



ANALISIS WACANA KRITIS SEBAGAI REFLEKSI TERBALIK PERILAKU NEGATIF PADA TAYANGAN YOUTUBE

¹Ade Nur Istiani, ²Yosep Yogo Widhiyatmoko

¹Uin Raden Intan Lampung, ²Universitas Lampung

Email: adenur@radenintan.ac.id, yosep.yogo@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital information technology in recent times has presented many platforms that can be a source of information as well as a means of entertainment for the public. One of the new media that is popular with the public is YouTube. A platform that has given birth to many content creators with various genre of impressions. And the position of the community as a media audience in this situation is the party affected by the YouTube content, both positive and negative impressions. Based on this phenomenon, this media and cultural study is carried out in order to obtain what educational content looks like, by examining the signs of communication messages containing character building in the content of Berburu Mobil Impian. The study was conducted using a critical discourse analysis method with representation theory through a descriptive qualitative approach in translating the character education values that exist in the research object. The results of the study show that there are manifestations of character values and positive cultural values that are educational and inspiring, especially for young people, presented in their entirety and lightly but do not eliminate the element of entertainment in them. These signs can serve as role models for other content creators to create watch-worthy impressions. It also provides a reference for displaying content that is suitable for production and is healthy for audiences, especially young people, to access. The results of the study from the perspective of communication science are expected to contribute thoughts to the audience to be more sensitive to negative content on YouTube.

Keywords: *new media, YouTube, culture value, character building.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi digital beberapa waktu belakangan, menghadirkan banyak platform yang bisa menjadi sumber informasi sekaligus sarana hiburan bagi masyarakat. Salah satu media baru yang digemari masyarakat adalah YouTube. Platform yang telah melahirkan banyak kreator konten dengan bermacam genre tayangan. Dan posisi masyarakat sebagai khalayak media dalam situasi ini menjadi pihak terdampak konten YouTube tersebut, baik tayangan positif maupun negatif. Berpijak dari fenomena tersebut, kajian media dan budaya ini dilakukan agar memperoleh seperti apa tampilan konten yang mendidik, dengan mengkaji tanda-tanda pesan komunikasi berisi pendidikan karakter (*character building*) pada konten Berburu Mobil Impian. Kajian dilakukan menggunakan metode analisis wacana kritis dengan teori representasi melalui pendekatan kualitatif deskriptif dalam menerjemahkan nilai pendidikan karakter yang ada pada obyek penelitian. Hasil kajian menunjukkan adanya manifestasi nilai karakter dan nilai budaya positif yang bersifat mendidik dan menginspirasi khususnya teruntuk anak muda, tersaji secara utuh sekaligus ringan tapi

tidak menghilangkan unsur hiburan di dalamnya. Tanda-tanda tersebut dapat menjadi *role model* bagi para kreator konten lain untuk membuat tayangan yang layak tonton. Sekaligus memberikan referensi tampilan konten yang layak produksi dan sehat untuk diakses khalayak khususnya anak muda. Hasil kajian dari perspektif ilmu komunikasi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada khalayak untuk semakin peka terhadap konten negatif pada YouTube.

Kata Kunci: media baru, YouTube, nilai budaya, pendidikan karakter.

Pendahuluan

New media yang hadir dalam bentuk digital telah memberikan masyarakat keleluasaan untuk memperoleh akses informasi secara bebas. Manusia sebagai bagian masyarakat informasi harus cerdas dalam memilih informasi, karena kualitas hidup, dan juga prospek perubahan sosial dan pembangunan ekonomi, tergantung pada peningkatan dan pemanfaatan informasi¹. New media adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkannya.

YouTube adalah salah satu new media yang kehadirannya berdampak revolusioner mengubah model broadcasting yang semula terbatas pada media televisi menjadi lebih luas dengan bentuk media online. Aturan main di YouTube pun berbeda dengan regulasi broadcasting di dunia penyiaran pertelevisian. Walaupun secara pola kerja bisa dibilang sama, keduanya memberikan tayangan informasi berbentuk video, dan sama dalam hal mendatangkan profit dari iklan. Hanya saja yang berbeda, ada pada mekanisme pengawasan konten video yang ditayangkan, di televisi lebih ketat dan dibatasi prosedur legal formal berdasarkan hukum positif dibandingkan YouTube. Model pengelolaannya pun berbeda, televisi harus dikelola oleh korporasi media dengan ketentuan penyiaran baku, sedangkan YouTube bisa dikelola oleh setiap orang, dengan demikian, tayangan YouTube bersifat lebih bebas sesuai materi yang dibuat oleh masing-masing channel YouTube. Setiap orang bisa menjadi kreator dengan mengikuti YouTube Partnership Program. Pada program tersebut, YouTube selalu mengedukasi kreator mengenai berbagai macam hal terkait aktifitas kreatifnya di YouTube².

¹ Florida Nirma Sanny Damanik, "Menjadi Masyarakat Informasi," *JSM (Jurnal SIFO Mikroskil)*, 2012.

² Yessi Nurita Labas and Daisy Indira Yasmine, "Komodifikasi Di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia," *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 2017, <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28584>.

Kreator konten channel YouTube kebanyakan membuat tayangan dengan muatan budaya populer. Budaya populer menurut Frankfurt adalah budaya massa yang dihasilkan industri budaya untuk stabilitas maupun kesinambungan kapitalisme³. Budaya populer kebanyakan mampu menghibur masyarakat, tapi realitanya tayangan yang populer kebanyakan justru tayangan yang beraroma hedonisme, bermuatan kekerasan baik verbal maupun perilaku buruk, tayangan dengan kemas humor yang cenderung kasar (barangkali lebih tepat bila dikatakan konyol), atau budaya populer yang dibawakan dengan perilaku negatif lainnya. Contoh yang relevan adalah sebagaimana diberitakan pada portal berita kompas.com, terjadinya peristiwa yang sempat menjadi trending pemberitaan nasional dan disebut melibatkan seorang kreator konten YouTube pada April 2020. Ada seorang youtuber yang membuat konten prank sembako sampah dengan motif “hanya” untuk menaikkan subscriber, atas tindakannya akhirnya mengantarkan youtuber tersebut berurusan dengan hukum dan terancam pidana. Seperti itulah fenomena YouTube yang muncul sebagai media penghibur masyarakat. Apa yang ditayangkan pada YouTube akan mempengaruhi selera masyarakat pun sebaliknya. Pola tersebut dipakai oleh kreator konten untuk membuat tayangan dengan motivasi mendatangkan viewer (penonton) dan subscriber (pengikut) channel sebanyak-banyaknya. Konten negatif yang dibuat tanpa dorongan niat yang baik, akan berpotensi menimbulkan terjadinya pergeseran budaya secara halus di masyarakat. Peran new media YouTube di atas, rupanya turut menciptakan *new culture* atau budaya populer baru di masyarakat. Namun beberapa diantaranya memunculkan nilai budaya yang jauh dari berbudaya.

Budaya terdiri atas elemen-elemen yang tidak terhitung jumlahnya (makanan, tempat tinggal, pekerjaan, pertahanan, kontrol sosial, perlindungan psikologis, keharmonisan sosial, tujuan hidup, dan lain-lain)⁴. Budaya “berperan untuk memperbaiki cara anggota kelompok suatu budaya beradaptasi dengan ekologi tertentu dan hal ini melibatkan pengetahuan yang dibutuhkan orang supaya mereka dapat berperan aktif dalam lingkungan sosialnya⁵. Diantara banyak channel YouTube ada satu yang menarik perhatian banyak viewer, yaitu channel YouTube Mas Wahid dengan konten Berburu Mobil Impian. Konten tersebut merupakan bentuk kontra

³ Rudy Setiawan, “KEKUATAN NEW MEDIA YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube),” *EJournal Ilmu Komunikasi*, 2013.

⁴ Edwin R McDaniel. Samovar, Larry A, Richard E.Porter, *Komunikasi Lintas Budaya* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014).

⁵ Samovar, Larry A, Richard E.Porter.

analisis atas maraknya kemasan budaya populer yang bersifat negatif. Mengapa digambarkan demikian, karena konten yang dihadirkan oleh Mas Wahid, mengandung nilai pendidikan karakter yang positif, tapi meskipun demikian, tayangan masih dapat dicerna dengan ringan, menghibur dan masih berhubungan dengan tema-tema keseharian.

Mas Wahid adalah salah satu kreator konten YouTube yang memberikan materi tayangan tentang pencarian mobil bekas atas dasar permintaan konsumen dan sebagian konsumen diantaranya adalah viewer YouTube dia. Prosedur diawali dari masuknya permintaan pemesanan pencarian mobil bekas sesuai kriteria yang diinginkan, lalu kemudian akan direspon dengan pelaksanaan operasi pencarian mobil pesanan oleh tim Mas Wahid (dikenal dengan Teman Mas Wahid) ke beberapa kota di Indonesia. Proses pencarian inilah yang menjadi inspirasi konten tayangan reality show *Berburu Mobil Impian*.

Berburu Mobil Impian memberi ruang kepada viewer YouTube untuk mendeskripsikan bagaimana proses pencarian dilakukan oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya, karena apa yang direkam dan ditampilkan adalah proses pencariandan inspeksi terhadap mobil itu sendiri. Untuk mendukung informasi tersebut, dalam *Berburu Mobil Impian* disebutkan siapa tim pencari mobil, lokasi pencarian mobil, waktu pencarian mobil, alat-alat yang digunakan (kendaraan, kamera, dan alat lainnya), trik perburuan mobil bekas agar tidak tertipu oleh penjual (inspeksi terhadap mesin mobil bekas, kaki-kaki, interior, pajak, surat-surat) dan juga strategi negosiasi harga.

Konten *Berburu Mobil Impian* mampu menggambarkan bagaimana nilai pendidikan karakter (*character building*) dilakukan oleh tim berburu mobil impian dan menjadi aspek yang ditonjolkan dalam vlog ini. Konten vlog secara tidak langsung mengajarkan kepada viewer dengan format hiburan reality show tentang bagaimana tim perburuan mobil bekerja secara jujur, profesional dan terlatih di bidang otomotif. Setiap video *Berburu Mobil Impian* selalu menayangkan siapa saja tim Mas Wahid yang terlibat dalam pencarian mobil sesuai klaster wilayah. Ada klaster tim Jabodetabek, tim Jawa Tengah, tim Jawa Timur, lalu ada tim produksi video, dan juga beberapa bengkel mitra Mas Wahid yang memiliki kredibilitas di bidangnya.

Aktor atau orang-orang yang terlibat dalam *Berburu Mobil Impian* merupakan salah satu aspek yang diunggulkan dalam vlog, karena konten ini meliputi *talent* yang memiliki pembawaan sederhana (apa adanya) dan berperawakan biasa tapi handal dan terpercaya, dengan penguasaan deskripsi mobil yang diinginkan pemesan,

beserta referensi yang mendukung pencarian, dan yang utama adalah proses pemeriksaan mobil incaran secara teliti, mulai dari pemeriksaan kolong, suara-suara di sekitar badan mobil, pemeriksaan nomor rangka dan nomor mesin, semua dilakukan secara terbuka dan terdokumentasi dengan detail.

Fenomena pengguna internet dalam mengakses tayangan YouTube merupakan proses konsumsi produk industri budaya. Proses tersebut akan mengarahkan individu untuk melakukan identifikasi terhadap norma sosial yang berlaku serta mengamalkan sebagaimana adanya. Nilai budaya pada konten Berburu Mobil Impian diatas, menjadi harapan agar lebih banyak lagi tayangan yang menjadi kontra konten perilaku negatif pada YouTube. Untuk mendapatkan wujud nilai budaya di tayangan Berburu Mobil Impian peneliti perlu menggunakan teori representasi dalam mengupas wujud nilai karakter didalam konten vlog Berburu Mobil Impian.

Penelitian tentang YouTube pernah dilakukan sebelumnya, walaupun fokus kajian berbeda-beda sudut pandangnya, tapi ada satu tujuan yang hendak disimpulkan, yaitu tentang peran vital komunikasi yang melekat pada platform YouTube.

1. Kajian dalam konteks lanskap kanal YouTube dilakukan oleh Detta Rahmawan dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran, menyimpulkan bahwa masyarakat Indonesia dinilai masih memiliki tingkat literasi digital yang rendah. Selain kurangnya pengetahuan akan konten yang positif di Internet membuat peran teknologi dan media digital dalam kehidupan masih belum optimal. Para pengguna internet Indonesia masih belum dapat menggali lebih jauh potensi media digital sebagai sumber informasi dan sarana edukasi ⁶.
2. Kajian representasi identitas pada kanal YouTube salah satu konten kreator (vlogger) dilakukan oleh Ratna Permata Sari dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia,, dari kajian dengan teori representasi dapat diperoleh wujud identitas yang ditunjukkan oleh vlogger tersebut, dalam hal tanda-tanda budaya, sosial, pandangan dan pemikiran mengenai kesehariannya, dan kemudian menghadirkan *claimed* dari para subscriber yang menjadikannya sebagai vlogger inspiratif ⁷.
3. Kajian representasi moral pada konten web series yang menjadi salah satu konten YouTube oleh Siti Husnul Khotimah dari Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo, didapatkan kesimpulan berupa wujud nilai religi yang menjadi konten positif

⁶ Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, and Preciosa Alnashava Janitra, "POTENSI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI ANAK MUDA," *EduLib*, 2018, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.11267>.

⁷ R P Sari, "Representasi Identitas Perempuan Dalam Video Blog Sebagai Budaya Anak Muda (Studi Semiotika Vlog Gitasav Di Youtube)," *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2018.

pada YouTube. Nilai tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari serta menjadi cerminan konten YouTube tersebut.

4. Kajian representasi anak pada konten YouTube oleh Ira Putri Utami, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara, yang kemudian menyimpulkan bahwa peran platform sebagai media sosial, memungkinkan keterlibatan masyarakat dalam mengomentari konten tersebut, yang pada akhirnya menjadikan aktor konten YouTube dalam label yang kurang baik, padahal hal tersebut bukanlah realitas yang sebenarnya.
5. Kajian YouTube dengan satu isu toleransi yang dibawakan oleh salah satu konten kreator di kanal YouTube, oleh Yunita Rini Puspita, dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Surakarta, menyimpulkan bahwa kajian komunikasi bisa melihat tanda-tanda pesan komunikasi positif pada YouTube untuk menunjukkan peran media sosial tidak hanya untuk menebar kebencian dan hiburan semata.

Jika dilihat dari kelima penelitian terdahulu diatas, memiliki kesamaan dengan kajian pada tulisan ini dalam hal pembahasan konten YouTube. YouTube sebagai platform baru yang semakin digemari masyarakat. Namun, terdapat perbedaan antara lain dengan penelitian pertama, yaitu pada penelitian tersebut lebih mengulas tentang lanskap kanal Youtube yang mengusung konten edukasi dan spesifik menyoar tentang tema pendidikan. Sedangkan penelitian ini sama-sama mengkaji terhadap konten edukasi YouTube, tapi penelitian ini lebih fokus mengulas nilai-nilai edukasi yang ditampilkan oleh kreator konten yang diteliti. Nilai edukasi tersebut lebih berwujud pendidikan karakter (*character building*). Sedangkan pada penelitian kedua, ketiga, kelima, sama-sama mengulik sisi inspiratif dari suatu konten YouTube, serta berkaitan dengan aktifitas anak muda (*youth culture*), dengan obyek penelitian kreator konten anak muda. Sebagai generasi potensial, isu-isu anak muda menjadi perhatian khusus berbagai kalangan, termasuk akademisi, sebagai upaya untuk menyaring pengaruh buruk pada media, satu diantaranya media yang dekat dengan anak muda adalah platform digital YouTube. Termasuk pada penelitian keempat, yang lebih bertujuan untuk menunjukkan representasi yang disajikan pada tayangan YouTube dimana tidak sesuai antara keadaan sesungguhnya di balik layar, dengan persepsi yang hendak dikemukakan di depan layar konten YouTube.

Konten Berburu Mobil Impian yang diunggah kanal YouTube Mas Wahid, secara eksplisit dan implisit, sadar atau tidak disadari oleh YouTube, mengandung nilai-nilai positif berwujud pendidikan karakter sebagaimana ditunjukkan oleh aktor Berburu Mobil Impian, baik melalui tutur kata maupun dalam bentuk perilaku. Nilai karakter tidak hanya berhenti pada etika, tetapi sampai pada norma dan tindakan dan tingkah laku, seperti yang tergambar secara umum pada konten YouTube Mas Wahid.

Perilaku yang ditampilkan dalam tayangannya, dapat menjadi pandangan tentang hidup yang memedomani manusia dalam bersikap dan bertindak, baik dalam konteks kehidupan sehari-hari maupun pandangan mengenai kemanusiaan secara lebih dekat. Dalam konsep kebudayaan, nilai tersebut yang dibawakan oleh kesederhanaan persona aktor dengan profil seperti Mas Wahid dan tim inspektornya, berperan untuk menangkalkan gaya hidup hedonisme anak muda dan perilaku yang bernilai negatif lainnya⁸.

Dari uraian latar belakang pendahuluan diatas maka ditentukan rumusan masalah, (1) wujud nilai budaya seperti apa yang bisa diambil pada konten vlog Berburu Mobil Impian? sehingga dapat dijadikan *role model* tayangan YouTube yang layak tonton khalayak, khususnya anak muda. (2) Sejalan dengan hal tersebut, sebagai new media parameter konten seperti apakah yang lebih memberikan manfaat bagi masyarakat?, khususnya manfaat yang bersifat edukatif, inspiratif, sekaligus kritis reflektif terhadap konten yang bermuatan perilaku negatif. Sehingga tujuannya, diharapkan apa yang dihasilkan dari kajian ini dapat menjadi refleksi yang bisa diambil manfaatnya oleh platform untuk pengembangan algoritma yang lebih peka terhadap konten-konten positif.

KERANGKA PEMIKIRAN

Beberapa literasi bisa dijadikan pijakan konseptual dalam riset ini. Pijakan pertama tentang riset budaya adalah tentang penguatan budaya yang merupakan representasi manusia atas suatu nilai yang dibangun dari kebiasaan yang dilakukan oleh lingkungan tempat manusia berada. Studi tentang kebudayaan masyarakat manusia ini ditulis pada awal gagasan dalam dua jilid buku berjudul Primitive Culture oleh Sir Edward Burnett Tylor⁹. bapak antropologi budaya, profesor antropologi pada Universitas Oxford, Inggris. Studi meliputi berbagai aspek kehidupan dan ketahanan hidup, kehidupan spiritual, kekuatan magic, sihir, astrologi, permainan anak-anak, peribahasa, sajak anak-anak, ketahanan adat, ritus pengorbanan, bahasa emosional dan imitatif, seni menghitung, berbagai macam dan ragam mitologi, hingga berbagai macam dan ragam animisme, ritus dan upacara. Tylor memandang studi ini antara lain sebagai landasan untuk menyusun konsep tentang kebudayaan, yang dirumuskannya dengan "*Culture or Civilization... is that complex which includes knowledge, belief, art,*

⁸ Siti Husnul Khotimah, "Representasi Pesan Moral Dalam Film Web Series Swicth (Episode 1-2) Di Channel Youtube Klaklik" (Ponorogo, 2020).

⁹ Nurdien Harry Kistanto, "Konsep Tentang Kebudayaan," *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 2015.

moral, law, custom, and many other capabilities and habits acquired by man as a member of society”, yang berarti bahwa kebudayaan atau peradaban adalah satuan kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, akhlak, hukum, adat, dan banyak kemampuan-kemampuan dan kebiasaan-kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.

Kemudian lebih dari separuh abad setelahnya, Ralph Linton, Profesor Antropologi pada Universitas Columbia, New York, Amerika Serikat, menawarkan rumusan tentang kebudayaan yang menekankan pada faktor integrasi yang dicapai melalui tingkah laku belajar. Kebudayaan bisa dicapai dengan belajar dan sebagai hasil belajar yang dibiasakan antar anggota suatu masyarakat. Menurut Linton “*A culture is the configuration of learned behavior and results of behavior whose component elements are shared and transmitted by the members of a particular society*”, yang berarti bahwa kebudayaan merupakan konfigurasi dari tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang unsur-unsurnya digunakan bersama-sama dan ditularkan oleh para warga masyarakat. Kemudian seiring berjalannya waktu pada tahun 1991, Anthony Giddens, seorang sosiolog Inggris, menerangkan kebudayaan dalam hubungannya dengan masyarakat, “*When we use the term in ordinary daily conversation, we often think of “culture” as equivalent to the “higher things of the mind” – art, literature, music and painting... the concept includes such activities, but also far more. Culture refers to the whole way of life of the members of a society. It includes how they dress, their marriage customs and family life, their patterns of work, religious ceremonies and leisure pursuits. It covers also the goods they create and which become meaningful for them – bows and arrows, ploughs, factories and machines, computers, books, dwellings*”¹⁰.

Giddens mengartikan, ketika kita menggunakan istilah budaya dalam percakapan biasa sehari-hari, kita sering berpikir tentang “kebudayaan” sama dengan “karya-karya akal yang lebih tinggi” – seni, sastra, music, lukisan dan lainnya, konsepnya tidak jauh dari kegiatan-kegiatan tersebut, tapi sebenarnya lebih luas dari wujud itu. Kebudayaan berkenaan dengan keseluruhan cara hidup anggota-anggota masyarakat. Kebudayaan meliputi bagaimana mereka berpakaian, adat kebiasaan perkawinan mereka dan kehidupan keluarga, pola-pola kerja mereka, upacara-upacara keagamaan dan pencarian kesenangan. Kebudayaan meliputi juga barang-barang yang mereka ciptakan dan yang bermakna bagi mereka – busur dan anak panah, bajak, pabrik dan mesin, komputer, buku, tempat kediaman.

¹⁰ Kistanto.

Ada benang merah ketika merujuk pengertian budaya menurut Tylor, Linton dan Giddens, yang peneliti gunakan untuk menerjemahkan nilai budaya tayangan Berburu Mobil Impian di channel YouTube Mas Wahid, yaitu budaya melambangkan tiga hal berikut :

1. Kemampuan-kemampuan dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.
2. Tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang unsur-unsurnya digunakan bersama-sama dan ditularkan oleh para warga masyarakat.
3. Keseluruhan cara hidup anggota-anggota masyarakat, termasuk pola-pola kerja mereka (manusia).

Peneliti kemudian menyandingkan ketiga konsep budaya diatas dengan wujud kebiasaan manusia yang bisa dipelajari berupa tingkah laku termasuk pola kerja yang digunakan dalam keseharian sebagai bentuk nilai pendidikan karakter. Konsep tersebut cukup kuat untuk memberikan gambaran budaya yang tersaji di tayangan YouTube Berburu Mobil Impian. Pendidikan karakter bersumber pada kearifan lokal, dilihat dari kamus Inggris Indonesia, kearifan lokal terdiri dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Lokal berarti setempat dan wisdom sama dengan kebijaksanaan. Dengan kata lain maka *local wisdom* dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan, nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Sama halnya dalam disiplin antropologi dikenal istilah *local genius*. *Local genius* ini merupakan istilah yang mula pertama dikenalkan oleh Quaritch Wales ¹¹ (Sartini, 2004:111).

Budaya orisinal masyarakat Indonesia adalah budaya yang berkarakter dan kaya akan kearifan lokal yang diajarkan secara turun-temurun. Beragam budaya terekam dalam berbagai khazanah, seperti (1) sistem religi dan upacara keagamaan, (2) sistem dan organisasi kemasyarakatan, (3) sistem pengetahuan, (4) bahasa, (5) kesenian, (6) sistem pencarian hidup, dan (7) sistem teknologi dan peralatan (Bdk. Koentjaraningrat, 2002 dalam Suarta, 2013), sebagai contoh adalah nilai kesederhanaan, kejujuran (integritas) dan kesungguhan dalam bekerja (profesional).

Teori Representasi dengan Analisa Wacana Kritis

Dalam mengkaji konten YouTube, peneliti berpijak pada batasan teori representasi dari Stuart Hall dan interpretasi yang diuraikan oleh Eriyanto. Definisi

¹¹ Ni Wayan Sartini, "MENGKALI NILAI KEARIFAN LOKAL BUDAYA JAWA LEWAT UNGKAPAN (BEBASAN, SALOKA, DAN PARIBASA)," *Jurnal Logat*, 2009.

representasi Hall di dalam bukunya *Representation : Culture Representation and Signifying Practices*, disebutkan bahwa “Representation connect meaning and language to culture... Representation is an essential part of the process by which meaning is produce and exchanged between member of culture”¹². Kutipan di atas menjelaskan, melalui representasi suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat. Representasi adalah cara untuk memproduksi makna atas apapun. Melalui bahasalah proses produksi dan pertukaran makna dilakukan. Selain bahasa, tanda juga dapat merepresentasikan suatu makna dan melalui tanda juga terjadi proses pertukaran makna. Hall menyebut ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang ‘sesuatu’ yang ada di kepala kita masing-masing (peta) konseptual, representasi ini masih merupakan suatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’ yang berperan penting dalam proses kontruksi makna. Konsep abstrak yang ada di dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Proses produksi dan pertukaran makna antar manusia atau antar budaya yang menggunakan gambar, simbol dan bahasa adalah disebut representasi. Budaya paling sering digunakan dalam produksi dan pertukaran makna menggunakan bahasa melalui pengalaman-pengalaman yang ada dalam masyarakat. Representasi adalah produksi makna atau konsep yang kita pahami melalui bahasa, kode, dan gambar. Representasi menghubungkan konsep dan bahasa yang membuat kita mengacu pada obyek, peristiwa atau orang di dunia nyata. Dapat dilihat bahwa bahasa sangat berkaitan erat dengan representasi, karena menurut Hall bahasa itu baik gambar, suara, gerak tubuh, atau lambang, dapat menjadi “kendaraan” untuk menyampaikan apa yang ada dalam isi kepala setiap manusia. Bahasa itulah yang merepresentasikan isi pikiran setiap orang dan melalui bahasa, isi pikiran disampaikan. Marcel Danesi mendefinisikan representasi sebagai proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik (Nurzakiah, 2009:25). Lebih tepatnya dapat didefinisikan sebagai penggunaan ‘tanda-tanda’ (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik. Representasi bisa dimaknai mendeskripsikan gambaran atau imajinasi dalam pikiran kita atau merepresentasikan hal lain. Dalam hal ini bahasa merupakan sistem representasi. Ia berfungsi sebagai tanda yang merepresentasikan konsep atau ide kita¹³.

¹² Yasip, “Representasi Kearifan Lokal Dalam Babad Tulungagung,,” *Acta Diurna* 13, no. 1 (2017).

¹³ Eriyanto, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKIS, 2001).

Terdapat teori dalam Analisis Wacana, namun pada penelitian ini yang akan digunakan adalah teori Norman Fairclough, sama seperti Teun A. Van Dijk, teori berusaha menghubungkan teks dengan teks dan konteks yang ada pada masyarakat. Bahasa digunakan sebagai alat untuk melakukan “tindakan” kepada dunia dan sebagai representasi ketika melihat dunia. Model Fairclough terdapat tiga elemen dasar analisa teks, yaitu representasi, relasi dan identitas. Fokus dari elemen representasi adalah ingin melihat bagaimana sesuatu digambarkan dalam teks. Representasi terbagi tiga, representasi anak kalimat, kombinasi anak kalimat, dan rangkaian anak kalimat, ketika menganalisis data, ketiga representasi ini akan diterapkan bersamaan. Selain teks tertulis, gambar juga menjadi bahan penelitian karena gambar merupakan tanda yang bisa menyampaikan apa yang tersirat dalam konten YouTube. Dalam menganalisis gambar-gambar yang ada dalam konten video, teori semiologi Rholand Barthes akan digunakan untuk melihat adanya kemungkinan pertanda yang muncul di tingkat mitologi. Gambar juga merupakan salah satu bentuk *speech*.

Relevansi konsep budaya sebagaimana diuraikan diatas, mempunyai peran sentral dalam proses representasi. Budaya itu sendiri adalah sistem representasi. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut ‘pengalaman berbagi’. Seseorang menerima konsep tentang nilai budaya yang sama, apabila membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dengan perspektif yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. Pengertian budaya dalam representasi adalah pemaknaan tentang berbagai kebiasaan hidup masyarakat yang dialami sebagai pembuktian atas pemaknaan itu sendiri. Maka dalam konsep inilah masyarakat yang memiliki kebudayaan akan mendapatkan arti tentang representasinya itu sendiri.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan fenomena yang dikemukakan diatas pendekatan kualitatif berperan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah¹⁴.

Jenis penelitian ini adalah studi analisis teks media dengan model analisis wacana kritis, dengan mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, serta mengambil kesimpulan dari konten atau teks yang terkandung dalam teks media, dan kemudian menghubungkannya dengan berbagai konteks yang melingkupi teks tersebut. Selain

¹⁴ Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Rosdakarya Offset, 2010).

mengkaji tentang makna tanda (representasi), penggunaan tanda (interpretan), acuan tanda (obyek) yang terdapat pada konten Berburu Mobil Impian. Tiga elemen makna tersebut, saling berinteraksi dalam benak penonton, dan muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut¹⁵ untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dan tanda-tanda nilai pendidikan karakter (*character building*) yang termuat di dalamnya

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer didapat dari konten Berburu Mobil Impian yang ditayangkan pada kanal YouTube Mas Wahid yang kemudian disaring menjadi enam episode sebagai sampling yang didalamnya terdapat pokok wacana sesuai rumusan masalah, yang digunakan dalam penelitian. Sampling konten diambil mempertimbangkan tema nilai-nilai pendidikan karakter (*character building*) yang lebih dominan sesuai tema permasalahan, serta memperhatikan kategori jumlah viewer terbanyak, sebagai parameter tayangan yang cukup favorit ditonton pengguna YouTube. Sedangkan data sekunder berupastudi literatur seperti jurnal, buku, artikel, dan tulisan-tulisan lain baik yang bersifat cetak atau format publikasi portal digital.

Teknik Analisa

Pengumpulan data yang digunakan, yaitu menyimak video di YouTube dan mengamati komentar-komentarnya, jumlah like, jumlah video yang ditonton oleh warganet. Teknik pengumpulan data melalui observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisa data dilakukan juga dengan menelaah seluruh sumber data, seperti hasil observasi, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, video, jurnal, buku, hasil penelitian, publikasi portal online dan sebagainya. Peneliti memfokuskan kajian pada representasi pendidikan karakter yang dibangun pada tayangan Berburu Mobil Impian. Teknik analisa data menggunakan teknik dari Creswell, kunci teknik analisa ada pada peneliti, sehingga peneliti harus memiliki literasi teori dan wawasan yang luas, untuk menginterpretasi, menganalisis dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih terang. Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan eksplanatif. Data mengenai konten Berburu Mobil Impian dikompilasi, dianalisa dan dihubungkan berbagai keterkaitannya melalui metode tersebut. Metode deskriptif digunakan untuk menyajikan berbagai data dan informasi mengenai topik kajian.

¹⁵ Alex. Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, n.d.).

Metode eksplanatif digunakan untuk mengupas dan menjelaskan bagaimana fenomena sosial terjadi.

Setelah analisa data kemudian melakukan reduksi data, dengan merangkum hal-hal pokok, mencari fokus pada hal yang penting dan relevan, mencari tema dan polanya, lalu menyajikan data dalam bentuk uraian singkat. Aktifitas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dilakukan secara terus-menerus¹⁶.

Hasil Dan Pembahasan

Fenomena Mas Wahid dalam YouTube

Kanal YouTube Mas Wahid menjadi terkenal setelah membuat program channel khusus di YouTube bernama Berburu Mobil Impian. Seperti dikutip dari laman media mainstream utama di Jawa Tengah suaramerdeka.com, program itu dirintis sejak tahun 2017. Awalnya sang kreator konten tidak menduga akan mendapatkan sebuah pekerjaan untuk memenuhi permintaan pesanan untuk dicarikan mobil bekas oleh salah satu subscriber. Seiring berjalan waktu, penonton youtube banyak yang menyukai konten Beburu Mobil Impian. Akun YouTube Mas Wahid memiliki 769 ribu subscriber dan 132.613.590 viewers per tanggal 10 Mei 2020 dan akan terus bertambah.

Gambar 1. Profil YouTube Mas Wahid



Ketika menelisik kanal YouTube Mas Wahid di awal-awal konten yang diunggahnya, tidak ditemukan konsep tayangan yang menjual gaya hidup sama sekali,

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND* (Bandung: Alfabeta, 2010).

pun tidak ada elemen yang bersentuhan dengan kemewahan atau set latar yang bergaya urban layaknya yang disuguhkan kebanyakan kreator konten ibukota seperti Atta Halilintar, Arif Muhammad, Andre Taulani, dan lainnya. Barangkali dipengaruhi oleh keberadaannya yang berangkat dari lingkungan daerah, selain pembawaan yang memang ada adanya.

Penulis menggarisbawahi profil Mas Wahid yang ditampilkan di depan layar YouTube menunjukkan karakter seorang anak muda (bukan anak muda kalangan urban) yang menampilkan kejujuran dalam kesehariannya baik yang nampak di depan layar, maupun yang dapat dilihat nampak apa adanya di belakang layar. Tayangan dengan karakter seperti kanal dan persona Mas Wahid menjadi fenomena yang baik, diantara maraknya konten media sosial yang memberikan tampilan tayangan tidak sesuai ekspektasi antara yang di depan layar dengan di belakang layar.

Konten Berburu Mobil Impian

Berburu Mobil Impian adalah satu diantara judul konten YouTube Mas Wahid. Bercerita tentang proses perburuan mobil bekas(jasa mencarikan mobil bekas) pesanan subscriber kanal Mas Wahid ataupun netizen secara umum. Pencarian dilakukan oleh Mas Wahid sendiri ataupun timnya selaku sebagai inspektur mobil bekas, yang dilakukan secara profesional. Tayangan lebih seperti program reality show yang ditayangkan pada platform YouTube. Konten tersebut dibuat sampai beberapa seri episode tanpa batasan cerita dan akhir episode, karena setiap episode memiliki latar belakangberbeda-beda satu sama lain. Perbedaan dapat terjadi pada latar belakang sang pemesan mobil, jenis mobil, tempat pencarian mobil, aktor inspektur perburuan mobil, dan sebagainya.

Seperti penelitian yang pernah dilakukan terdahulu pada bagian pendahuluan di atas, peneliti menggunakan teori representasi sebagai pisau dalam mengupas dan menerjemahkan nilai *character building* yang tersaji pada konten Berburu Mobil Impian. Penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan kajian pada tulisan ini dalam hal pembahasan konten YouTube, selain itu kesamaan dalam penggunaan teori representasi memberikan kesatuan tujuan, bermaksud untuk menyuguhkan wujud konten yang mendidik dan menginspirasi pada konten YouTube, ada penelitian lainnya berusaha menyibak tanda-tanda dibalik konten YouTube yang tidak sesuai realita sesungguhnya, sehingga khalayak menjadi peka terhadap berbagai konten YouTube. Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini lebih mencermati nilai-nilai edukasi yang ditampilkan oleh kreator konten pada tayangan

konten yang diteliti. Nilai edukasi tersebut lebih berwujud pendidikan karakter (*character building*). Kesamaan pada penelitian terdahulu yang lain adalah adanya sisi inspiratif dari suatu konten YouTube, serta berkaitan dengan aktifitas anak muda (*youth culture*), dengan obyek penelitian kreator konten anak muda. Peneliti menitiktekanan anak muda sebagai generasi potensial. Isu anak muda menjadi perhatian khusus berbagai kalangan, termasuk akademisi, sebagai upaya untuk menyaring pengaruh buruk pada media, karena generasi ini adalah pangsa pasar terbesar platform YouTube. Sejalan dengan hal tersebut, materi dalam kajian ini adalah interpretasi tentang kearifan lokal yang dibawa Mas Wahid dan tim. Dalam hal ini peneliti merujuk pada teori Hall tentang representasi untuk mendapat pemahaman lebih lanjut mengenai apa makna dari representasi dan bagaimana caranya beroperasinya teori tersebut dalam masyarakat budaya ¹⁷ "Representasi" adalah sebuah cara di mana memaknai apa yang diberikan pada benda yang digambarkan. Proses produksi dan pertukaran makna antara manusia atau antar budaya yang menggunakan gambar, simbol dan bahasa adalah disebut representasi. Budaya yang paling sering digunakan dalam produksi dan pertukaran makna adalah bahasa, melalui pengalaman-pengalaman yang ada dalam masyarakat. Konsep budaya pada konten Berburu Mobil Impian peneliti angkat sebagai peran sentral dalam proses representasi. Budaya dalam dikemas dalam wujud pendidikan karakter itu sendiri adalah sebuah sistem representasi. Kebudayaan dalam konteks pada Berburu Mobil Impian merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada di situ membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam 'bahasa' yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.

Tabel 1. Sample Konten Berburu Mobil Impian

No	Judul Konten
1	Bekerja, Bersabar, Berdoa, Akhirnya Ertiga
2	Memburu Mobil Impian : Xenia Xi 09
3	Dari Rosok Jadi Panther
4	Spesial Untuk Kedua Orang Tua di Rumah : Innova G

¹⁷ Yasip, "Representasi Kearifan Lokal Dalam Babad Tulungagung."

Sumber : YouTube Mas Wahid

Dari enam seri konten Berburu Mobil Impian diatas, peneliti merangkumnya kedalam beberapa pokok unsur budaya dengan nilai pendidikan karakter yang dibawakan di dalam Vlog. Konstruksi budaya sebagaimana benang merah konsep Tylor, Linton dan Giddens pada kerangka pemikiran diatas, merupakan kebiasaan manusia yang bisa dipelajari berupa tingkah laku termasuk pola kerja yang digunakan dalam keseharian. Kebiasaan manusia yang mewujudkan menjadi nilai karakter tersebut, direpresentasikan dalam bentuk petuah lisan, maupun yang tersaji dalam perilaku.

1. Integritas Total & Kesederhanaan (Kesahajaan)

"Bismillah, Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh"

(Semua Seri Berburu Mobil Impian)

Dalam setiap opening video Berburu Mobil Impian kita akan mendengar kalimat salam pada poin 1 diatas. Bukan hanya sebagai kalimat pembuka, kalimat tersebut, adalah sebuah komitmen total dalam bekerja menjalankan tugas berburu mobil impian. Sebuah kalimat yang mengunci setiap pekerjaan yang dilakukan oleh tim senantiasa berada pada rel kejujuran, dan nilai integritas. Sebuah kearifan lokal yang berwujud Bahasa lisan, dan kemudian direpresentasikan juga ke dalam perilaku Tim Berburu Mobil Impian dalam menunaikan tugasnya. Salah satunya dalam penampilan yang sederhana. Sederhana bukan berarti tidak punya, namun kesahajaan memang menjadi kebiasaan manusia yang luar biasa, dan tergambar dalam semua vlog Berburu Mobil Impian. Inilah nilai kemanusiaan dan kearifan lokal paripurna, yang disampaikan di setiap awalvlog.

2. Berorientasi pada nilai immaterial (pandangan hidup)

- "Saya terpacu untuk giat bekerja usaha rosok, kemudian saya bermimpi untuk membeli mobil keluarga untuk membahagiakan orang tua walaupun sesuai kemampuan saya, saya terinspirasi channel mas Wahid ini yang penting cash tidak hutang, itu jargon yang selalu terngiang-ngiang di pikiran saya" (Seri Mobil Panther)
- "... nilainya mungkin "hanya" Rp 83 Juta, tapi andai kita berdagang dengan Tuhan, saya yakin langit dan bumi beserta isinya sudah menjadi milikmu mas Nugraha

(pemesan), semoga saya bisa meniru apa yang dilakukan mas Nugraha kepada bapak dan ibunya” (Seri Mobil Xenia Xi)

- “Semoga kalian semua selalu sehat dan tetap bisa bersyukur dalam keadaan apapun.” (Seri Mobil Ertiga)
- “Tim Berburu Mobil Impian (Cuenk) menolong pengendara mobil di jalan (seorang ibu dan anaknya) yang kesulitan mengendalikan kendaraan di tanjakan.” (Seri Mobil Ertiga)

Budaya sebagian masyarakat yang bersifat immaterial sangat baik dibawakan di dalam vlog Berburu Mobil Impian, nilai untuk tidak berhutang selalu menjadi ajaran orang tua secara turun temurun, lalu ada nilai immaterial yang direpresentasikan dalam wujud pahala dengan Bahasa sebesar langit dan bumi sebagai nilai yang impas atas niat yang ditunjukkan oleh salah satu pelanggan Berburu Mobil Impian untuk berbakti kepada orang tua. Lalu nilai bersyukur, walaupun bersifat universal, namun tetap menjadi warisan kearifan lokal yang dipegang oleh masyarakat secara umum dalam nilai karakter yang konstruktif. Selain kalimat poin 1 diatas, dalam opening Vlog seringkali dijumpai petuah untuk bersyukur dalam kondisi apapun. Tidak hanya dalam bahasa lisan, nilai bersyukur, peneliti lihat juga tergambar dalam perilaku Tim dalam bekerja dan berinteraksi dalam jalannya Vlog. Selain itu tak ketinggalan, nilai sosial didalamnya yang masih masuk kategori nilai immaterial, dimana Tim Berburu Mobil Impian, sejenak membantu kesulitan pengendara di jalan.

3. Bakti Anak Kepada Orang Tua

- “Dia ingin mempersembahkan mobil innova untuk orang tua, alasannya sepele sebenarnya untuk anak zaman sekarang, alasannya adalah karena beliau sudah membesarkannya.” (Seri Mobil Innova G)
- “Usahamu dalam berbakti kepada orang tua adalah pelajaran berharga bagi kita semua, untuk itulah kami dari tim redaksi mempersembahkan video ini untukmu.” (Seri Mobil Innova V Luxury)
- “Teman-teman, sayang tidak bisa saya gambarkan betapa haru momen saya waktu itu, yang merasakan momen bahagia justru saya, berapapun fee akomodasi yang saya terima tidak akan bisa melebihi kebahagiaan saya, melihat sepasang orang tua yang begitu bangga terhadap anaknya, nilainya mungkin “hanya” Rp 83 Juta tapi andai kita berdagang dengan Tuhan, saya yakin langit dan bumi beserta isinya sudah menjadi milikmu Mas Nugraha (pemesan), semoga saya bisa meniru apa yang dilakukan mas Nugraha kepada bapak dan ibunya” (Seri Mobil Xenia Xi)

Pada umumnya tidak ada manusia yang tidak ingin berbakti kepada orang tuanya, dan nilai ini termasuk kearifan dan nilai karakter tertinggi dalam kehidupan berbudaya di masyarakat. Banyak Vlog Berburu Mobil Impian beranjak dari pijakan niat tulus tersebut. Ajaran berbakti kepada orang tua, tentunya bisa menjadi pengaruh yang sangat positif bagi viewer channel Mas Wahid. Terbukti di beberapa Vlog lain, ada satu pemesan mobil yang terinspirasi oleh Vlog sebelumnya, dan juga ada penjual mobil yang menjadi subscriber karena merasa mendapat inspirasi positif terhadap nilai-nilai budaya kearifan dalam wujud pengembangan karakter yang ditunjukkan di dalam Vlog.

4. Bertanggung jawab dalam bekerja

- “Tim Jateng hari ini *meeting* untuk mengoptimalkan kembali proses perburuan, untuk membentuk sistem terbaik tidak terlalu cepat tidak terlalu lama dalam perburuan. Saya sangat ingin mendengarkan apa yang terjadi di lapangan.” (Seri Mobil Ertiga)
- “Jadi teman-teman kami harap teman-teman percaya seratus persen saja (dengan Teman Mas Wahid, Tim Perburuan Mobil Impian), toh kalau ada apa-apa nama Mas Wahid masak (rusak), hanya karena seratus juta (rupiah), kan ya rugi. Mohon maaf saya terpaksa mengatakan ini semoga kalian bisa mengerti.” (Seri Mobil Ertiga)
- “Sangat puas dengan tim nya mas wahid, meskipun harga di bawah pasaran, tapikualitas tetap bagus.” testimoni pelanggan (Seri Mobil Panther)
- “Pajak 2019 bulan ke-3, nomor rangka cocok, nomor mesin tersembunyi, mesti ngolong, lagi cari cara, ini pakai senter, (sambil melongok ke kolong mobil), ya, nomor mesin di surat sama dengan yang dimesin, selanjutnya *test drive*... “ (Seri Mobil Innova V A/T)
- “Sudah saya wawancara, mesin kering, surat lengkap, sudah saya tanyakan tapi kunci tinggal satu, barang bagus, cat original, kalau deal mau dipoles di 3M (mitra bengkel *body repair*), faktur surat-surat lengkap semua, pajak (jatuh tempo perpanjangan masih) tahun depan, mobil jaminan siap pakai.” (Seri Mobil Innova G)

Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu diajarkan untuk bertanggungjawab dalam hal apapun, termasuk ketika bekerja. Agenda Berburu Mobil Impian adalah bentuk pekerjaan yang dilakukan oleh Tim Mas Wahid dalam membantu pemesan mobil untuk memperoleh kendaraan yang terbaik. Tim Mas Wahid dalam hal ini bekerja sebagai inspector kendaraan bermotor roda empat, yang menilai dan menentukan

apakah suatu kendaraan masuk dalam kategori baik atau kurang baik, sesuai SOP (standar operasional prosedur) dan kriteria inspeksi yang telah mereka tetapkan. Di Vlog dicontohkan adanya proses evaluasi prosedur kerja, koordinasi, kerjasama antar Tim, upaya kualitas kerja tetap terpelihara yang dibuktikan dengan testimoni positif dari pemesan.

5. Bertanggung jawab kepada keluarga

“Bekerja tidak lantas melupakan berkasih sayang kepada keluarga, memberikan hak istri dan anak dalam keluarga.” (Seri Mobil Panther)

Bertanggungjawab dalam bekerja pada poin empat di atas berlaku juga dalam konteks keluarga, sama-sama penting. Vlog Berburu Mobil Impian di beberapa seri secara visual mengajarkan karakter manusia yang baik dalam berkeluarga, baik dalam hubungan dengan anak, dan istri. Ada cengkrama hangat yang terbangun di antara keluarga Mas Wahid maupun tim Berburu Mobil Impian yang lain. Peneliti merasakan nilai-nilai kekeluargaan yang disajikan dalam gaya khas Mas Wahid yang senantiasa bersahaja di tayangan ini adalah sebuah poin penting tersendiri.

Sebagai konten YouTube dengan format *reality show*, nilai keluarga menjadi materi gimik yang menarik, tak melulu harus dibuat-buat dan membosankan, karena pada konten Berburu Mobil Impian dikemas secara natural dalam set tempat dan waktu pada keseharian.

Peran Konten Youtube Mas Wahid

Kehadiran YouTube memberikan kesempatan kepada khlayak menjadi Vlogger atau YouTuber, dan hal itu adalah sebuah fenomena menarik dalam perkembangan industri media digital. Situasi tersebut telah mengangkat sosok Mas Wahid dalam kancah industri penyiaran yang terbuka. Materi dan isu yang diangkat dalam dunia penyiaran dewasa ini tidak lagi diisi dan dihuni oleh dominasi perusahaan penyiaran semata. Dalam hal ini, Burgess & Green melihat bahwa vlogger adalah generasi baru pembuat video “amatir” yang memproduksi video dalam bentuk monolog yang direkam menggunakan webcam dan teknik penyuntingan yang relatif sederhana. Para vlogger ini membicarakan berbagai hal, mulai dari pandangan pribadinya terkait politik, sosial-budaya, hingga keseharian kehidupan mereka (Burgess & Green, 2009b:94). Vlogger Mas Wahid menumpahkan ide dan gagasannya pada YouTube secara lebih leluasa, dengan tetap dalam pantauan satu-satunya portal atau situs video sharing, yang saat ini dimiliki Google Inc tersebut. YouTube, media sharing video terbesar di dunia maya. Representasi nilai pendidikan karakter Berburu Mobil Impian turut menghiasi jutaan

video yang bisa dilihat secara gratis. Penggarapannya pun bermula dari video amatir yang dikreasi oleh Mas Wahid. Dan dewasa ini, setelah YouTube berkembang sebagai wadah bagi kemunculan berbagai budaya populer, sebuah budaya massa yang dihasilkan industri budaya untuk menopang stabilitas maupun kesinambungan kapitalisme. Kapitalisme, suka tidak suka masih menjadi motivasi yang paling dominan bagi kesinambungan YouTube itu sendiri, karena sebagai new media, sistem kemitraan (*partnership*) menjadi penopang dalam pengelolaan platform tersebut.

Akibatnya budaya populer yang didefinisikan lahir atas kehendak media dapat diartikan bahwa media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya, dan publik akan menyerapnya dan menjadikannya sebagai sebuah bentuk kebudayaan¹⁸. Populer yang dimaksud disini tidak terlepas dari perilaku konsumsi dan determinasi media massa terhadap publik yang bertindak sebagai konsumen. Bila demikian, maka media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat, termasuk new media tersebut. Sebagai kekuatan baru YouTube memiliki pengaruh kepada khalayak. Selayaknya kreator konten memahami perannya dalam situasi tersebut. Salah satunya hasil kajian dalam konten Berburu Mobil Impian, telah dikreasi Mas Wahid dengan berbagai muatan positif berupa nilai-nilai budaya yang dibalut dengan konsep pendidikan karakter.

Bagaimanapun media berperan sebagai penyebar informasi sesuai fungsinya serta pembentuk opini publik yang kemudian berkembang menjadi penyeragam opini dan selera. Akibatnya, apapun yang diproduksi oleh suatu media menjadi produk budaya, dan dalam hal ini kanal YouTube akan diterima oleh publik sebagai suatu nilai, yaitu nilai kebudayaan. Kreator Konten Mas Wahid yang mengusung perangkat tanda budaya positif hadir sebagai penyeimbang budaya populer pada konten YouTube yang membawa stigma bahwa dia adalah sebuah budaya yang cenderung sekedar memunculkan pencitraan tanpa makna, bersifat dangkal dan tidak *valuable*¹⁹.

Urgensi Alternatif Konten Edukatif

Kearifan lokal sudah cukup lama dimiliki oleh masyarakat kita, yaitu masyarakat tradisional atau masyarakat lokal. Kearifan lokal tumbuh dan berkembang sejalan dari generasi ke generasi secara turun-temurun. Dalam hal ini, sebenarnya manusia menciptakan budaya, termasuk di dalamnya kearifan lokal dan lingkungan sosial

¹⁸ Setiawan, "KEKUATAN NEW MEDIA YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube)."

¹⁹ Setiawan.

mereka sebagai bentuk adaptasi terhadap lingkungan fisik dan biologisnya, berupa kebiasaan-kebiasaan, adat-istiadat, praktik-praktik sosial, dan lain sebagainya.²⁰

New Media dalam hal ini media platform YouTube memiliki peran kuat sebagai agen penyebar informasi, sekaligus memiliki kekuatan pembentuk opini publik yang kemudian berkembang lambat laun opini dan selera masyarakat akan mengalami penyeragaman. Dalam Vlog yang sedemikian banyak ragamnya yang tersaji di YouTube, dalam konteks ini peneliti merasa perlu untuk memaparkan alternatif tayangan yang berisi konten yang positif dan sarat akan makna nilai budaya positif yang sebenarnya telah banyak dianut oleh masyarakat itu sendiri, namun jarang diangkat di new media YouTube. Karena tak bisa dipungkiri banyak kreator konten YouTube yang mengangkat tema-tema populer, entah itu memiliki makna atau tidak, yang pasti motivasi mereka tentu berujung pada profit. Diluar itu semua, pada akhirnya channel YouTube Mas Wahid adalah salah satu contoh, pilihan tayangan YouTube yang edukatif sekaligus menghibur, sekaligus bisa menjadi role model channel YouTube yang edukatif tapi tetap memberi nuansa hiburan, sebagaimana irama yang tersaji pada channel Mas Wahid.

Faktanya di lapangan, banyak diantara tayangan YouTube yang menawarkan materi hedonisme, sajian kekonyolan atau menampilkan nilai kontroversial saja, hanya untuk mendulang banyak viewer, dan inilah nilai-nilai yang bersifat dangkal tersebut. Mengingat gaya hidup hedonis banyak ditampilkan dalam media massa, salah satunya adalah YouTube yang saat ini menjadi media baru. Dari berbagai genre Vlog, *daily life* adalah konten yang banyak digemari oleh penonton YouTube, hal tersebut dapat dilihat dari subscriber Vlog bertema *daily life* yang mampu mencapai angka ratusan hingga jutaan viewers. Para vlogger bergenre *daily life* tersebut umumnya menunjukkan gaya hidup mewah yang membutuhkan biaya cukup tinggi dalam keseharian²¹.

Namun demikian, diantara layar-layar YouTube tersebut, ada beberapa yang memberikan alternatif tayangan pembelajaran positif bagi khalayak (viewer YouTube) dengan balutan pertunjukan yang tetap menghibur. Dari hasil kajian pada tulisan ini, konten Berburu Mobil Impian ditemukan adanya *physical evidence* yang menunjukkan kualitas kerja sebagai inspektur mobil bekas, serta ditopang oleh *talent* pelaku tim pencarian mobil yang memang dipilih Mas Wahid dengan perawakan yang biasa, sederhana, terampil, memiliki kejujuran dan kesungguhan dalam bekerja.

²⁰ R Cecep Eka Permana, *Kearifan Lokal Masyarakat Baduy Dalam Migitasi Bencana* (Jakarta: Wedatama Widya Sastra, 2010).

²¹ Brigitta Revia, "Penerimaan Khalayak Mengenai Gaya Hidup Hedonisme Yang Ditampilkan Dalam Video Blog NRab Family," *Jurnal Komunikatif*, 2019, <https://doi.org/10.33508/jk.v8i1.2069>.

KESIMPULAN

Dari pemaparan dan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai budaya pada konten Berburu Mobil Impian yang ada pada channel YouTube Mas Wahid dapat direpresentasikan sebagai pendidikan karakter (*character building*). Ada lima nilai karakter yang sering menjadi repetisi pada seri tayangan tersebut, (1) integritas & kesederhaan, (2) berorientasi pada nilai immaterial, (3) bakti kepada orang tua, (4) bertanggung jawab dalam bekerja, (5) bertanggung jawab pada keluarga.

Hasil riset mengungkapkan bahwa YouTube sebagai new media bisa memberikan dampak yang baik untuk masyarakat melalui tayangan yang edukatif. Atribut budaya dengan muatan positif dalam wujud pendidikan karakter dapat menjadi satu alternatif kreator konten dalam melakukan aktifitas kreatifnya di kanal YouTube.

Sejalan dengan konsep budaya dalam kemasan konten YouTube, terdapat rumusan kebudayaan Ralph Linton, Profesor Antropologi pada Universitas Columbia, New York, Amerika Serikat, yang menekankan bahwa kebudayaan sebagai konfigurasi tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku yang unsur-unsurnya digunakan bersama-sama dan ditularkan oleh para warga masyarakat. Nilai-nilai yang ditampilkan pada konten YouTube, dalam konteks edukasi menjadi wujud tingkah laku yang bisa dipelajari sekaligus diimitasi oleh viewer (penonton YouTube) lalu kemudian ditransformasi menjadi manifestasi perilaku sehari-hari masyarakat.

Channel YouTube Mas Wahid adalah salah satu contoh dari pilihan tayangan YouTube yang edukatif sekaligus menghibur, tentu menjadi harapan bahwa masih adanya dan masih dapat ditemukan serta akan muncul lagi banyak channel YouTube yang seirama dengan channel Mas Wahid, yaitu bergaya edukatif dan tetap memberi hiburan. Tayangan tersebut menjadi harapan bagi masyarakat informasi untuk menghadirkan tayangan yang menjadi kontra terhadap perilaku yang negatif pada YouTube. Sehingga besar kemungkinan Industri Vlogger/YouTube di Indonesia akan menjadi sebuah industri yang semakin matang kedepannya.

REFERENSI

- Burgess, J., & Green, J. (2009a). *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity.
- Burgess, J., & Green, J. (2009b). The entrepreneurial vlogger: Participatory culture beyond the professional-amateur divide. In Pelle Snickars, & Patrick Vonderau (eds), *The YouTube Reader* (p. 89-107). London, UK: Wallflower Press.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Damanik, Florida Nirma Sanny. (2012). Menjadi Masyarakat Informasi. *Jurnal Sifo Mikroskil* (JSM), Volume 13, Nomor 1.
- Eriyanto, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta : LKIS, 2001.
- Kristianto, Bernard Realio Danu, Rustono Farady Marta. (2019). Monetisasi Dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog Youtube. *Jurnal Lugas*, Volume 3, Nomor 1.
- Kristanto, Nurdien Harry. (2015). Tentang Konsep Kebudayaan. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, Volume 10, Nomor 2.
- Khotimah, Siti Husnul. (2020). Representasi Pesan Moral Dalam Film *Web Series Switch* (Episode 1-2) Di Channel Youtube Klaklik. Skripsi. Ponorogo : IAIN Ponorogo.
- Larry A, Richard E.Porter, Edwin R McDaniel. (2014). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Moloeng, Lexy J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Rosdakarya Offset.
- Mahameruaji, Jimi N., Lilis Puspitasari, Evi Rosfiantika, Detta Rahmawan. (2018). Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 15, Nomor 1 Nurzakiah, Ahmad. (2009). Representasi Maskulinitas. Jakarta: FIB UI.
- Ningrum, Yunita Rini Puspita. (2018). Toleransi Beragama Dalam Channel Youtube Gita Savitri Devi. Skripsi. Surakarta : IAIN Surakarta. Labas, Yessi Nurita, Daisy Indira Yasmine. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring : Studi Kasus YouTube Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Volume 4, Nomor 2.
- Permana, R Cecep Eka. (2010). *Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam Migitasi Bencana*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Rahmawan, Detta, Jimi N. Mahameruaji, Preciosa Alnashava. (2018). Potensi Youtube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak Muda. *Jurnal Edulib*, Volume 8, Nomor 1.
- Revia, Brigitta. (2019). Penerimaan Khalayak Mengenai Gaya Hidup Hedonisme dalam Video Blog NRAb Family. *Jurnal Komunikatif*, Volume 8, Nomor 1. Samovar,
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sari, Ratna Permata. (2018). Representasi Identitas Perempuan Dalam Video Blog Sebagai Budaya Anak Muda (Studi Semiotika Vlog Gitasav Di Youtube). *AJIE*, Volume 3, Nomor 2.
- Sartini, Ni Wayan. (2004). Menggali Kearifan Lokal Nusantara Sebuah Kajian Filsafati. *Jurnal Filsafat*, Volume 37, Nomor 2.
- Setiawan, Rudy. (2013). Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di YouTube). *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 1, Nomor 2.
- Suarta, I Made. (2013). Kearifan Lokal (Local Genius) Sebagai Soko Guru Menata Peradaban Bangsa Yang Berkarakter Nusantara (Refleksi Karya Ki Dalang Tangsub). *Jurnal Ikadbudhi*, Volume 2.

- Utami, Ira Putri. (2018). Representasi Anak Dalam Media Sosial Youtube. Skripsi. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Yasip. (2017). Representasi Kearifan Lokal Dalam Babad Tulungagung. *Acta Diurna*, Volume 13, Nomor 1.

Internet

- Ary. 2019. Kepercayaan dan Kejujuran, Kunci Sukses Usaha. <https://suaramerdeka.com/smcetak/baca/163050/kepercayaan-dan-kejujuran-kunci-sukses-usaha> (diakses pada 30 April 2020)
- Riandi, Ady Prawira. 2020. Polisi : Motif Ferdinan Paleka Bikin Konten Prank Sembako Sampah untuk Naikkan Subscriber. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/05/08/153826066/polisi-motif-ferdian-paleka-bikin-konten-prank-sembako-sampah-untuk-naikkan?page=all> (diakses pada 11 Mei 2020)