulandari:

“Opening yang menarik dan membuat orang teringat dengan openingnya karena Hansol Jang menggunakan opening yang berbeda tergantung dengan isi video yang di unggah.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Hansol melakukan opening dengan ciri khasnya dengan logat yg medok Jawa.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa saat melakukan opening pada vlognya, Hansol memiliki cara mengawali *vlog* yang menarik dan membuat orang selalu teringat, karena menggunakan bahasa Indonesia dengan aksen *medhok* Jawa yang tidak dimiliki oleh *youtuber* lain. Selain itu, dalam menanggapi



suatu hal, setiap orang tentunya memiliki pendapat yang berbeda-beda. Menurut Emeritha Angandari perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol:

“Tentunya begitu. Latar belakang yang berbeda membentuk budaya dan karakter yang berbeda-beda. Tentu cara menanggapi juga berbeda, contoh: apabila Hansol mengangkat tema gaya hidup orang Korea, ada yang dapat diterima dan tidak oleh masyarakat Indonesia karena mungkin sangat berbeda dengan budaya orang Indonesia dan tidak sesuai norma yang berlaku di Indonesia.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Emeritha diketahui bahwa perbedaan latar belakang membentuk budaya dan karakter yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu hal. Seperti yang sudah disampaikan bahwa gaya hidup orang Korea belum tentu dapat diterima oleh masyarakat Indonesia, begitu juga sebaliknya. Hal ini karena ada perbedaan norma di Indonesia dan Korea. Namun agak berbeda dengan yang disampaikan oleh Diah Wulandari:

“Menurut saya perbedaan *interest* lebih dominan dibandingkan dengan perbedaan pengetahuan. Kalo orang lebih interest tentang kehidupan sehari-hari Hansol, pasti lebih suka nonton *playlist vlog*. Tapi kalau lebih suka tentang detektif pasti lebih banyak nonton detektif reomit.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Diah, diketahui bahwa menurut Diah perbedaan *interest* lebih dominan dibandingkan dengan perbedaan pengetahuan. Menurutnya, jika seseorang lebih suka melihat kegiatan sehari-hari Hansol, maka akan lebih banyak menonton pada *playlist vlog*. Namun jika suka konten detektif, maka akan lebih banyak menonton pada *playlist* detektif reomit. Selain itu, dibandingkan dengan youtuber lain, Hansol memiliki kelebihan seperti yang disampaikan oleh Mariana Paramitha:

“Pertama karena dia ganteng. Kedua karena berbahasa Indonesia jadi lebih mudah dimengerti. Ketiga cara bicaranya santai tidak kaku.” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

Menurut Mariana Paramitha selain karena memiliki wajah yang tampan, Hansol juga merupakan seorang *youtuber* asal Korea yang fasih berbahasa Indonesia. Memiliki gaya bicara yang santai dan tidak kaku, membuat apa yang dikatakan Hansol menjadi lebih mudah dimengerti oleh orang Indonesia. Emeritha Angandari juga menyampaikan kelebihan Hansol dibandingkan *youtuber* lain:

“Karena pendekatannya seperti orang Indonesia, saya merasa seperti menonton *youtuber* sebangsa. Ditambah pembawaannya yang sopan juga isi kontennya yang runtut.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari Mei 2021)

Hansol memiliki pembawaan yang sopan dan konten yang runtut menurut Emeritha Angandari. Selain itu, Hansol juga memiliki pendekatan seperti orang Indonesia. Contohnya saat memberikan informasi pada vlognya, Hansol lebih terlihat seperti orang Indonesia yang menceritakan tentang Korea, bukan seperti orang Korea yang sedang menceritakan tentang Indonesia, pendekatan inilah yang membuat Emeritha Angandari merasa seperti menonton *youtuber* dari Indonesia. Selain pembawannya yang sopan dalam menuturkan informasi pada vlognya, serta pendekatan dalam membuat vlog seperti orang Indonesia, Hansol juga merupakan *youtuber* yang *up-to-date*:

“Ya sangat *up to date* jika dibandingkan dengan yang lain dan itu menjadi alasan saya mengikuti channelnya. Ia memberikan informasi yang sedang viral dengan bukti dan informasi yang valid dan lebih cepat daripada konten kreator lain.” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan kutipan di atas diketahui bahwa selain *up to date*, Hansol juga sering memberikan informasi dengan cepat tentang berita yang sedang viral, dengan informasi yang valid, dan proses produksi *vlog* lebih cepat dari *youtuber* lainnya.

#### ***d.Oriented, Negotiated, Oppositional***

##### ***1. Posisi narasumber terhadap informasi dari playlist berjudul vlog pada channel youtube Hansol***

Kepercayaan audiens terhadap seorang *youtuber* tentunya tidak begitu saja muncul. Perlu adanya pemberian informasi yang benar dari *youtuber* ke audiens tentang informasi yang akan disampaikan, serta bukti bahwa informasi tersebut benar, dan juga kerendahan hati *youtuber* untuk melakukan koreksi jika ada memberikan informasi yang kurang benar. Semua narasumber mengatakan bahwa Hansol tidak hanya memberikan informasi yang bagus-bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada channelnya, namun menurut keempat narasumber Hansol berkata apa adanya pada *playlistnya*:

“Hansol memberikan informasi sesuai fakta dan keadaan yang sebenarnya baik positif maupun negatif” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

“Menurut saya Hansol menyampaikan informasi dengan apa adanya. Misalnya seperti saat ia mengeluh untuk melakukan janji dulu jika ingin potong rambut di Korea, yang berbeda sekali dengan kebudayaan di Indonesia yang bisa langsung potong rambut saat itu juga jika ingin” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

“Menurut saya Hansol merupakan *vlogger* yang jujur, bercerita apa adanya tentang keadaan yang benar-benar dialaminya. Jika bagus dia bilang bagus, jika kurang bagus dia akan mengatakan dengan menggunakan bahasa yang sopan” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

Berdasarkan pernyataan tersebut, diketahui bahwa Hansol memberikan informasi yang jujur dan terbuka sesuai dengan yang dialaminya dalam *vlognya*. Karena keterbukaan Hansol, keempat narasumber mengatakan percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit:

“Percaya, karena Hansol menyertakan bukti dan foto juga jika perlu”  
(Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Saya percaya dengan informasi yang dibagikan Korea Roemit karena Hansol melakukan searching terhadap informasi tersebut sehingga tidak menimbulkan kesalahan atau hoax (berita tidak benar).” (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Percaya, karena sumber informasinya jelas. Orang ataupun tempatnya real.”  
(Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

“Saya mempercayai beberapa diantaranya, namun tidak semua informasi saya serap. Hanya beberapa yang saya butuhkan kemudian saya konfirmasi pula dengan beberapa konten dari youtuber lain untuk meyakinkan diri saya sendiri.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Seperti hasil wawancara diatas Emerita Angandari, Rosiana Mayangsari, dan Mariana Paramita mempercayai sepenuhnya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit. Namun satu narasumber yaitu Diah Wulandari, juga tetap mempercayai informasi yang disampaikan Hansol, namun melakukan pencarian data lain untuk memastikan tentang kebenaran informasi yang disampaikan oleh Hansol. Walaupun percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol pada vlognya, namun Diah Wulandari merasa bahwa tidak semua informasi yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog* seru:

“Tidak semua konten *vlog* Hansol seru, mungkin karena tidak semua topiknya sesuai dengan selera saya. Saya kurang memiliki ketertarikan ketika Hansol terlalu membawa hal-hal berbau pribadi pada *playlist vlog*. Saya suka kontennya yang membahas tentang Korea. Tapi hampir semua kontennya menarik.”(Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Hal ini dikarenakan menurut Diah Wulandari informasi yang disampaikan Hansol terlalu pribadi, dan Diah lebih suka Hansol hanya membahas informasi tentang Korea dibanding kehidupan pribadi Hansol. Emeritha Angandari juga

mengatakan bahwa ia pernah merasa bosan dengan sudut pandang yang ditampilkan Hansol pada *vlognya*:

“Adakalanya saya merasa bosan, bukan karena kontennya sudah tidak menarik lagi. Tapi sebagai seorang yang menikmati *youtube*. Seringkali kita merasa bosan dengan satu *youtuber*. Ketika saya bosan, saya akan berhenti menonton sejenak, mungkin sekitar seminggu. Lalu pada akhirnya saya akan menonton dan mencari lagi *playlist vlog* dari Hansol” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

Hal ini dikarenakan Emeritha merasa sebagai seorang yang menikmati *youtube*, akan muncul perasaan bosan karena merasa konten yang diberikan kurang menarik. Namun Emeritha tetap akan kembali untuk menonton *playlist vlog* dari Hansol. Walaupun demikian, keempat narasumber mengatakan setuju dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit:

“Setuju, apa yang disampaikan Hansol nyata dan apa adanya.” (Wawancara dengan Mariana Paramita, 3 Mei 2021)

“Sangat setuju, karena sangat informatif dan tidak pernah merugikan pihak lain.” (Wawancara dengan Emeritha Angandari, 1 Mei 2021)

“Saya setuju dengan konten milik Hansol Jang karena sangat membantu penonton untuk mendapatkan informasi khususnya mengenai Korea. (Wawancara dengan Rosiana Mayangsari, 2 Mei 2021)

“Setuju. Banyak informasi yang disampaikan oleh Hansol kontennya dirangkum dari banyak sumber dan berdasarkan sumber pula. Tidak semata mata hanya ingin menjadikan bahan obrolan.” (Wawancara dengan Diah Wulandari, 30 April 2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa keempat narasumber setuju dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit. Bahkan salah satu narasumber

yaitu Emeritha Angandari mengatakan sangat setuju karena sangat informatif serta tidak pernah merugikan pihak lain.

## 2. Analisis Data

Pada bagian ini peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang telah dipaparkan pada bagian temuan data. Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara dengan empat narasumber dari latar belakang yang berbeda-beda. Keempat narasumber tersebut diantaranya: Mariana Paramitha, S. H. berusia 23 tahun tinggal dan bekerja di bidang pemerintahan di NTT, Diah Wulandari berusia 22 tahun tinggal di Bali dan bekerja di bidang fisioterapi, Emeritha Angandari, S. E. berusia 24 tahun tinggal dan bekerja di Bali sebagai *content executive* salah satu *creative agency*, dan Rosiana Mayangsari berusia 25 tahun tinggal di Kalimantan dan bekerja sebagai wiraswasta. Analisis yang peneliti lakukan dilandasi dengan konsep teori yang tertuang pada bab I, yaitu tentang resepsi audiens tentang *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol.

Peneliti menggunakan teori resepsi audiens milik Stuart Hall (2011) untuk melihat bagaimana proses penerjemahan pesan (*decoding*) yang dilakukan oleh khalayak (keempat narasumber). Sebelum makna diperoleh, terlebih dahulu dilakukan proses produksi dengan cara mengkonstruksi sebuah pesan, proses produksi ini dinamakan dengan *encoding* (produksi simbol). Proses *encoding* terbentuk dari berbagai makna, pengetahuan, dan ide yang digunakan dalam proses produksi. Pada penelitian ini proses *encoding* (produksi simbol) telah dilakukan Hansol dan tertuang melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dimana Hansol memproduksi *playlist* tersebut dengan informasi yang bersumber



dari pengetahuan, pengalaman, informasi, serta ide yang dimiliki Hansol tentang kehidupan sehari-harinya di Korea Selatan. Kemudian *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol ditonton dan di *decoding* (dimaknai) oleh keempat narasumber yang memiliki ketertarikan terhadap informasi tentang Korea Selatan.

Hansol sebagai pembuat pesan, tentunya menginginkan *decoding* (penerjemahan pesan oleh narasumber) yang sama dengan *encoding* (pembuatan pesan) yang ditayangkan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol.

Namun hal ini tidak bisa pasti, karena Hansol sebagai *encoder* dan keempat narasumber sebagai *decoder* memiliki latar belakang, pengalaman, pengetahuan, kebudayaan, maupun kebiasaan yang berbeda-beda. Inilah yang membuat proses pemaknaan pesan (*decoding*) yang dilakukan oleh narasumber tidak selalu sama dengan apa yang disampaikan oleh media, hal ini juga berkaitan pada tiga posisi audiens menurut Stuart Hall yang akan dibahas pada point berikutnya.

Storey (2007) mengatakan bahwa resepsi audiens melihat bagaimana narasumber melakukan penerimaan (*encoding*) dan pemaknaan (*decoding*) pesan, serta peranan pesan yang diterima narasumber melalui media dalam kehidupan narasumber itu sendiri. Proses *encoding* dan *decoding* sama-sama terbentuk dari tiga hal, yaitu: *frameworks of knowledge* (kerangka pengetahuan), *relations of productions* (hubungan produksi), dan *technical infrastructure* (infrastruktur teknis) (Hall, 2011).

#### ***a. Frameworks of Knowledge***

Kerangka pengetahuan bisa didapat dari buku, pendidikan formal yang khalayak sedang tekuni, pengetahuan di tempat kerja, pengalaman berlingkungan,

pengalaman dalam agama, interaksi sosial, dan pengetahuan-pengetahuan lain yang ada di sekitar khalayak. (Hall, 2011). Berdasarkan penemuan data yang telah penulis dapatkan dari hasil wawancara keempat narasumber diketahui bahwa keempat narasumber berasal dari latar belakang yang berbeda, dengan pekerjaan yang berbeda-beda, diantaranya:

Mariana Paramitha, S. H. berusia 23 tahun tinggal dan bekerja di bidang pemerintahan di NTT. Diah Wulandari berusia 22 tahun tinggal di Bali dan bekerja di bidang fisioterapi. Emeritha Angandari, S. E. berusia 24 tahun tinggal dan bekerja di Bali sebagai *content executive* salah satu *creative agency*. Rosiana Mayangsari berusia 25 tahun tinggal di Kalimantan dan bekerja sebagai wiraswasta. Perbedaan latar belakang pendidikan, umur, dan pekerjaan dari keempat narasumber sedikit banyaknya tentu akan mempengaruhi setiap narasumber dalam proses menerima pesan yang disampaikan Hansol melalui *channel* youtube Korea Reomit, khususnya pada *playlist* berjudul *vlog*.

Ketertarikan dan keingintahuan terhadap budaya Korea merupakan salah satu alasan narasumber untuk mengikuti *channel* youtube Korea Reomit. Keempat narasumber rata-rata sudah mengikuti *youtube* Hansol minimal selama satu tahun, dan salah satu narasumber yaitu Marina Paramitha merupakan pengikut terlama dibandingkan dengan ketiga narasumber lainnya, karena sudah mengikuti *youtube* Hansol sejak tahun 2018. Pada *channel youtube* Korea Reomit terdapat salah satu *playlist* berjudul *vlog* yang terkhusus membahas mengenai gambaran kehidupan sehari-hari orang Korea Selatan yang dicerminkan oleh Hansol dalam melakukan kegiatan kesehariannya. Tidak hanya mengenai gambaran kehidupan sehari-hari



orang Korea Selatan, *playlist* berjudul *vlog* tersebut juga memberikan beberapa informasi yang terkait dengan Korea Selatan, baik beberapa informasi tentang budaya, travelling, makanan, maupun kehidupan Hansol bersama keluarganya. Keempat narasumber mengetahui dan menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol. Keingintahuan mereka tentang kehidupan sehari-hari orang Korea Selatan dan juga keingintahuan mereka tentang kehidupan Hansol di Korea Selatan merupakan alasan utama keempat narasumber menonton *playlist* tersebut. Salah satu narasumber, yaitu Mariana Paramitha juga mengakui bahwa dirinya merupakan *Kpopers* semenjak SMA dan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *youtube*nya sangat banyak membantu Mariana Paramitha dalam memperoleh informasi seputaran Korea Selatan.

Selain itu peneliti juga menemukan alasan lain narasumber mau menonton *playlist* tersebut, yakni bahwa Hansol yang merupakan orang asli Korea Selatan dan telah lama tinggal di Indonesia sangat membantu dan mempermudah keempat narasumber dalam proses mendapatkan informasi tentang kegiatan sehari-hari orang Korea Selatan. Hal ini dikarenakan dalam proses penyampaian informasi, Hansol menggunakan bahasa Indonesia yang baik, benar, dan mudah dimengerti bahkan berakcentasi Medhok Jawa. Akcentasi Medhok Jawa yang dimiliki Hansol membuat narasumber merasakan kedekatan secara emosional dengan Hansol, dimana narasumber merasa seperti diberikan informasi oleh orang sebangsa Indonesia. Padahal Hansol merupakan warga Korea Selatan, namun karena latar belakang Hansol yaitu pernah tinggal di Indonesia selama 16 tahun khususnya di

kota Malang dan bergaul dengan lingkungan yang memiliki aksen *Medhok* Jawa, maka Hansol juga terbawa dan memiliki aksen tersebut. Alasan lain narasumber mengikuti *playlist* tersebut yaitu karena mempermudah mengakses informasi karena disampaikan melalui *vlog*, sehingga tidak perlu membaca dan juga mengerti bahasa Korea. Karena salah satu narasumber mengatakan bahwa dirinya tidak begitu suka membaca untuk mendapatkan sebuah informasi.

Keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol ternyata sangat membantu keempat narasumber. Keempat narasumber merasa terbantu karena Hansol mampu memberikan informasi yang saat itu diberitakan dalam bahasa Korea dan menterjemahkannya ke dalam bahasa Indonesia yang mudah dipahami. Sehingga membuat orang Indonesia yang ingin mengetahui berita tentang Korea mendapatkan informasi lebih mudah tentang berita tersebut, tanpa harus mengerti Bahasa Korea terlebih dahulu. Selain itu, Hansol juga sangat *update* pada *vlognya*. Hal ini terbukti dengan Hansol yang rutin *upload* video pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube*nya minimal dua kali dalam seminggu.

Informasi yang dibagikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit sangat informatif dan beragam. Informasi tersebut diantaranya: aktivitas dan kehidupan sehari-hari Hansol selama di Korea Selatan, kegiatan yang Hansol lakukan bersama keluarga, cerita kehidupan asmaranya dengan Jeannette, kegiatan yang dapat dilakukan atau tips yang dapat mempermudah kita jika ingin berlibur ke Korea, rekomendasi tempat makan atau

kuliner di Korea. Walaupun belum pernah secara langsung pergi ke Korea Selatan, namun dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube*nya membuat narasumber dapat merasakan jalan-jalan ke Korea Selatan secara virtual.

Keempat narasumber juga mengatakan bahwa untuk menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit tidak diperlukan pendidikan atau keahlian tertentu, karena Hansol mampu membahas informasi secara ringan, serta disampaikan dengan menggunakan bahasa Indonesia yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa keempat narasumber memiliki pengetahuan dan tidak memiliki kekurangan yang dapat menghambat mereka dalam proses menerima informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog*. Namun walaupun sudah mengikuti, menonton, dan mendapatkan informasi tentang Korea Selatan dari *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, belum ada narasumber yang dapat menjelaskan secara tepat tentang alasan *channel* tersebut dinamakan Korea Reomit. Mereka hanya mampu menjelaskan opini mereka untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Rata-rata narasumber mengatakan bahwa pemilihan nama Korea karena Hansol merupakan orang Korea dan kata reomit memiliki arti yaitu rumit.

Selain itu menurut keempat narasumber perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* berjudul *vlog* pada *channel YouTube* Hansol. Informasi yang disampaikan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol merupakan informasi tentang gambaran kehidupan sehari-hari, dan juga budaya orang Korea Selatan yang

diperlihatkan oleh Hansol melalui *vlognya*. Perbedaan latar belakang, membentuk budaya dan karakter yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu hal. Menurut narasumber, gaya hidup orang Korea belum tentu dapat diterima oleh masyarakat Indonesia, begitu juga sebaliknya. Hal ini karena ada perbedaan norma di Indonesia dan Korea. Walaupun demikian, keempat narasumber tidak merasa kesulitan dalam menerima informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*, mereka juga merasa keberadaan Hansol sangat membantu karena mempermudah mereka dalam mengakses informasi kehidupan sehari-hari di Korea Selatan.

#### ***b. Relations of Productions***

*Relations of productions*, atau hubungan produksi merupakan sebuah konteks dalam *decoding* pesan/ konsumsi makna yang diberikan oleh media. Relasi-relasi dalam *decoding* pesan di sini lebih dilihat dari relasi sosial yang didapatkan oleh khalayak. Relasi tersebut misalnya terjadi di dalam keluarga, di tempat kuliah, di tempat kerja, di masyarakat, di tempat ibadah, dan lain sebagainya. Dalam relasi-relasi tersebut dapat ditemukan wacana lain, baik itu mendukung ataupun bertentangan dengan sebuah teks media (Hall, 2011).

Berdasarkan temuan data yang telah penulis dapatkan dari hasil wawancara keempat narasumber diketahui bahwa target audiens dari *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol adalah orang-orang yang membutuhkan informasi mengenai kehidupan sehari-hari di Korea Selatan. Selain itu, pada lingkungan sekitar narasumber terdapat juga beberapa orang yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Seperti teman gereja Rosiana Mayangsari, teman-teman kerja Mariana Paramitha, adik sepupu Diah Wulandari, teman kuliah

dan ibu dari Emeritha Angandari. Pada bagian ini relasi produksi dapat dilihat dari teman gereja, teman kerja, adik sepupu, teman kuliah dan juga ibu yang merupakan keluarga inti dari narasumber yang juga menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol.

Keberadaan teman-teman dari narasumber yang juga menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol ternyata sedikit banyaknya memberikan pengaruh kepada narasumber untuk terus menonton *playlist* tersebut. Hal ini dibuktikan dengan narasumber yang mengatakan bahwa temannya akan menyinggung untuk menonton *playlist* berjudul vlog tersebut jika ada video baru yang muncul. Walaupun dikelilingi dengan lingkungan yang juga menyukai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, namun belum ada narasumber yang memiliki satu grup khusus yang membahas mengenai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Walaupun tidak memiliki grup khusus, namun narasumber juga terkadang membahas mengenai *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol, pada grup lain yang sudah mereka miliki. Seperti grup K-pop yang terdapat pada *whatsapp*. Pada bagian ini *relations of production* dapat dilihat dari lingkungan sekitar narasumber yang juga mempengaruhi narasumber untuk menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol.

Selain itu, Hansol juga memberikan informasi yang *valid* melalui *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Korea Reomit. Seperti yang dikatakan Diah Wulandari, bahwa Hansol akan mencari dari banyak sumber sebelum memberikan informasi kepada penonton. Rosiana Wulandari juga setuju bahwa Hansol memberikan informasi yang *valid*, walaupun informasi yang diberikan salah menurut

Rosiana, Hansol langsung memberikan pembetulan dalam kolom komentar ataupun deskripsi. Begitu juga dengan Emeritha Angandari yang setuju bahwa Hansol memberikan informasi yang *valid* karena Hansol berdomisili di Korea Selatan, sehingga membuat Hansol lebih mampu memberikan informasi yang baru dan *valid* mengenai perkembangan di Korea Selatan. Mariana Paramitha juga mengatakan hal yang sama, menurut Mariana informasi yang disampaikan Hansol merupakan informasi yang *valid*, karena Mariana melakukan pencocokan informasi dengan cara menonton *youtuber* lain yang juga memberikan informasi yang rata-rata sama. Karena informasi yang disampaikan pada *playlist* tersebut merupakan informasi yang *valid*, semua narasumber merekomendasikan kepada temannya yang ingin mengetahui informasi keseharian di Korea untuk menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol.

Pada bagian ini relasi produksi dapat dilihat dari relasi sosial narasumber, dimana relasi dari keempat narasumber tersebut secara spesifik terjadi di lingkungan keluarga (adik sepupu), lingkungan kerja, lingkungan teman kampus, dan lingkungan gereja yang juga menonton *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Dalam lingkungan ini mereka juga saling mengingatkan untuk menonton vlog terbaru dalam *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube* Hansol. Keempat narasumber mengetahui bahwa informasi yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul vlog pada *channel youtube*nya merupakan informasi yang *valid*, maka keempat narasumber setuju dan mendukung isi dari *playlist* tersebut dan juga merekomendasikannya kepada orang lain yang juga membutuhkan informasi tentang kehidupan orang di Korea Selatan.

### *c. Technical Infrastructure*

*Technical infrastructure* atau infrastruktur teknis dapat diibaratkan sebagai prasarana teknis yang mendukung *decoding* penonton serta membangun pemahaman dalam mengonsumsi pesan yang ada. Prasarana ini dapat berupa konteks ruang (rumah, kampus, *café*, pasar), waktu, media, maupun hal-hal teknis lainnya yang dapat menunjang dalam konsumsi makna atas sebuah pesan pada suatu media (Hall, 2011). Berdasarkan penemuan data yang telah penulis dapatkandari hasil wawancara keempat narasumber, diketahui bahwa *technical infrastructure* narasumber terjadi pada konteks media, media sosial, ruang, dan jugawaktu.

*Technical infrastructure* pada bagian ini dilihat dari konteks media dan media sosial. Berdasarkan temuan data yang telah penulis dapatkan dari hasil wawancara, diketahui bahwa keempat narasumber merupakan pengguna media sosial yang aktif. Satu dari empat narasumber hanya menggunakan *handphone* untuk mengakses media sosial. Namun salah satu narasumber, yaitu Rosiana Mayangsari mengakses media sosial menggunakan media yang lebih banyak dari narasumber lain, media tersebut adalah: *handphone*, *tablet*, dan juga *laptop*. Rata-rata media sosial yang mereka gunakan adalah *youtube*, *instagram*, *whatsapp*, *tiktok*, *telegram*, *facebook*, *twitter*, dan *line*. Pada *youtube*, informasi disampaikan melalui *vlog* (*video blog*), namun *vlog* tidak hanya terdapat pada *youtube*. Salah satu narasumber yaitu Emeritha Angandari, mengatakan bahwa menonton *vlog* pada *Instagram*.



Media sosial merupakan prasarana teknis atau alat-alat yang mendukung proses penerimaan pesan narasumber serta membangun pemahaman dalam mengonsumsi pesan pada (*playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol). Berdasarkan hasil wawancara, media sosial yang digunakan dalam penelitian ini secara spesifik adalah *youtube* dan *whatsapp*. *Youtube* digunakan sebagai sarana untuk menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dan *whatsapp* digunakan sebagai media untuk bertukar informasi terkait *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Selain itu, *youtube* dan *whatsapp* sebagai media sosial dan sarana untuk memperoleh informasi tentang *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol juga bersifat sangat fleksibel, karena bisa diakses dimanapun dan kapanpun.

Walaupun demikian, keempat narasumber lebih suka untuk menonton *youtube* sebagai sarana memperoleh informasi, karena jika dibandingkan dengan media sosial lain, *youtube* mampu memberikan berbagai informasi dalam bentuk video yang berdurasi lebih lama. Menurut narasumber konten yang disajikan pada *youtube* sangat beragam dan lengkap, serta penyajian informasinya berupa video yang memudahkan penontonnya untuk mengerti informasi yang disampaikan. Selain itu dengan menggunakan *youtube*, penonton dapat memperoleh keunggulan yang tidak dimiliki oleh media sosial lain, diantaranya: dapat mencocokkan resolusi video yang diinginkan, mendapatkan informasi tentang video yang sedang *trending*, mendapatkan referensi dari *youtube* untuk menonton *channel* serupa dengan yang sering ditonton (*subscription to preferred channels*), dapat menyimpan video (*saved videos*), membuat *playlist* yang diinginkan (*custom playlist*), dapat melakukan



*premiere* dan *pra premiere*, dapat memberikan komentar secara spesifik pada bagian *vlog* yang diinginkan, dapat memajukan dan memundurkan video yang ingin ditonton dengan mudah, serta dapat membuat daftar video yang akan ditonton (*watch later*).

Begitu juga dengan *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol yang menurut narasumber memudahkan narasumber untuk mengetahui informasi mengenai kehidupan orang Korea karena ditampilkan melalui *vlog* (*video blog*). Rata-rata konten *vlog* yang disukai oleh keempat narasumber adalah informasi tentang kehidupan sehari-hari orang Korea. Korea Reomit merupakan salah satu *channel youtube* yang memberikan berbagai informasi mengenai Korea Selatan khususnya pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Keempat narasumber rata-rata menemukan *channel youtube* Hansol pada *home youtube*nya. Keempat narasumber juga mengikuti perkembangan *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dan telah *subscribe channel* tersebut minimal selama satu tahun.

Keempat narasumber memiliki tempat yang beragam dalam mengakses media sosial tersebut, tempat narasumber dalam mengakses media sosial tersebut merupakan *technical infrastructure* pada bagian ruang. Tempat tersebut diantaranya: rumah, tempat kerja, gereja, café, maupun saat *hangout* dengan teman-teman. *Technical infrastructure* pada bagian ini dilihat pada konteks waktu. *Technical infrastructure* pada bagian ini dapat dilihat pada bagian durasi atau waktu yang digunakan untuk menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Durasi atau waktu tersingkat narasumber untuk menonton *vlog* tersebut

adalah kira-kira 1 jam per hari, sedangkan untuk durasi terlama adalah kira-kira 3 jam per hari.

#### **d. Posisi audiens pada *Playlist* berjudul *Vlog* pada *Channel Youtube Korea Reomit***

Setelah melakukan proses *decoding* atas informasi yang terdapat dalam *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dimana proses *encoding* dan *decoding* sama-sama dibentuk dari tiga hal yaitu: *frameworks of knowledge*, *relations of productions*, dan *technical infrastructure*, seperti yang telah dijelaskan pada point sebelumnya. Maka akan di ketahui bagaimana posisi narasumber tentang *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Menurut Stuart Hall (2011) terdapat tiga posisi narasumber, yaitu: narasumber menyetujui isi pesan yang disampaikan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol (*dominant hegemonic position*), narasumber tidak menyetujui isi pesan yang disampaikan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol (*oppositional position*), atau narasumber memiliki pendapat lain terhadap pesan yang disampaikan *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol (*negotiated position*) (Morissan, 2013). Berdasarkan hasil analisis terhadap keempat narasumber, diketahui bahwa proses resepsi audiens dalam *playlist* ini dapat terjadi karena melalui beberapa tahapan. Pesan yang disampaikan Hansol melalui *vlog* pada *playlistnya* tidak begitu saja diterima oleh keempat narasumber.

Pertama, proses *encoding* (pembuatan pesan) telah dilakukan oleh Hansol. Proses *encoding* tersebut telah dituangkan Hansol melalui *playlistnya* yang berjudul *vlog*, yang terkhusus membahas mengenai berbagai kegiatan sehari-hari Hansol di

Korea Selatan. Hal ini juga tidak terlepas dari *hype* Korea Selatan yang sedang booming di Indonesia, dan juga momen yang pas karena Hansol sebagai *encoder* (pembuat pesan) dimana Hansol berasal dari Korea Selatan dan mampu memberikan berbagai informasi tentang Korea Selatan yang sedang *hype* saat ini menggunakan bahasa Indonesia, dan dituangkan melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel* *youtubanya*.

Kedua, *playlist* tersebut di *decoding* (penerjemahan pesan) oleh keempat narasumber yang merupakan orang-orang yang tertarik dengan informasi tentang Korea Selatan, yang merupakan *subscriber* dari *youtube* Hansol, dan penonton *playlist* berjudul *vlog*. Proses *encoding* dan *decoding* dapat terbentuk karena keempat narasumber dan Hansol memiliki *frameworks of knowledge, relations of productions*, dan *technical infrastrukturenya* masing-masing tentang berbagai informasi yang terkait dengan Korea Selatan.

Ketiga, proses *decoding* (penerjemahan pesan) tidak terjadi secara sederhana, proses tersebut dapat terjadi karena adanya pengaruh lingkungan, pengetahuan, dan pengalaman pada setiap narasumber dalam menentukan pilihan. Proses *encoding* (pembuatan pesan) yang telah dilakukan Hansol dan dituangkan melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel* *yotubanya* dan proses *decoding* (penerjemahan pesan) yang dilakukan keempat narasumber, bisa jadi tidak simetris. Artinya sedang terjadi kesalahpahaman penerimaan, dan hal ini bersifat wajar. Hal ini dikarenakan Hansol sebagai pembuat pesan dan keempat narasumber sebagai penerima pesan, memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda. Hansol sebagai *encoder* (pembuat pesan) tentunya menginginkan bahwa keempat

narasumber sebagai *decoder* (penerima pesan) mampu menangkap informasi yang sesuai dengan apa yang Hansol sampaikan pada *playlist* dalam *vlog*nya. Namun hal ini tidak selalu bisa terjadi, karena setiap narasumber memiliki latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman yang berbeda-beda dalam proses menerima dan menerjemahkan informasi yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube*nya.

Terakhir, perbedaan latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman pada keempat narasumber, membuat narasumber menerima pesan yang disampaikan Hansol secara berbeda-beda. Semakin banyak persamaan dalam hal latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman antara narasumber (*decoder*) dan *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol (*encoder*) maka semakin besar kemungkinan bahwa narasumber ada pada posisi dominan. Pada bagaian ini akan terlihat bagaimana posisi *audiens* pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Narasumber bisa berada pada posisi dominan (*dominat hegemonic position*), jika menerima isi pesan yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol tanpa ada penolakan, bisa berada pada posisi oposisi (*oppositional position*) jika menolak dan tidak menerima isi pesan yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, ataupun berada pada posisi negosiasi (*negotiated position*) dimana pada posisi ini narasumber tidak menerima pesan secara utuh, namun melakukan modifikasi terhadap isi pesan yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa rata-rata keempat narasumber setuju dengan informasi yang disampaikan Hansol tentang Korea

Selatan, melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Secara garis besar menurut keempat narasumber, informasi yang disampaikan Hansol bermanfaat serta memudahkan orang Indonesia untuk mengetahui kegiatan, informasi, maupun budaya orang Korea Selatan tanpa harus pergi langsung ke Korea Selatan. Selain itu, *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol juga membuat orang dapat merasakan pengalaman jalan-jalan ke Korea Secara virtual.

Selain itu, tiga narasumber yaitu: Emerita Angandari, Rosiana Mayangsari, dan Mariana Paramita juga percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit. Mereka rata-rata mengatakan percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Korea Reomit karena informasinya teruji kebenarannya, dan Hansol juga mau memberikan perbaikan jika memberikan informasi yang salah. Walaupun percaya dengan kebenarannya, namun salah satu narasumber yakni Emeritha Angandari pernah merasa bosan sudut pandang yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog*. Hal ini bukan karena kontennya sudah tidak menarik lagi. Tapi sebagai seorang yang menikmati *youtube* kadangkala Emeritha merasa bosan, dan beristirahat beberapa saat untuk menonton Hansol, namun akan tetap kembali untuk menonton *playlist* berjudul *vlog* itu kembali.

Walaupun Diah Wulandari, juga mempercayai informasi yang disampaikan Hansol, namun Diah akan tetap melakukan pencarian data lain untuk memastikan tentang kebenaran informasi yang disampaikan oleh Hansol. Diah Wulandari juga mengatakan bahwa tidak semua informasi yang disampaikan pada *playlist* berjudul

*vlog* pada *channel youtube* Hansol merupakan informasi yang seru. Hal ini dikarenakan Diah kurang suka saat Hansol mengupload informasi yang terlalu pribadi tentang dirinya pada *playlist* tersebut. Sedangkan yang Diah harapkan dalam *playlist* tersebut adalah mendapatkan informasi tentang Korea Selatan.

Berdasarkan hasil temuan data, maka dapat diketahui posisi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol pada keempat narasumber berada pada dua posisi, yaitu *dominat hegemonic position* dan *negotiated position*. Rosiana Mayangsari, dan Mariana Paramitha berada pada *dominat hegemonic position*. Artinya bahwa Rosiana dan Mariana memiliki lebih banyak persamaan dalam hal latar belakang pengetahuan, relasi, dan pengalaman dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlistnya* yang berjudul *vlog*. Kedua narasumber paham bahwa informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlistnya* yang berjudul *vlog* merupakan semua informasi yang benar, dan terpercaya tentang beragam kegiatan sehari-hari yang dilakukan Hansol di Korea Selatan. Hal ini juga dibuktikan dengan ketiga narasumber tersebut yang setuju dengan semua informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlistnya* yang berjudul *vlog*. Sedangkan dua narasumber, yaitu Diah Wulandari dan Emeritha Angandari berada pada *negotiated position*. Emeritha Angandari percaya dengan informasi yang disampaikan oleh Hansol, namun juga sebagai penikmat *youtube* pernah merasa bosan dan beristirahat sejenak untuk menonton Hansol. Sedangkan Diah Wulandari juga mempercayai apa yang disampaikan oleh Hansol, namun tetap melakukan proses pencarian data lain untuk memastikan bahwa informasi yang Diah Wulandari

dapatkan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol merupakan informasi yang benar.





## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Pada bab ini peneliti akan memaparkan kesimpulan dan saran dari penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini digunakan dalam rangka menjawab rumusan masalah terkait resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Resepsi audiens pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol tidak terjadi begitu saja. Resepsi audiens muncul karena keempat narasumber yang berperan sebagai audiens dalam penelitian ini, memiliki pemaknaan yang cukup beragam atas pesan yang terkandung dalam *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol, dimana pemaknaan tersebut didasarkan dari latar belakang masing-masing narasumber. Berdasarkan hasil dari analisis data, dapat diketahui bahwa latar belakang pengetahuan, budaya, dan juga pergaulan narasumber membuat narasumber memiliki penafsiran yang berbeda-beda. Pada posisi *decoding*, peneliti mengidentifikasi keempat narasumber berdasarkan tiga posisi audiens menurut Stuart Hall (2011) yaitu: *dominat hegemonic position*, *oppositional position* dan *negotiated position*.

Berdasarkan hasil analisis terhadap keempat narasumber, diketahui bahwa dua narasumber berada pada *dominat hegemonic position* dan dua narasumber berda pada *negotiated position*. Keempat narasumber paham bahwa yang disampaikan Hansol melalui *playlistnya* yang berjudul *vlog* merupakan informasi yang benar. Namun dua dari empat narasumber tersebut yang berada pada



*negotiated position*, memiliki pendapat lain terkait informasi yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Satu narasumber yang berada pada *negotiated position* percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol, namun tetap mencari informasi lain untuk meyakinkan kebenaran informasi tersebut. Selain itu narasumber ini juga menganggap bahwa tidak semua informasi yang disampaikan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol merupakan informasi yang seru. Hal ini dikarenakan narasumber tersebut kurang suka saat Hansol mengupload informasi yang terlalu pribadi tentang dirinya pada *playlist* tersebut, sedangkan yang diharapkan narasumber dalam *playlist* tersebut adalah mendapatkan informasi tentang Korea Selatan. Satu narasumber lagi yang berada pada *negotiated position* juga mempercayai informasi-informasi yang disampaikan oleh Hansol tentang Korea Selatan melalui *playlist* berjudul *vlog*, namun juga sebagai penikmat *youtube* pernah merasa bosan dan beristirahat sejenak untuk menonton Hansol, dan akan kembali lagi untuk menonton *playlist* tersebut dalam beberapa hari kedepan. Berbeda dengan dua narasumber yang berada pada *oriented position* yang percaya, menyukai, tidak bosan, dan setuju dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube*nya.

## **4.2 Saran**

### **a. Saran Akademis**

Penelitian ini merupakan salah satu bentuk penelitian tentang resepsi yang dilakukan pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol. Dengan demikian, peneliti memiliki saran kepada penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian tentang resepsi audiens milik Stuart Hall, pada berbagai media sosial yang ada selain *Youtube*. Selain itu penelitian berikutnya disarankan untuk lebih mendalami karakteristik informan sebagai audiens yang dipilih dalam penelitian. Karena karakteristik informan tersebut nantinya akan berpengaruh pada media sosial yang disukai.

### **b. Saran Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada siapapun yang berencana atau sudah menggunakan *youtube* sebagai sarana penyampaian pesan kepada *audiens*. Bukan hanya untuk *youtuber*, tetapi untuk siapapun yang berencana untuk masuk ke dalam bidang media sosial sebagai profesi, supaya mulai lebih sadar untuk mengumpulkan data tentang audiens.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. (2018), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Cv Jejak
- Apji. (2019). *Laporan Survey Internet APJII 2019- 2020 (Q2)*.  
<https://apjii.or.id/survei2019x/kirimlink>
- Atohani, L. (2019). *YouTuber Korea ini fasih berbahasa Indonesia*. Idntimes.com.  
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/luthfiana-athohani/7-youtuber-korea- ini-fasih-berbahasa-indonesia-c1c2/full>
- Awadiyah, R. (2019). *Fesyen, Makanan, dan music K-Pop terpopuler di Indonesia*. *Beritagar.id*. <https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/fesyen-makanan-dan-musik-k- pop-terpopuler-di-indonesia>
- Baran, S. J. (2003). *Mass Communication Theory; Foundations, Ferment, and Future, 3<sup>rd</sup> edition*. Belmon, CA: Thomson.
- Edi, F. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: PT Leutika Nouvalitera.
- Purnamasari, N. (2017). *Tentang Vlog, Tren Kekinian yang Sedang Menjamur*.  
<https://news.detik.com/berita/d-3549754/tentang-vlog-tren-kekinian-yang-sedang-menjamur>
- Hansol, J. (2014). YouTube.  
<https://www.youtube.com/channel/UCXkRFUruW9lg4hEBILMVkPQ/videos>.
- Fadillah, T. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Café Papistar Melalui Media Sosial Instagram*. Sarjana Ilmu Komunikasi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/1112/>
- Halim, R. (2016). *Resepsi Aktif Audiens Media Sosial Youtube (Studi kasus terhadap audiens tayangan video youtube Reza “Arap” Oktavian)*. Bachelor thesis thesis. Universitas Multimedia Nusantara. <http://kc.umn.ac.id/355/>
- Indozone. (2020). *5 Negara dengan Penggemar Kpop Terbanyak*.  
[www.indozone.id/music/zosYeYY/5-negara-dengan-penggemar-k-pop-terbanyak-indonesia](http://www.indozone.id/music/zosYeYY/5-negara-dengan-penggemar-k-pop-terbanyak-indonesia)

- Jiwandoro, H. P. (2015). *Analisis Resepsi Pemain Terhadap Serial Video Game Grand Theft Auto*. University of Leicester. *Jurnal Studi Pemuda* Vol 4 No 1 hlm 213.
- Moleong, J. (2006). *Metodologi Penelitaia Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tim Redaksi. (2019). *Korea menyambut 17.25 juta wisatawan asal Indonesia*. <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-menyambut-wisatawan-ke-1725-juta-wisatawan-asal-indonesia>
- Littlejohn, S W., Karen, A. F. (2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maruta, A. S. (2018). *Analisis Respsi Audiens Terhadap Personal Branding Gita Savitri dalam Youtube Channel Gita Savitri*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5037/>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, U. (2017). *Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com*. Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Komunikasi Global*, Volume 6, No 1 hlm 74.
- Nugroho, S. (2012). *Hallyu dan Indonesia*. Universitas Gajah Mada.
- Nurfitri, A. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. <http://eprints.untirta.ac.id/1112/>
- Orenzi. (2019). *Statistik Pengguna Digital dan Internet Indonesia 2019*. <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019>.
- Pramoesiwi, H. (2016). Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Pemerintah dan Film Dokumenter. (Studi Kualitatif Pemaknaan Pejabat Pemerintah Kota*

Yogyakarta atas Film Dokumenter “Belakang Hotel”). <http://e-journal.uajy.ac.id/9467/>

- Purnama, H. (2011). Universitas Mercu Buana. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication.*
- Rahmat, P. S. (2009). Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Penelitian Kualitatif. *Jurnal Equilibrium: Vol. 5, No. 9 hlm 2.*
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membangun Authentic Personal Branding.* Jakarta: Penerbit PPM.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Susanti, E. D. (2019, Juni). *Pemanfaatan Vlog dalam Pembelajaran Sejarah untuk Generasi Pro Gaged.* Universitas Negeri Malang. <http://journal2.um.ac.id/index.php/sejarah-danbudaya/article/download/7571/3993>
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian,* Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Tim Redaksi. (2019). *YouTube, Medsos no 1 di Indonesia.* Katadata.com. <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>

## Lampiran 1

### Pedoman Wawancara

#### **Pertanyaan untuk semua Informan**

##### **I. Media Sosial**

1. Apakah anda pengguna media sosial? Mohon jelaskan media sosial apa saja yang anda miliki dan alasan anda menggunakan media sosial tersebut.
2. Apakah anda menggunakan *YouTube*? Seberapa sering anda menggunakan *YouTube*? Apakah menurut anda *YouTube* itu menarik? Menurut anda apakah kelebihan *YouTube* dibanding media sosial yang lainnya? Mohon jelaskan jawaban anda.

##### **II. Konten Vlog**

1. Apakah anda tahu siapa yang pertama kali membuat tren *vlog booming*? Dibandingkan dengan media lain, menurut anda apakah *vlog* mempermudah dalam penyampaian informasi? Mohon jelaskan jawaban anda.
2. Biasanya dimanakah anda melihat *vlog*? Dan *vlog* dengan konten apakah yang paling sering anda tonton?
3. Menurut anda bagaimana kriteria *vlog* yang baik? Mohon jelaskan.

##### **III. Playlist berjudul Vlog pada channel Korea Reomit milik Hansol**

1. Apakah anda mengetahui dan pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah anda *subscribe channel* tersebut, dan sejak kapan kira-kira? Serta darimana anda mengetahui *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.
2. Apakah anda tahu mengapa *channel YouTube* tersebut bernama Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

3. Menurut anda bagaimana *opening* dari *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.
4. Apakah tujuan anda menonton *channel YouTube* Korea Reomit? Serta informasi apa saja yang anda dapatkan dari channel tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.
5. Apakah anda mengetahui bahwa pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol terdapat *playlist* dengan judul vlog? Apakah anda pernah menonton *playlist* tersebut? Jika pernah, apa yang membuat anda menonton *playlist* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.
6. Seberapa sering anda menonton *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol?

#### IV. Resepsi Audiens

1. Menurut anda informasi apa saja yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.
2. Menurut anda bagaimana isi dari *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah isinya bermanfaat, positif, dan informatif? Jika iya, informasi apa saja yang telah anda peroleh namun jika tidak, mohon jelaskan jawaban anda.
3. Menurut anda bagaimanakah *engagement* Hansol dengan *audiens* pada *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.
4. Apakah setelah mengetahui *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol anda rutin menonton vlog tersebut? Mengapa demikian? Jelaskan jawaban anda.
5. Apakah menurut anda Hansol memberikan informasi yang benar mengenai Korea? Mohon jelaskan buktinya.
6. Apakah menurut anda perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* dengan judul



*vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mengapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

7. Apakah anda merekomendasikan *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol kepada teman-teman yang ingin mengetahui informasi mengenai Korea? Mengapa?
8. Menurut anda apakah yang menarik dari Hansol dibandingkan *Youtuber* lain? Mohon jelaskan alasan anda.
9. Apakah menurut anda Hansol merupakan *Youtuber* yang *up to date*? Mohon jelaskan jawaban anda.
10. Menurut anda siapakah target *audiens* dari konten *vlog* Korea Reomit? Mohon jelaskan.
11. Apakah anda terbantu dengan keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea? Mohon jelaskan beserta buktinya.
12. Apakah anda percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.
13. Apakah anda setuju, tidak setuju atau memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*? Mohon jelaskan jawaban anda.
14. Apakah menurut anda semua *playlist* pada *vlog* Hansol merupakan *vlog* yang seru atau ada yang membosankan? Mohon jelaskan jawaban anda.
15. Apakah menurut anda Hansol hanya memberikan informasi yang bagus-bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channelnya*?
16. Apakah anda pernah merasa bosan dengan sudut pandang Hansol yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtubanya*? Jika iya kenapa demikian? Jika tidak, kenapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

**V. Frameworks of Knowledge**

1. Apakah anda merasa kesulitan dalam menangkap pesan yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog*?
2. Apakah anda merasa memiliki perbedaan kognitif dengan Hansol, sehingga merasa kesulitan memahami konten atau sebaliknya konten yang ada cenderung dianggap terlalu mudah bagi anda?

**VI. Relation of Productions**

1. Apakah di lingkungan anda ada yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?
2. Apakah anda memiliki grup atau tergabung dalam grup yang membahas mengenai *channel youtube* Hansol?
3. Apakah lingkungan anda saat ini mempengaruhi anda untuk tetap menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

**VII. Technical Infrastructure**

1. Dimana biasanya anda menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol? Dan berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu untuk menonton?
2. Alat apa yang anda gunakan untuk mengakses informasi yang terdapat di *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara

Narasumber : Mariana Paramitha, SH  
Umur : 23 tahun  
Pekerjaan : Bidang Pemerintahan NTT  
Domisili : NTT  
Wawancara pada : 3 Mei 2021  
Via : Zoom

### Keterangan

P : Penulis  
N : Narasumber

P : Menurut anda informasi apa saja yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya informasi yang dibagikan itu situasi di Korea, lebih ke *lifestyle* orang Korea, dan tempat-tempat yang ada di Korea.

P : Menurut anda bagaimana isi dari *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah isinya bermanfaat, positif, dan informatif? Jika iya, informasi apa saja yang telah anda peroleh namun jika tidak, mohon jelaskan jawaban anda.

N : Bermanfaat dan juga informatif. Saya jadi tahu tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan orang Korea, daerah-daerah di Korea, bagaimana sopan santun orang Korea, cara berdialog, dan ternyata di Korea lebih banyak orang yang berjalan kaki.

P : Menurut anda bagaimanakah *engagement* Hansol dengan audiens pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya *engagementnya* sangat baik. Karena Hansol sering membuat video berdasarkan permintaan audiens yang ditulis pada kolom komentar youtubanya.

P : Apakah setelah mengetahui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol anda rutin menonton *vlog* tersebut? Mengapa demikian? Jelaskan jawaban anda.

N : Ya, karena saya suka menonton *vlog* keseharian yang membuat saya banyak tahu tentang keseharian dan kebiasaan orang-orang di Korea.

P : Apakah menurut anda Hansol memberikan informasi yang benar mengenai Korea? Mohon jelaskan buktinya.

N : Ya, karena *channel-channel* orang yg di Korea lainnya yang saya tonton informasinya sama dengan Hansol. Seperti Sunnydahye, Hanyoora, Amelia, Edward, Leedonghae. Tapi saya tetap lebih suka menonton Hansol karena isi *vlognya* lebih jelas.

P : Apakah menurut anda perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mengapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya, karena menurut saya latar belakang dan pengetahuan seseorang mempengaruhi cara berfikir dan ketertarikan seseorang terhadap suatu hal. Seperti saya yang lebih suka menonton *vlog* keseharian di *youtube* Hansol dari pada yang lainnya.

P : Apakah anda merekomendasikan *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol kepada teman-teman yang ingin mengetahui informasi mengenai Korea? Mengapa?

N : Ya saya beberapa kali menyarankan teman nonton *channel* Hansol, karena Hansol detail memberikan informasi tentang Korea.

P : Menurut anda apakah yang menarik dari Hansol dibandingkan *YouTuber* lain? Mohon jelaskan alasan anda.

N : Pertama karena dia ganteng. Kedua karena berbahasa Indonesia jadi lebih mudah dimengerti. Ketiga cara berbicaranya santai tidak kaku.

P : Apakah menurut anda Hansol merupakan *YouTuber* yang *up to date*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya, karena konten-kontennya selalu mengikuti situasi terkini, misalnya seperti kasus-kasus yang terjadi di Indonesia ataupun Korea.

P : Menurut anda siapakah *target audiens* dari konten *vlog* Korea Reomit? Mohon jelaskan.

N : *Kpopers* Indonesia, karena Hansol banyak menjelaskan keadaan di Korea menggunakan bahasa Indonesia.

P : Apakah anda terbantu dengan keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea? Mohon jelaskan beserta buktinya.

N : Ya, karena fasih berbahasa Indonesia jadi informasinya lebih mudah dimengerti dan di bandingkan dengan situasi di Indonesia.

P : Apakah anda percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda!

N : Percaya, karena sumber informasinya jelas. Orang ataupun tempatnya *real*.

P : Apakah anda setuju, tidak setuju atau memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Setuju, apa yang disampaikan Hansol nyata dan apa adanya.

P : Apakah menurut anda semua isi dari berjudul *vlog* milik Hansol merupakan *vlog* yang seru atau ada yang membosankan? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya semua isinya seru karna banyak variasi konten dalam satu *playlist*, khususnya gambaran tentang kehidupan sehari-harinya di Korea Selatan.

P : Apakah menurut anda Hansol hanya memberikan informasi yang bagus-bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channelnya*?

N : Tidak, Hansol memberikan informasi sesuai fakta dan keadaan yg sebenarnya baik positif maupun negatif.

P : Apakah anda pernah merasa bosan dengan sudut pandang Hansol yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtubnya*? Jika iya kenapa demikian? Jika tidak, kenapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Tidak, karena walaupun terdapat pada satu *playlist* yang berjudul *vlog*, tapi video yang ditampilkan memiliki beragam variasi tentang gambaran kehidupan sehari-hari di Korea sehingga saya rasa tidak membosankan.

P : Apakah anda pengguna media sosial? Mohon jelaskan media sosialapa saja yang anda miliki dan alasan anda menggunakan media sosial tersebut.

N : Ya, *fb, twitter,instagram* dan *youtube*. Alasan menggunakan media tersebut ya untuk hiburan.

P : Apakah anda menggunakan *YouTube*? Seberapa sering anda menggunakan *YouTube*?. Apakah menurut anda *YouTube* itu menarik?

N : Ya, sering setiap hari. Ya, konten youtube memiliki durasi video lebih panjang dibandingkan dengan *platform* lain sehingga video tidak terpotong-potong dan lebih puas dalam menonton

P : Apakah anda tahu siapa yang pertama kali membuat *tren vlog booming*? Dibandingkan dengan media lain, menurut anda apakah *vlog* mempermudah dalam penyampaian informasi? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Jujur gaktau hehe. Ya mempermudah karena dibandingkan media lain, *vlog* membuat informasi lebih padat dan mudah dimengerti.

P : Biasanya dimanakah anda melihat vlog? Dan vlog dengan konten apakah yang paling sering anda tonton?.

N : Liat *vlog* di *youtube* tentunya. Konten paling sering tentang keseharian, jalan-jalan, *traveling*.

P : Menurut anda bagaimana kriteria *vlog* yang baik? Mohon jelaskan.N : Porsi antara *frame* untuk diri sendiri dan lingkungan sekitar atau objek yang di videokan sama rata, gak lebih banyak muka vloger atau objeknya mulu yang diliatin, porsi antara *backsound* dan narasi juga harusseimbang, dan *vlog* juga harus memiliki batas-batas mana yang bisa diperlihatkan mana yang tidak.



P : Apakah anda mengetahui dan pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah anda mensubscribe *channel* tersebut, dan sejak kapan kira-kira? Serta darimana anda mengetahui *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Pernah, bahkan sering menonton Korea Reomit. *Subscribe* sejak 2018 atau 2019, lewat di *home youtube* waktu itu.

P : Apakah anda tahu mengapa *channel YouTube* tersebut bernama Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Kalau gak salah, karena dia org Korea tapi besar di Indonesia sekolah di Malang kalo gak salah terus biar nama *channelnya* ada unsur Korea Indonesia jadi dinamain Korea Reomit.

P : Menurut anda bagaimana *opening* dari *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Pembukannya unik, dan lucu. Menjadi ciri khas dari Hansol.

P : Apakah tujuan anda menonton *channel YouTube* Korea Reomit? Serta informasi apa saja yang anda dapatkan dari *channel* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Awalnya kepo karena orang Korea tapi medok banget. Terus makin kesini kontennya makin berbobot jadi ngikutin terus. Mulai dari kegiatan dan kebiasaan yang dilakukan orang Korea, budaya Korea, kasus-kasus yg terjadi di Korea, sampai informasi seputar K-pop. Karena kebetulan saya juga K-Popers sejak jaman SMA.

P : Apakah anda mengetahui bahwa pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol terdapat *playlist* dengan judul vlog? Apakah anda pernah menonton *playlist* tersebut? Jika pernah, apa yang membuat anda menonton *playlist* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Tahu. Pernah menonton yang Hansol mau potong rambut, terus yang main di *playground*, terus ada banyak yang lain lagi tapi lupa judul kontennya. Nonton *playlist* itu kembali lagi karena saya pengen tau kegiatan keseharian di Korea seperti apa.

P : Seberapa sering anda menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol?

N : Nonton hampir setiap ada video baru dari Hansol.

P : Apakah anda merasa kesulitan dalam menangkap pesan yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog*?

N : Tidak, karena penyampaian pesan yang disampaikan oleh Hansol cukup jelas dan penjelasannya terperinci sehingga mudah untuk dipahami.

P : Apakah anda merasa memiliki perbedaan kognitif dengan Hansol, sehingga merasa kesulitan memahami konten atau sebaliknya konten yang ada cenderung dianggap terlalu mudah bagi anda?

N : Kognitif setiap orang sih pasti beda-beda ya. Sejauh ini saya ga merasa kesulitan sih untuk menangkap informasi yang disampaikan Hansol. Karena kata-kata Hansol ringan mudah dimengerti

P : Apakah di lingkungan anda ada yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ada teman-teman kerja saya juga menonton *vlog* Hansol, namun hanya beberapa yang suka menonton *playlist* berjudul *vlog*

P : Apakah anda memiliki grup atau tergabung dalam grup yang membahas mengenai *channel youtube* Hansol?

N : Kalo grup khusus gakada, tapi di beberapa grup sering bahas *vlog* Hansol

P : Apakah lingkungan anda saat ini mempengaruhi anda untuk tetap menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ya, karena teman-teman saya sangat sering membahas *vlog* Hansol

P : Dimana biasanya anda menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* hansol? Dan berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu untuk menonton?

N : Biasanya saya menonton dimana saja, bisa di rumah, saat bersama-sama atau berkumpul dengan teman-teman jadi bisa langsung di bahas. Biasanya sampai 2 jam dalam sekali menonton.

P : Alat apa yang anda gunakan untuk mengakses informasi yang terdapat di *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Hp dan laptop.

### Lampiran 3

#### **Transkrip Wawancara**

Narasumber : Diah Wulandari  
Umur : 22 tahun  
Pekerjaan : Fisioterapis  
Domisili : Bali  
Wawancara pada : 30 April 2021  
Via : Zoom

#### **Keterangan**

P : Penulis  
N : Narasumber

P : Menurut anda informasi apa saja yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.

N : Informasi tentang Korea. Kebanyakan tentang kehidupan sehari-hari Hansol di Korea dan *vlog* jalan-jalan bersama keluarganya.

P : Menurut anda bagaimana isi dari *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah isinya bermanfaat, positif, dan informatif? Jika iya, informasi apa saja yang telah anda peroleh namun jika tidak, mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya isinya positif mudah dipahami, lengkap, dan informatif. Informasi tentang kehidupan di Korea dan perkembangannya.

P : Menurut anda bagaimanakah *engagement* Hansol dengan audiens pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Sangat baik. Karena Hansol mau membuat konten dari permintaan *audiens*. Salah satunya konten detektif yang membuat Hansol tidak mendapatkan *adsense* tapi konten tersebut tetap dibuat karena permintaan dari *audiens*.

P : Apakah setelah mengetahui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol anda rutin menonton *vlog* tersebut? Mengapa demikian? Jelaskan jawaban anda.

N : Ya, lumayan. Karena menurut saya isinya mencakup banyak kegiatan yang terjadi di Korea.

P : Apakah menurut anda Hansol memberikan informasi yang benar mengenai Korea? Mohon jelaskan buktinya.

N : Ya. Sepengetahuan saya, jika Hansol ingin membuat konten atau informasi mengenai suatu hal ia akan mencari dari banyak sumber dahulu sebelum menceritakannya kepada para penonton. Jadi menurut saya informasi yang disampaikan Hansol merupakan informasi yang benar.

P : Apakah menurut anda perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mengapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya perbedaan *interest* lebih dominan dibandingkan dengan perbedaan pengetahuan. Kalo orang lebih *interest* tentang kehidupan sehari-hari Hansol, pasti lebih suka nonton *playlist vlog*. Tapi kalau lebih suka tentang detektif pasti lebih banyak nonton detektif reomit.

P : Apakah anda merekomendasikan *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol kepada teman-teman yang ingin mengetahui informasi mengenai Korea? Mengapa?

N : Ya, karena hanya menonton *channel* Korea Reomit bisa mendapatkan banyak sekali informasi tentang Korea dari berbagai sudut.

P : Menurut anda apakah yang menarik dari Hansol dibandingkan *YouTuber* lain? Mohon jelaskan alasan anda.

N : Penjelasan yang diberikan oleh Hansol cukup menarik dan mudah untuk orang pahami sehingga bisa menarik banyak penonton. Konten yang dibuat Hansol juga menarik.

P : Apakah menurut anda Hansol merupakan *YouTuber* yang *up to date*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya, menurut saya Hansol sangat *up to date* bahkan berita atau informasi yg belum diberitakan banyak di media sudah diangkat menjadi konten oleh Hansol. Salah satunya berita tentang abk WNI yg di buang di laut Korea, belum banyak yg menyiarkan berita tentang itu namun Hansol sudah mendapatkan beberapa sumber dan membuatnya menjadi konten sehingga informasi ini menjadi lebih tersebar luas hingga Indonesia.

P : Menurut anda siapakah *target audiens* dari konten *vlog* Korea Reomit? Mohon jelaskan.

N : Bisa ditonton oleh remaja hingga orang tua, karena tak hanya tentang dunia per *Kpopan* saja tapi banyak informasi lain yang Hansol angkat menjadi konten.

P : Apakah anda terbantu dengan keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea? Mohon jelaskan beserta buktinya.

N : Iya, sangat terbantu. Bisa memberikan informasi dengan mudah dan mudah dimengerti karena Hansol fasih berbahasa Indonesia.

P : Apakah anda percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda!

N : Saya mempercayai beberapa diantaranya, namun tidak semua informasi saya serap. Hanya beberapa yang saya butuhkan kemudian saya konfirmasi pula dengan beberapa konten dari *youtuber* lain untuk meyakinkan diri saya sendiri.

P : Apakah anda setuju, tidak setuju atau memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Setuju. Banyak informasi yg disampaikan oleh Hansol kontennya dirangkum dari banyak sumber dan berdasarkan sumber pula. Tidak semata mata hanya ingin menjadikan bahan obrolan.

P : Apakah menurut anda semua isi dari berjudul *vlog* milik Hansol merupakan *vlog* yang seru atau ada yang membosankan? Mohon jelaskan jawaban anda

N : Tidak semua konten *vlog* Hansol seru, mungkin karena tidak semua topiknya sesuai dengan selera saya. Saya kurang memiliki ketertarikan ketika Hansol terlalu membawa hal-hal berbau pribadi pada *playlist vlog*. Saya suka kontennya yang membahas tentang Korea. Tapi hampir semua kontennya menarik.

P : Apakah menurut anda Hansol hanya memberikan informasi yang bagus- bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada channelnya?

N : Tidak selalu. Terkadang Hansol juga menyelipkan *review-review* pribadi dan pendapat pribadi perihal kegiatan yang dilakukan. Tidak selalu informasi yang baik.



P : Apakah anda pernah merasa bosan dengan sudut pandang Hansol yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtubanya*? Jika iya kenapa demikian? Jika tidak, kenapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda

N : Ya pernah, saat Hansol mengupload pada *playlist* berjudul *vlog* dan lebih banyak membahas kehidupannya yang terlalu pribadi.

P : Apakah anda pengguna media sosial? Mohon jelaskan media sosialapa saja yang anda miliki dan alasan anda menggunakan media sosial tersebut.

N : Ya. Media sosial yg saya miliki: *whatsapp, instagram, tiktok, youtube, telegram*. Alasan: selain untuk mendapat hiburan, media sosial tersebut bisa menjadi sumber informasi yang jarang saya dapat dari televisi.

P : Apakah anda menggunakan *YouTube*? Seberapa sering anda menggunakan *YouTube*? Apakah menurut anda *YouTube* itu menarik?

N : Ya, saya menggunakan *youtube*. Frekuensi penggunaan *youtube* sekarang sudah mulai berkurang, kurang lebih sehari hanya 1-2 jam saja paling lama. *Youtube* itu menarik, karena hanya butuh kuota internet jadi bisa dapet banyak informasi lewat video.

P : Apakah anda tahu siapa yang pertama kali membuat *tren vlog booming*? Dibandingkan dengan media lain, menurut anda apakah *vlog* mempermudah dalam penyampaian informasi? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Tidak tahu. Menurut saya terasa sama saja, hanya saja kebanyakan konten *vlog* menggunakan bahasa informal jadi lebih enak didengar.

P : Biasanya dimanakah anda melihat vlog? Dan vlog dengan konten apakah yang paling sering anda tonton?

N : Di *yotube*. Tidak tentu. Lebih sering melihat *vlog* yg menceritakan tentang keseharian konten kreator.

P : Menurut anda bagaimana kriteria *vlog* yang baik? Mohon jelaskan.  
N : Kriteria *vlog* yg baik mungkin cara menyampaikan informasi atau konten *vlog* dengan bahasa yg baik dan sopan, tidak menyinggung pihak lain, tidak memicu adanya perdebatan.

P : Apakah anda mengetahui dan pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah anda *mensubscribe channel* tersebut, dan sejak kapan kira-kira? Serta darimana anda mengetahui *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya, saya tahu. Ya, saya *mensubscribe channel* tersebut sejak setahun lalu. Saya mengetahui pertama kali lewat twitter kala itu sedang heboh tentang ABK Indonesia, sehingga saya tertarik untuk menonton konten milik Hansol.

P : Apakah anda tahu mengapa *channel YouTube* tersebut bernama Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Jujur sih enggak tahu ya. Tapi kayaknya kalo gak salah inget itu nama korea Korea diambil karena dia menjelaskan informasi tentang Korea, sedangkan Reomit itu artinya rumit.

P : Menurut anda bagaimana *opening* dari *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Hansol melakukan *opening* dengan ciri khasnya dengan logat yg medok Jawa.

P : Apakah tujuan anda menonton *channel YouTube* Korea Reomit? Serta informasi apa saja yang anda dapatkan dari *channel* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Banyak konten milik Hansol yang mengandung informasi yang tengah panas diperbincangkan terutama konten dunia per *Kpopan*. Awalnya saya menonton konten milik Hansol karena saya menyukain dunia per *Kpopan*. Namun ada juga beberapa kontennya yang memberikan info-info lain yang kadang media lain belum tayangkan.

P : Apakah anda mengetahui bahwa pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol terdapat *playlist* dengan judul vlog? Apakah anda pernah menonton *playlist* tersebut? Jika pernah, apa yang membuat anda menonton *playlist* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya mengetahui dan menonton *playlist* tersebut. Terlebih belakangan ini beberapa konten terkait kehidupannya sangat seru untuk saya tonton.

P : Seberapa sering anda menonton *playlist* dengan judul vlog pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol?

N : Cukup sering, belakangan saya sering menonton saat Hansol mengupload vlog bersama pacarnya yaitu Jannette.

P : Apakah anda merasa kesulitan dalam menangkap pesan yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul vlog?

N : Tidak, karena penyampaiannya cukup jelas dan mudah dimengerti.

P : Apakah anda merasa memiliki perbedaan kognitif dengan Hansol, sehingga merasa kesulitan memahami konten atau sebaliknya konten yang ada cenderung dianggap terlalu mudah bagi anda?

N : Kayaknya kalau perbedaan kognitif pasti ada ya, soalnya kadar pengetahuan saya dan Hansol juga pasti berbeda. Tapi sejauh ini konten Hansol mudah saya pahami.

P : Apakah di lingkungan ada ada yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ada. Adik sepupu saya yang perempuan dan beberapa teman kerja.

P : Apakah anda memiliki grup atau tergabung dalam grup yang membahas mengenai *channel youtube* Hansol?

N : Kalau hanya tentang Hansol saja tidak ada. Tapi saya memiliki grup *Kpop* yang terkadang juga membahas tentang Hansol.

P : Apakah lingkungan anda saat ini mempengaruhi anda untuk tetap menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ya lumayan mempengaruhi. Karena kadang-kadang suka bahas beberapa *vlog* saat kumpul.

P : Dimana biasanya anda menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol? Dan berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu untuk menonton?

N : Dirumah, dengan durasi selama kira-kira 1 jam.

P : Alat apa yang anda gunakan untuk mengakses informasi yang terdapat di *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : *Handphone*.

## Lampiran 4

### Transkrip Wawancara

Narasumber : Emeritha Angandari  
Umur : 24 tahun  
Pekerjaan : Content executive  
Domisili : Bali  
Wawancara pada : 1 Mei 2021  
Via : Zoom

### Keterangan

P : Penulis  
N : Narasumber

P : Menurut anda informasi apa saja yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.

N : Informasi yang saya dapatkan mengenai *lifestyle* orang Korea, makanan khas Korea Selatan dan budaya orang Korea Selatan.

P : Menurut anda bagaimana isi dari *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah isinya bermanfaat, positif, dan informatif? Jika iya, informasi apa saja yang telah anda peroleh namun jika tidak, mohon jelaskan jawaban anda.

N : Sangat informatif, positif dan bermanfaat. Menurut saya itu dapat menambah pengetahuan sosial saya. Sama seperti pertanyaan sebelumnya informasi yang saya dapatkan mengenai *lifestyle* orang Korea, makanan khas Korea Selatan dan budaya orang Korea Selatan.

P : Menurut anda bagaimanakah *engagement* Hansol dengan audiens pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : *Engagementnya* baik, karena Hansol merespon beberapa *feedback* dari *subscribersnya* dan mendengarkan saran-saran *subscribarnya* mengenai konten yang akan dibawakan.

P : Apakah setelah mengetahui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol anda rutin menonton *vlog* tersebut? Mengapa demikian? Jelaskan jawaban anda.

N : Sejak 2018 saya menyalakan *button notification* supaya saya tau kapan Korea Reomit upload video dan lumayan sering menontonnya.

P : Apakah menurut anda Hansol memberikan informasi yang benar mengenai Korea? Mohon jelaskan buktinya.

N : Tentu benar, karena Hansol merupakan keturunan dan warga negara Korea Selatan. Hansol juga berdomisili di Korea Selatan sehinggacukup *update* dengan berita-berita dan rutinitas warga sana.

P : Apakah menurut anda perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mengapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Tentunya begitu. Latar belakang yang berbeda membentuk budayadan karakter yang berbeda-beda. Tentu cara menanggapi juga berbeda, contoh: apabila Hansol mengangkat tema gaya hidup orang Korea, ada yang dapat diterima dan tidak oleh masyarakat Indonesia karena mungkin sangat berbeda dengan budaya orang Indonesia dan tidak sesuai norma yang berlaku di Indonesia.

P : Apakah anda merekomendasikan *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol kepada teman-teman yang ingin mengetahui informasi mengenai Korea? Mengapa?

N : Tentu merekomendasikan, karena beberapa video bersifat *general* dan mudah dipahami. Dan beberapa *vlog* lainnya memberikan informasi yang sangat dibutuhkan *Kpopers* yang ingin tahu lebih mengenai *lifestyle*serta budaya Korea.

P : Menurut anda apakah yang menarik dari Hansol dibandingkan *Youtuber* lain? Mohon jelaskan alasan anda.

N : Karena pendekatannya seperti orang Indonesia, saya merasa seperti menonton *youtuber* sebangsa. Ditambah pembawaanya yang sopan juga isi kontennya yang runtut.

P : Apakah menurut anda Hansol merupakan *Youtuber* yang *up to date*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Sangat *up to date* karena konten yang dibawakan kebanyakan membahas situasi terkini, meskipun beberapa kontennya membahas budaya turun temurun, dan beberapa kejadian dimasa lalu, tapi Hansol juga mengkaitkannya dengan situasi masa kini.

P : Menurut anda siapakah *target audiens* dari konten *vlog* Korea Reomit? Mohon jelaskan.

N : *Kpopers*. Karena *Kpopers* merupakan orang-orang yang sangat menyukai Korea dan segala hal yang menyangkut Korea.

P : Apakah anda terbantu dengan keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea? Mohon jelaskan beserta buktinya.

N : Sangat. Karena selama ini, beberapa informasi dapat salah dipahami karena kendala bahasa, namun karena Hansol yang sangat fasih



berbahasa Indonesia, sangat membantu *subscribers* memahami isi kontennya.

P : Apakah anda percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda!

N : Percaya, karena Hansol menyertakan bukti dan foto juga jika perlu

P : Apakah anda setuju, tidak setuju atau memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Sangat setuju, karena sangat informatif dan tidak pernah merugikan pihak lain.

P : Apakah menurut anda semua isi dari berjudul *vlog* milik Hansol merupakan *vlog* yang seru atau ada yang membosankan? Mohon jelaskan jawaban anda

N : Karena saya sangat menyukai Korea, jadi semua konten yang dibawakan Hansol seru, hampir semua saya tonton, karena memang menarik, dan secara tidak langsung saya juga bisa mengetahui keseharian hidup masyarakat korea selatan seperti apa.

P : Apakah menurut anda Hansol hanya memberikan informasi yang bagus- bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channelnya*?

N : Tidak, menurut saya Hansol menyampaikan informasi dengan apa adanya. Misalnya seperti saat ia mengeluh untuk melakukan janji-janji dulu jika ingin potong rambut di Korea, yang berbeda sekali dengan kebudayaan di Indonesia yang bisa langsung potong rambut saat itu juga jika ingin.

P : Apakah anda pernah merasa bosan dengan sudut pandang Hansol yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube*nya? Jika iya kenapa demikian? Jika tidak, kenapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda

N : Adakalanya saya merasa bosan, bukan karena kontennya sudah tidak menarik lagi. Tapi sebagai seorang yang menikmati *youtube*. Seringkali kita merasa bosan dengan satu *youtuber*. Ketika saya bosan, saya akan berhenti menonton sejenak, mungkin sekitar seminggu. Lalu pada akhirnya saya akan menonton dan mencari lagi konten- konten dari Hansol.

P : Apakah anda pengguna media sosial? Mohon jelaskan media sosialapa saja yang anda miliki dan alasan anda menggunakan media sosial tersebut.

N : Saya pengguna media sosial yang aktif. Salahnya karena tuntutan pekerjaan, supaya mendapat ide-ide baru. Media Sosial yang saya gunakan, *Twitter, Facebook, Instagram* dan *Youtube*.

P : Apakah anda menggunakan *YouTube*? Seberapa sering anda menggunakan *YouTube*?. Apakah menurut anda *YouTube* itu menarik?

N : Saya pengguna *YouTube*. Penggunaan *youtube* saya terbilang sering, hampir setiap hari saya menonton *youtube*, sebagai salah satu tempat untuk *brainstorming*. *YouTube* sangat menarik dan sarana edukasidan informasi yang lengkap. Konten yang disajikan sangat beragam, dan tidak dibatasi waktu karena bentuk penyajiannya berupa video. Dan youtube pun sangat *flexible* dimana kita bisa mengakses video kapanpun.

P : Apakah anda tahu siapa yang pertama kali membuat *tren vlog booming*? Dibandingkan dengan media lain, menurut anda apakah *vlog* mempermudah dalam penyampaian informasi? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya kurang tau siapa, mengingat youtube sendiri sudah ada sejak lama. Tetapi melihat dari bentuk penyajian kontennya, sepertinya para *travel vlogger* yang mentrendkan konten ini. Sangat mempermudah, karena kita merasakan kedekatan *personally* dengan narasumber seperti narasumber sedang mengobrol dengan kita. Kita merasa seperti terkoneksi dengan *vloggernya*, dan kebanyakan sumber kontennya datang dari pengalaman pribadi, saya pribadi merasa penyajiannya jadi lebih mudah dipahami.

P : Biasanya dimanakah anda melihat vlog? Dan vlog dengan konten apakah yang paling sering anda tonton?.

N : Saya melihat *vlog* dari *YouTube* dan *Instagram*. Saya pribadi suka *travel vlog*, *food vlog*, dan kegiatan sehari/ *lifestyle vlog*.

P : Menurut anda bagaimana kriteria *vlog* yang baik? Mohon jelaskan.N  
: *Vlog* yang baik, tidak berbelit-belit, *talkative* dan lebih banyak informasi daripada opini/reaksi si narasumber.

P : Apakah anda mengetahui dan pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah anda mensubscribe *channel* tersebut, dan sejak kapan kira-kira? Serta darimana anda mengetahui *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya, saya salah satu *subscribers* Korea reomit sejak tahun 2019. Saya mengetahui *channel* tersebut dari *explore youtube*.

P : Apakah anda tahu mengapa *channel YouTube* tersebut bernama Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya ingat si *vlogger* pernah menyampaikan, tapi saya lupa. Kalo ga salah Reomit itu bersal dari bahasa Indonesia artinya rumit.

P : Menurut anda bagaimana *opening* dari *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : *Opening* yang disajikan sangat unik, karena *youtuber* Jang Hansol merupakan keturunan dan warga negara Korea asli namun sangat fasih berbahasa Indonesia ditambah dengan aksen medok khas etnis Jawa.

P : Apakah tujuan anda menonton *channel YouTube* Korea Reomit? Serta informasi apa saja yang anda dapatkan dari *channel* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Secara pribadi saya memiliki ketertarikan dengan budaya Korea. Beberapa *vlog* Hansol membahas tentang keseharian orang Korea, budaya Korea, tempat-tempat di Korea dan makanan khas Korea Selatan.

P : Apakah anda mengetahui bahwa pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol terdapat *playlist* dengan judul *vlog*? Apakah anda pernah menonton *playlist* tersebut? Jika pernah, apa yang membuat anda menonton *playlist* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya saya tahu. Kembali lagi yang membuat saya menonton *playlist* tersebut yaitu ketertarikan dengan budaya Korea Selatan. Menurut saya pada *playlist vlog* itu, pembahasannya lebih terkhusus mengenai informasi kegiatan sehari-hari di Korea Selatan.

P : Seberapa sering anda menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol?

N : Hampir setiap Hansol mengupload video terbarunya saya menonton, karena walaupun suka tetapi tidak bisa menonton terus menerus karena masih harus bekerja.

P : Apakah anda merasa kesulitan dalam menangkap pesan yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog*?

N : Tidak, karena bahasa, topik, dan pembahasannya ringan sehingga mudah dimengerti.

P : Apakah anda merasa memiliki perbedaan kognitif dengan Hansol, sehingga merasa kesulitan memahami konten atau sebaliknya konten yang ada cenderung dianggap terlalu mudah bagi anda?

N : Tentu iya, karena perbedaan latar belakang dan pengetahuan. Tapi saya rasa konten Hansol sangat mudah dipahami penontonnya karena bahasanya lugas dan mudah dimengerti.

P : Apakah di lingkungan anda ada yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ada, sesama teman kuliah yang pecinta *Kpop*.

P : Apakah anda memiliki grup atau tergabung dalam grup yang membahas mengenai *channel youtube* Hansol?

N : Kelompok tertentu tidak ada, hanya teman-teman dekat yang biasa berkumpul dan *hang out* bersama.

P : Apakah lingkungan anda saat ini mempengaruhi anda untuk tetap menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Sedikit tidaknya mempengaruhi, karena terkadang, saya lupa menonton video *vlog* terbaru, lalu teman saya akan bercerita dan mengingatkan tentang *vlog* terbaru yang membuat saya ingin segera menonton *vlog* tersebut.

P : Dimana biasanya anda menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol? Dan berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu untuk menonton?

N : Dirumah sepulang kerja, *café*, atau *weekend*, biasanya saya akan menonton beberapa video sekaligus, mungkin kurang lebih 2-3 jam.

P : Alat apa yang anda gunakan untuk mengakses informasi yang terdapat di *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : HP dan laptop.



## LAMPIRAN 5

### **Transkrip Wawancara**

Narasumber : Rosiana Mayangsari

Umur : 25 tahun

Pekerjaan : Wiraswasta

Wawancara pada : 2 Mei 2021

Domisili : Kalimantan

Via : Zoom

### **Keterangan**

P : Penulis

N : Narasumber

P : Menurut anda informasi apa saja yang dibagikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya, informasi yang dibagikan Hansol Jang dalam *playlist vlog*nya berisi mengenai aktivitas sehari-hari Hansol Jang, selain itu mengenai hal-hal yang dapat dilakukan atau dapat mempermudah kita jika ingin berlibur ke Korea.

P : Menurut anda bagaimana isi dari *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah isinya bermanfaat, positif, dan informatif? Jika iya, informasi apa saja yang telah anda peroleh namun jika tidak, mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya, konten-konten dalam *playlist vlog* tersebut akan sangat informatif dan akan dibutuhkan oleh orang-orang yang ingin mengetahui mengenai kehidupan sehari-hari Hansol Jang, selain itu akan berguna bagi orang-orang yang mungkin akan melakukan *travelling* atau liburan dengan tujuan Korea Selatan.



P : Menurut anda bagaimanakah *engagement* Hansol dengan audiens pada *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya *engagementnya* baik, karena Hansol Jang lebih sering membuat *vlog* berdasarkan permintaan penontonnya. Para penonton Hansol Jang memiliki ketertarikan tersendiri terhadap konten yang dibagikan oleh Hansol Jang. Bagi beberapa penonton yang ingin mengetahui mengenai aktivitas kehidupan sehari-hari Hansol Jang dapat menjadi hal yang menarik para penonton.

P : Apakah setelah mengetahui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol anda rutin menonton *vlog* tersebut? Mengapa demikian? Jelaskan jawaban anda.

N : Ya lumayan sering ya, tergantung kapan Hansol *uploadnya*. Sejauh ini menurut saya Hansol cukup memberikan usaha untuk membuat video dengan kualitas yang baik untuk *vlog* sehingga dapat menarik perhatian penonton.

P : Apakah menurut anda Hansol memberikan informasi yang benar mengenai Korea? Mohon jelaskan buktinya.

N : Menurut saya Hansol memberikan informasi yang benar. Dan jika ada salah penyebutan atau salah informasi, Hansol akan memberikan "pembetulan" dalam kolom komentar atau kolom deskripsi. Selain itu Hansol sendiri adalah orang Korea jadi saya rasa Hansol cukup memberikan informasi yang *valid*. Hansol juga biasanya melakukan "*searching*" mengenai informasi tersebut sehingga dapat memberikan informasi yang benar bagi penonton.

P : Apakah menurut anda perbedaan latar belakang dan pengetahuan menjadi pengaruh pada setiap individu dalam menanggapi *playlist* dengan

judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mengapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Menurut saya latar belakang dan pengetahuan cukup menjadi pengaruh dalam menanggapi *playlist* dengan judul *vlog* tersebut. Karena penonton dengan latar belakang dan pengetahuan yang cukup baik dapat memberikan respon yang baik dan lebih mengapresiasi kerja keras Hansol Jang. Sedangkan penonton dengan latar belakang dan pengetahuan yang kurang dapat memberikan respon negatif pada konten tersebut.

P : Apakah anda merekomendasikan *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol kepada teman-teman yang ingin mengetahui informasi mengenai Korea? Mengapa?

N : Tentu saja saya akan merekomendasikannya. Karena Hansol Jang merupakan salah satu konten kreator Indonesia yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai Korea. Selain itu, Hansol juga sangat mementingkan kebenaran dalam informasi yang ia bagikan sehingga memudahkan penonton.

P : Menurut anda apakah yang menarik dari Hansol dibandingkan *YouTuber* lain? Mohon jelaskan alasan anda.

N : Menurut saya Hansol memiliki beberapa konten yang belum dibahas oleh konten kreator lain sehingga membuat channel Hansol lebih menarik. Selain itu juga Hansol menjelaskan dengan sangat baik dan membuat penonton dapat dengan mudah memahami penjelasannya.

P : Apakah menurut anda Hansol merupakan *YouTuber* yang *up to date*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya sangat *up to date* jika dibandingkan dengan yang lain dan itu menjadi alasan saya mengikuti *channel*nya. Ia memberikan informasi yang sedang viral dengan bukti dan informasi yang *valid* dan lebih cepat daripada konten kreator lain.

P : Menurut anda siapakah *target audiens* dari konten *vlog* Korea Reomit? Mohon jelaskan.

N : Menurut saya beberapa target audiens Hansol jang adalah penonton yang ingin mengetahui informasi viral mengenai berita Korea. Selain itu penonton yang memiliki ketertarikan dengan Korea dan kemungkinan bertujuan berlibur ke Korea.

P : Apakah anda terbantu dengan keberadaan Hansol sebagai orang Korea yang fasih berbahasa Indonesia dalam proses mendapatkan informasi seputaran Korea? Mohon jelaskan beserta buktinya.

N : Sangat terbantu dengan konten milik Hansol Jang. Karena saya sendiri bukan orang dengan niat belajar yang tinggi sehingga informasi mengenai Korea yang hanya menggunakan bahasa Korea akan menyulitkan saya. Tetapi sebagai orang yang fasih dengan bahasa korea dan indonesia, hansol jang sangat membantu saya. Contohnya saat berita itu diberitakan dalam bahasa Korea, Hansol menyertakan berita itu bahkan menterjemahkannya ke dalam bahasa Indonesia.

P : Apakah anda percaya dengan informasi yang disampaikan Hansol melalui *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit? Jelaskan jawaban anda!

N : Saya percaya dengan informasi yang dibagikan Korea Roemit karena Hansol melakukan *searching* terhadap informasi tersebut sehingga tidak menimbulkan kesalahan atau *hoax* (berita tidak benar).

P : Apakah anda setuju, tidak setuju atau memiliki pendapat lain terhadap informasi yang disampaikan Hansol melalui *vlognya*? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya setuju dengan konten milik Hansol Jang karena sangat membantu penonton untuk mendapatkan informasi khususnya mengenai Korea.

P : Apakah menurut anda semua isi dari berjudul *vlog* milik Hansol merupakan *vlog* yang seru atau ada yang membosankan? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Secara keseluruhan menurut saya *playlist* berjudul *vlog* isinya seru. Tapi kadang mungkin bukan membosankan ya, tapi lebih ke pengambilan gambar yang fokusnya agak buram, atau kualitas suara yang kurang bagus yang kadang bikin agak gregetan saat menonton.

P : Apakah menurut anda Hansol hanya memberikan informasi yang bagus- bagus saja pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel*nya?N

: Menurut saya Hansol merupakan vlogger yang jujur, bercerita apa adanya tentang keadaan yang benar-benar dialaminya. Juika bagus dia bilang bagus, jika kurang bagus dia akan mengatakan dengan menggunakan bahasa yang sopan.

P : Apakah anda pernah merasa bosan dengan sudut pandang Hansol yang terdapat pada *playlist* berjudul *vlog* pada *channel* *youtubenya*? Jika iya kenapa demikian? Jika tidak, kenapa demikian? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Sejauh ini tidak ya, karena walaupun hanya dalam *playlist* berjudul *vlog* namun Hansol mampu sekaligus menjelaskan berbagai hal tentang Korea dari berbagai sudut pandang, yang menurut saya merupakan kelebihan dari Hansol

P : Apakah anda pengguna media sosial? Mohon jelaskan media sosialapa saja yang anda miliki dan alasan anda menggunakan media sosial tersebut.

N : Ya. Beberapa yang saya gunakan seperti facebook, twitter, instagram, pinterest, youtube, whatsapp, Tiktok, Telegram dan Line. Dan alasan saya menggunakan beberapa media adalah selain untuk mendapat informasi, saya juga menggunakannya untuk menjalin komunikasi dengan teman-teman yang tidak bisa saya temui.

P : Apakah anda menggunakan *YouTube*? Seberapa sering anda menggunakan *YouTube*?. Apakah menurut anda *YouTube* itu menarik?

N : Ya saya menggunakan youtube. Ya, lumayan sering. Intensitas saya menggunakan youtube adalah 4 sampai 5 hari dalam seminggu. Dengan jangka waktu setidaknya 30 menit dalam sehari. Kelebihan youtube adalah menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video yang berdurasi lebih lama (dibandingkan media sosial lain).

P : Apakah anda tahu siapa yang pertama kali membuat *tren vlog booming*? Dibandingkan dengan media lain, menurut anda apakah *vlog* mempermudah dalam penyampaian informasi? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya kurang mengetahui siapa pembuat *tren vlog* di Indonesia. Setahu saya beberapa *vlogger* membuat video dengan sangat baik walaupun hanya menggunakan alat yang sederhana sehingga mempermudah masyarakat awam seperti saya menangkap informasi yang dijelaskan.

P : Biasanya dimanakah anda melihat *vlog*? Dan *vlog* dengan konten apakah yang paling sering anda tonton?.

N : Biasanya saya melihat *vlog* dari media platform *Youtube*. Dan konten yang biasa saya tonton adalah mengenai kegiatan atau aktivitas yang dilakukan orang lain atau tentang beberapa informasi menarik yang belum saya ketahui.

P : Menurut anda bagaimana kriteria *vlog* yang baik? Mohon jelaskan.  
N : Kriteria *vlog* yang baik menurut saya adalah walaupun video blogging itu dibuat dengan alat sederhana, tetapi dapat menghasilkan video yang berkualitas. Selain itu dapat menarik perhatian penonton. Jika video berdurasi lebih dari 20 menit biasanya akan membuat penonton bosan.

P : Apakah anda mengetahui dan pernah menonton *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Apakah anda *subscribe* *channel* tersebut, dan sejak kapan kira-kira? Serta darimana anda mengetahui *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Ya. Saya mengetahui dan cukup sering menonton *channel* Korea Reomit milik Hansol. Saya *subscribe* *channel* tersebut mungkin sekitar tahun 2019. Saya mengetahui *channel* Hansol karena saya cukup menyukai Korea, dan *channel* Hansol lewat pada *home youtube* saya.

P : Apakah anda tahu mengapa *channel YouTube* tersebut bernama Korea Reomit? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya tidak mengetahui alasannya karena saya kurang mendalami informasi tersebut.

P : Menurut anda bagaimana *opening* dari *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : *Opening* yang menarik dan membuat orang teringat dengan openingnya karena Hansol Jang menggunakan *opening* yang berbeda tergantung dengan isi video yang di unggah.

P : Apakah tujuan anda menonton *channel YouTube* Korea Reomit? Serta informasi apa saja yang anda dapatkan dari *channel* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Tujuan saya menonton Hansol Jang adalah karena *channel* Korea Roemit sering membahas mengenai informasi maupun berita yang sedang terjadi, selain itu saya tidak terlalu suka membaca sehingga penjelasan dari *channel* tersebut sangat membantu saya. Contohnya seperti berita berita yang sedang viral di Korea, ataupun informasi mengenai kejadian, kasus misteri atau ketidakadilan yang terjadi di masyarakat khususnya di Korea.

P : Apakah anda mengetahui bahwa pada *channel youtube* Korea Reomit milik Hansol terdapat *playlist* dengan judul vlog? Apakah anda pernah menonton *playlist* tersebut? Jika pernah, apa yang membuat anda menonton *playlist* tersebut? Mohon jelaskan jawaban anda.

N : Saya mengetahui bahwa *channel* Korea Roemit memiliki *playlist* berjudul *vlog*. Ya pernah tentunya karena menurut saya cukup menarik perhatian saya.

P : Seberapa sering anda menonton *playlist* dengan judul *vlog* pada *channel YouTube* Korea Reomit milik Hansol?

N : Mungkin 2 kali dalam seminggu. Tergantung diuploadnya sama Hansol.

P : Apakah anda merasa kesulitan dalam menangkap pesan yang disampaikan Hansol pada *playlist* berjudul *vlog*?

N : Tidak, karena yang disampaikan sudah cukup jelas.

P : Apakah anda merasa memiliki perbedaan kognitif dengan Hansol, sehingga merasa kesulitan memahami konten atau sebaliknya konten yang ada cenderung dianggap terlalu mudah bagi anda?

N : Saya rasa setiap orang memiliki kognitif yang berbeda-beda ya. Tapi saya nggak merasa kesulitan sih memahami konten yang disampaikan Hansol, ya cukup mudah lah memahaminya.



P : Apakah di lingkungan ada ada yang menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Ada, kebetulan beberapa teman gereja suka menonton *playlist* tersebut, karena ingin tau keseharian Hasol.

P : Apakah anda memiliki grup atau tergabung dalam grup yang membahas mengenai *channel youtube* Hansol?

N : Grup terkhusus gak ada. Tapi grup *whatsapp* dengan teman-teman gereja cukup sering membahas.

P : Apakah lingkungan anda saat ini mempengaruhi anda untuk tetap menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Lumayan mempengaruhi karena kadang suka bahas bersama.

P : Dimana biasanya anda menonton *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* hansol? Dan berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu untuk menonton?

N : Di gereja, di rumah, di ruko. Mungkin 1-2 jam kira-kira.

P : Alat apa yang anda gunakan untuk mengakses informasi yang terdapat di *playlist* berjudul *vlog* pada *channel youtube* Hansol?

N : Handphone, tablet, kadang pake laptop.