

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, jaringan teknologi, dan komunikasi pada abad ke-20. Media ini berkembang baik dalam segi teknologi, komunikasi, maupun informasi.¹ Kanal berbagi video YouTube merupakan bentuk dari keberadaan media baru. YouTube memungkinkan penggunanya untuk menonton, memuat dan berbagi klip video secara gratis. YouTube disebut-sebut sebagai *database* video yang populer di jagat maya sebab menawarkan banyak pilihan untuk ditonton. YouTube memungkinkan penggunanya untuk dapat menemukan beragam unggahan video sesuai keinginan. Hal ini tak lepas dari kreativitas para kreator yang terjun sebagai YouTuber.

Siapa pun dapat berkontribusi menjadi kreator sebab pengguna aktif media sosial akan memainkan dua peran sekaligus, yakni sebagai produsen dan konsumen informasi.² Waktu ke waktu jumlah YouTuber atau kreator turut mengalami peningkatan setelah mengetahui bahwa kanal berbagi video ini berpotensi mendatangkan pundi rupiah sehingga dianggap sebagai profesi oleh sebagian orang. Hal ini bahkan mendorong sejumlah selebritas tanah air mencoba peruntungan menjadi seorang YouTuber.

¹ Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama.

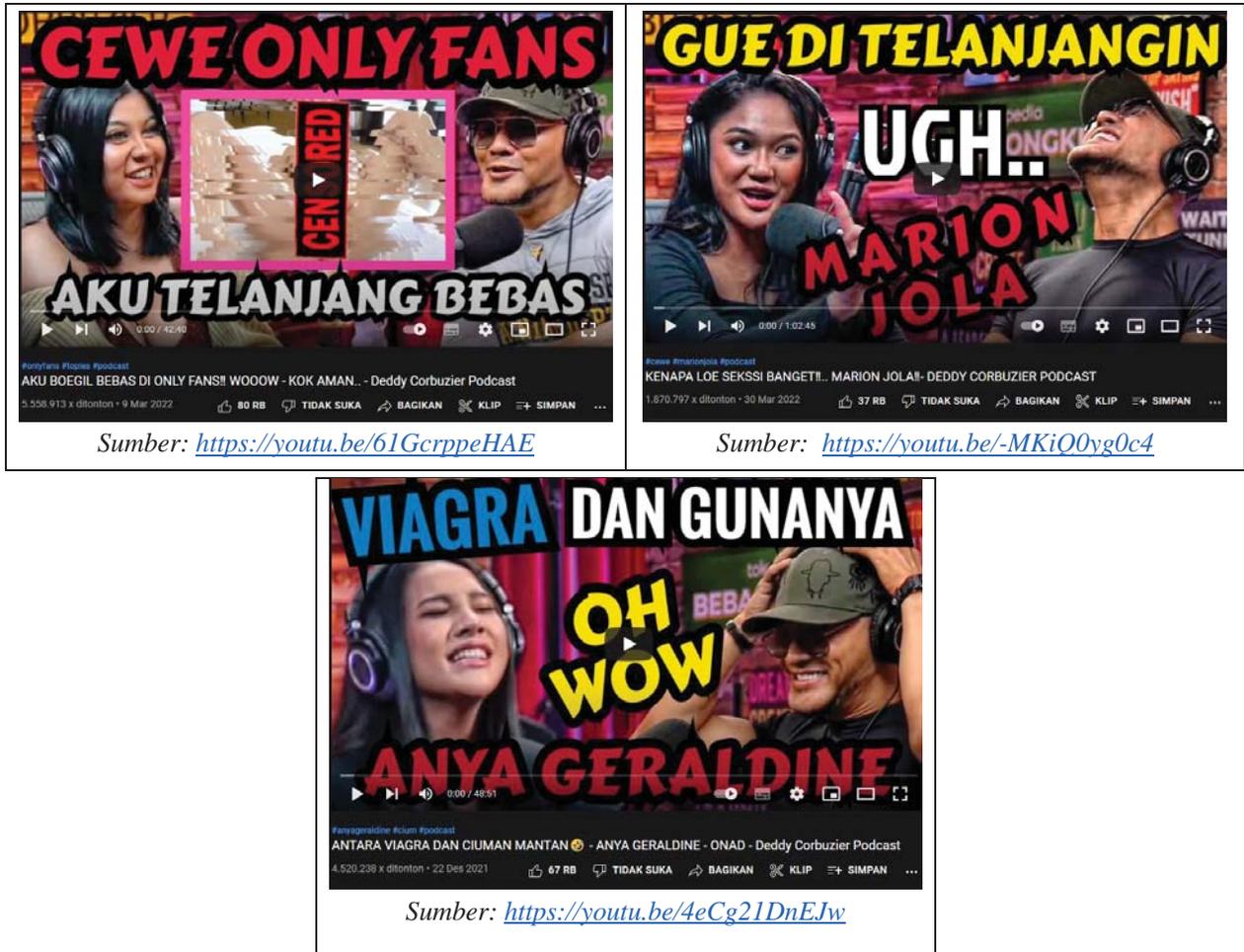
² Restendy, M & Fahri Hilmi. (2020). *Social Media Influencer: Clickbait* dalam Pusaran Etika Jurnalistik. *Jurnal Komunika Islamika*, Vol. 7 No. 2.

Salah satu kreator *vodcast* di kanal YouTube ialah Deodatus Andreas Deddy Cahyadi Sunjoyo atau yang dikenal publik sebagai Deddy Corbuzier. Deddy merupakan mentalis Indonesia yang ikut berkecimpung di dunia YouTube sejak 8 Desember 2009. Dijuluki *Father of YouTube* Indonesia, hingga awal November 2022 Deddy berhasil memiliki 19,7 juta *subscriber*. Konten yang populer dan paling sering ditonton di akun *channel* miliknya adalah video *podcast* atau *vodcast*. *Vodcast* Deddy mengangkat isu terkini di tanah air, baik politik, pendidikan, sosial, kisah inspiratif atau hal yang tengah menjadi buah bibir masyarakat, termasuk isu seksualitas.

Dinamai *#CloseTheDoor Corbuzier Podcast*, konten tersebut acapkali menduduki posisi YouTube *trending* di Indonesia. Melejitnya jumlah penonton *vodcast* Deddy tak lepas dari praktik *clickbait*, baik yang tertera pada judul konten maupun *thumbnail* di halaman depan. Jika diperhatikan dengan seksama, hampir seluruh *vodcast* Deddy memuat unsur yang sebenarnya tidak memiliki keterkaitan langsung dengan isi konten yang dipublikasi. Deddy kerap kali menggunakan kata-kata yang provokatif dan memancing rasa penasaran khalayak untuk menjaring klik pada konten miliknya. Karakteristik *clickbait* yang paling sering dijumpai pula ialah penggunaan judul sensasional, bombastis, menggoda serta ‘menipu’ khalayak.³

³ Yamlean, Yoseva. (2019). *Clickbait Journalism dan Pelanggaran Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pelanggaran Etika Jurnalistik dalam Praktik Clickbait pada Media Online Jogja.tribunnews.com Periode 1 Maret 2019 – 30 April 2019)*. Merchubuana, Yogyakarta.

Gambar 1.1 Judul dan *Thumbnail Vodcast* Deddy Corbuzier



Sumber: YouTube, 2022

Gambar 1.1 di atas merupakan contoh implementasi praktik *clickbait* yang dilakukan oleh *vodcast* Deddy dalam pemilihan judul *headline* serta penggunaan *thumbnail* vulgar untuk mengemas isu seksualitas di kanal YouTube-nya. *Vodcast* pertama dan kedua diunggah pada tahun yang sama, yakni tahun 2022. Sedangkan *vodcast* terakhir, diunggah pada penghujung Desember tahun 2021. Ketiga

unggahan *vodcast* di atas merupakan subjek yang diteliti oleh penulis pada *channel* YouTube Deddy Corbuzier.

Isu seksualitas yang diangkat oleh Deddy sebetulnya termasuk dalam konten yang dikenai pembatasan usia (*age-restricted*) sehingga tidak sesuai untuk penonton di bawah umur. Umumnya jika konten bermuatan vulgar kreator biasanya akan memberi *content warning* pada *thumbnail* sebagai tanda bahwa konten tersebut tidak layak untuk penonton di bawah umur. Namun, hal tersebut justru tidak dilakukan oleh Deddy pada *vodcast*nya, sehingga mengabaikan kebijakan YouTube selaku *platform*.

Peristiwa yang berkenaan dengan seksualitas cenderung menarik bagi sebagian orang karena menyangkut kebutuhan dasar dan fitrah manusia.⁴ Ungkapan tersebut tergambar sebagai salah satu karakteristik isi pesan media massa yang seringkali ditonjolkan.⁵ Fakta inilah kemudian menguatkan anggapan bahwa Deddy melakukan praktik demikian semata-mata untuk menjaring klik sebanyak mungkin agar *viewer* atau *subscirber* terus melonjak naik. Singkatnya praktik *clickbait* dapat meningkatkan jumlah *viewer* dan *subscriber*, sejumlah iklan dan ajakan kerja sama pun turut berdatangan sehingga memberi keuntungan materil bagi pelaku *clickbait* meski harus mengesampingkan pendidikan moral dan etika.

Sebetulnya praktik *clickbait* sudah ada sejak lama karena umum digunakan sebagai teknik *marketing* namun dengan tetap mementingkan kaidah pembuatan

⁴ Romaltea. (2017). *10 Nilai Berita (News Values) dan Contohnya*. Romaltea.com

⁵ Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

clickbait secara benar. Hal ini tentu saja berlaku juga bagi para pelaku media di kanal YouTube dalam memberikan informasi kepada khalayak untuk tidak mencederai etika jurnalistik. Etika jurnalistik membahas *clickbait* berdasarkan sepuluh elemen jurnalisme yang harus dipatuhi oleh seluruh pelaku media.⁶ Apabila praktik *clickbait* tetap dilakukan akan berpotensi mencederai etika jurnalistik sebagai regulasi yang berlaku.

Menjebak khalayak untuk mengklik video dengan adanya praktik *clickbait* secara etis sangat mencerminkan rasa tidak bertanggung jawab. Terlebih jika isu yang diangkat berkenaan dengan seksualitas, dikhawatirkan hal itu dapat memicu adanya ketimpangan informasi, serta mendatangkan masalah seperti adanya pembenaran profesi PSK, pendistribusian video porno, penyalahgunaan obat perangsang seksual sehingga mendorong penyebaran informasi yang keliru di khalayak luas.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai etika jurnalistik penggunaan *clickbait* oleh *vodcast* Deddy Corbuzier dalam mengemas isu seksualitas di kanal YouTube.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Penggunaan *clickbait* dalam mengemas isu seksualitas pada judul dan *thumbnail* konten *vodcast* Deddy Corbuzier.

⁶ Bill Kovach & Tom Rosenstiel. (2007). *The Elements of Journalism*. Three Rivers Press.

2. Praktik *clickbait vodcast* Deddy yang mengindikasikan adanya pelanggaran etika jurnalistik dalam sepuluh elemen jurnalisme.
3. Praktik *clickbait* yang memicu ketimpangan informasi serta sejumlah pembenaran menyangkut isu seksualitas.

1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun fokus penelitian yang hendak diteliti ialah mengenai etika jurnalistik penggunaan *clickbait* oleh *vodcast* Deddy Corbuzier dalam mengemas isu seksualitas di kanal YouTubenya.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun rumusan masalah ialah “Bagaimana etika jurnalistik penggunaan *clickbait* oleh *vodcast* Deddy Corbuzier dalam mengemas isu seksualitas?”.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun tujuan penelitian ialah mengetahui etika jurnalistik penggunaan *clickbait* oleh *vodcast* Deddy Corbuzier dalam mengemas isu seksualitas.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berharga bagi perkembangan Ilmu Komunikasi serta memenuhi informasi, khususnya yang

berkaitan dengan fenomena *vodcast* dan etika jurnalistik dalam praktik *clickbait* yang lumrah digunakan oleh para kreator YouTube Indonesia.

1.6.2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan pandangan mengenai bagaimana seharusnya pelaku media menjunjung tinggi etika jurnalistik dalam segala tindak praktik pendistribusian informasi serta dapat dijadikan sebagai bahan kajian untuk melaksanakan penelitian sejenis secara mendalam.