

**SKRIPSI**

**PRESENTASI DIRI *VLOGGER* MELALUI  
VIDEO BLOG *YOUTUBE***

(Studi pada Anggota Komunitas *Youtuber* Palembang)



**ELVINA LUCKITA  
07021281520154**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2019**

# **SKRIPSI**

## **PRESENTASI DIRI *VLOGGER* MELALUI VIDEO BLOG *YOUTUBE***

(Studi pada Anggota Komunitas *Youtuber* Palembang)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1  
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



**ELVINA LUCKITA**  
**07021281520154**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PRESENTASI DIRI *VLOGGER* MELALUI VIDEO BLOG**

***YOUTUBE***

**(Studi pada Anggota Komunitas *Youtuber* Palembang)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**ELVINA LUCKITA**

**07021281520154**

Indralaya, 8 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

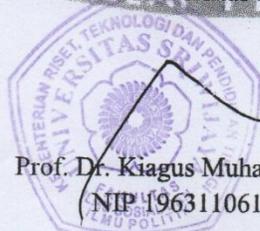
  
Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum  
NIP. 196507121993031003

  
Vieronica Varbi S, S.Sos., M.Si  
NIP. 19860531200812008122004

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya

  
Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si  
NIP. 196311061990031001



## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “**Presentasi Diri Vlogger melalui Video Blog Youtube (Studi pada Anggota Komunitas Youtuber Palembang)**” telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada Tanggal 29 Juli 2019.

Indralaya, 8 Agustus 2019

Ketua

1. Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum  
NIP. 196507121993031003

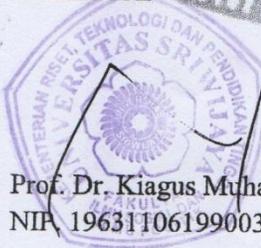
Anggota

1. Vieronica Varbi Sununianti, S.Sos., M.Si  
NIP. 198605312008122004
2. Dr. Mulyanto, MA  
NIP. 195611221983031002
3. Safira Soraida, S.Sos, M. Sos  
NIP. 198209112006042001

Mengetahui:

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Sosiologi



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si  
NIP. 196311061990031001

Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si  
NIP. 197506032000032001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662  
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ELVINA LUCKITA

NIM : 07021281520154

Jurusan : SOSIOLOGI

Konsentrasi : PERENCANAAN SOSIAL

Judul Skripsi : Presentasi Diri Vlogger melalui Video Blog Youtube  
(Studi pada Anggota Komunitas Youtuber Palembang)

Alamat : Jl.HM. Nur No. 410 Sukajadi Baturaja Timur

No.HP : 08117121003

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Pernyataan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Inderalaya, 1 Oktober .....2019  
Yang buat pernyataan,



ELVINA LUCKITA .....  
NIM 07021281520154

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

# **Positive Vibe, Repeat!**

Skripsi Ini Kupersembahkan Kepada :

- 1) Pembimbing-ku
- 2) Orang Tua dan Keluarga
- 3) Sahabat
- 4) Almamater

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan ridha dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Presentasi Diri *Vlogger* melalui Video Blog *Youtube* (Studi pada Komunitas *Youtuber* Palembang)” sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha sebaik dan sesempurna mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi kebutuhan pembaca. Namun, penulis hanyalah seorang manusia yang tidak luput dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna, atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan tersebut penulis mengharapkan adanya kritik dan masukan yang bersifat membangun dari semua pembaca.

Proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan bimbingan dan dukungan moril maupun materil, serta motivasi yang diberikan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan yang baik ini, dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan yang maha Kuasa dalam memberikan petunjuk serta kemudahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Papa, Mama, dan Kedua Kakakku (Bang Avin dan Bang Fadhel) yang selalu memberikan semangat dan doa yang tak henti-hentinya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum selaku Dosen Pembimbing I yang selalu bersedia memberikan waktu untuk bimbingan, serta memberikan saran dan motivasi yang berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Ibu Vieronica Varbi Sununiati, S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk bimbingan serta mendengarkan keluhan penulis dan kemudian memberikan nasihat, motivasi serta pengetahuan baru dalam proses menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.
8. Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan masukan berharga bagi kesempurnaan skripsi ini.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dalam program studi jurusan Sosiologi yang telah banyak memberikan asupan ilmu kepada penulis selama berkuliah di jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
10. Bapak dan Ibu Karyawan/karyawati Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan dalam urusan administrasi selama proses perkuliahan.

11. Rafi Ahmad Farras selaku teman baikku yang selalu bersedia menyediakan waktu ketika terjadi mood swing dalam pengerjaan skripsi serta membantu memberikan motivasi.
12. Sepupuku Jimly,SH, Yurika, SE, Ichsan,ST, dan Fira yang selalu memberikan dukungan moril selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Temanku Syahrul Ramadhan, Richardo Mulya, dan Moch. Rizki Herdentoro yang selalu membantu memberikan informasi akademik, membantu mencetak dokumen skripsi, dan berdiskusi.
14. Teman-teman dari ZSquad dan KKN Desa Gunung Raja yang telah memberikan dukungan serta motivasi dalam proses penulisan skripsi.
15. Keluarga besar UKM Videografi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan pengalaman serta jalan untuk menemukan informan penelitian skripsi ini.
16. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
17. Diriku sendiri yang sudah berusaha dengan maksimal dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan penulis merupakan manusia biasa yang memiliki keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang masih perlu banyak belajar lagi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan nama, gelar, dan jabatan dalam kata pengantar ini. Semoga kita semua bisa menjadi pribadi yang bermnafaat bagi diri kita maupun orang lain melalui ilmu pengetahuan yang kita miliki. Semoga Allah SWT selalu mengampuni dosa-dosa kita dan selalu melimpahkan rahmat dan Ridh-Nya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Indralaya, 20 Juli 2019  
Penulis,

Elvina Luckita  
07021281520154

## RINGKASAN

Presentasi diri pada penelitian ini mengkaji tentang *setting* dan *personal front* yang dipersiapkan *vlogger* untuk ditampilkan di *front stage*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana presentasi diri yang ditampilkan oleh *vlogger* melalui video blog. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang menentukan informan dengan cara *snowball* yang tujuannya untuk mendapatkan informasi yang lebih mendetail sesuai dengan permasalahan peneliti. Strategi penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data yang berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan perspektif presentasi diri dari teori Dramaturgi Erving Goffman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa presentasi diri yang ditampilkan oleh *vlogger* adalah sebagai *influencer*. Presentasi diri merupakan hasil dari persiapan *setting* dan *personal front* yang terbagi atas *setting* fisik dan *setting* non fisik serta *appearance* dan *manner*.

**Kata Kunci:** presentasi diri, *vlogger*, *setting*, *personal front*

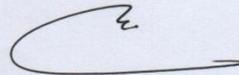
Pembimbing I



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum  
NIP. 196507121993031003

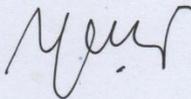
Mengetahui/ Menyetujui:

Pembimbing II



Vieronica Varbi S, S.Sos., M.Si  
NIP. 19860531200812008122004

Ketua Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



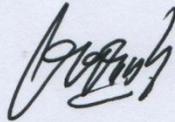
Dr. Yunidyawati, S.Sos.,M.Si  
NIP 197506032000032001

## SUMMARY

*Self-presentation in this research relates to the setting and personal fronts that the vlogger prepares to display on the front stage. The purpose of this research is to find out how the self presentation presented by vlogger through video blog. The research method used in this study is qualitative research method that determines the informant in snowball manner whose purpose is to obtain more detailed information in accordance with the problems of the researcher. The research strategy used a case study with data collection technique in the form of observation, interviews, and documentation. This research is uses a self presentation perspective from Dramaturgi theory by Erving Goffman. The results of this study indicates the self-presentation that used by vlogger is represented themselves as influencer. The self-presentation presented by vlogger is the result of preparation of setting and personal fronts. The settings used are divided into physical settings and non-physical settings, while personal front used is divided into apperance and manner.*

**Keywords: self-presentation,vlogger, setting, personal front**

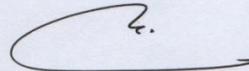
Advisor I



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum  
NIP. 196507121993031003

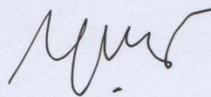
Approved by:

Advisor II



Vieronica Varbi S, S.Sos., M.Si  
NIP. 19860531200812008122004

*Head of Sociology Department,  
Faculty of Social and Political Science  
Sriwijaya University*



Dr. Yunindyawati, S.Sos.,M.Si  
NIP 197506032000032001

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR BAGAN .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Umum .....	5
1.3.2 Tujuan Khusus .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritik .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Kerangka Pemikiran .....	10
2.2.1 Presentasi Diri .....	13
2.2.2 Video Blog .....	15
2.2.3 <i>Vlogger</i> .....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	
3.1 Desain Penelitian .....	20
3.2 Lokasi Penelitian .....	20
3.3 Strategi Penelitian .....	20
3.4 Fokus Penelitian .....	21
3.5 Penentuan Informan .....	21
3.6 Peranan Peneliti .....	23
3.7 Jenis dan Sumber Data .....	23

3.7.1	Data Primer .....	23
3.7.2	Data Sekunder .....	23
3.8	Unit Analisis Data .....	24
3.9	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	25
3.11	Teknik Analisis Data .....	25
<b>BAB IV KOMUNITAS YOUTUBER PALEMBANG</b>		
4.1	Media Sosial <i>Youtube</i> .....	27
4.2	Komunitas <i>Youtuber</i> Palembang .....	28
4.3	Akun <i>Youtube</i> yang Digunakan .....	29
4.4	Deskripsi Informan .....	39
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
5.1	<i>Trend</i> Penggunaan Video Blog .....	44
5.2	<i>Setting</i> .....	46
5.2.1	<i>Setting</i> Fisik .....	46
5.2.2	<i>Setting</i> Non Fisik .....	55
5.2.3	<i>Setting</i> dalam <i>Front Stage</i> .....	63
5.3	<i>Personal Front</i> yang Ditampilkan.....	64
5.3.1	<i>Appereance</i> .....	64
5.3.2	<i>Manner</i> .....	70
5.3.3	Penampilan <i>Vlogger</i> Saat Berada di <i>Front Stage</i> .....	77
5.4	<i>Vlogger</i> Saat Tidak Berada dalam <i>Frame</i> .....	78
5.5	Presentasi Diri <i>Vlogger</i> melalui Video Blog <i>Youtube</i> .....	82
<b>BAB VI PENUTUP</b>		
6.1	Kesimpulan .....	88
6.2	Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	9
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	19
Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....	21
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian .....	28
Tabel 4.1 Proses Terbentuknya Komunitas <i>Youtuber</i> Palembang .....	29
Tabel 4.2 Data Informan .....	43
Tabel 5.1 Konten <i>Vlog</i> .....	45
Tabel 5.2 Lokasi Pembuatan Video .....	58

## DAFTAR BAGAN

Bagan 5.1 <i>Setting</i> Fisik yang Digunakan .....	54
Bagan 5.2 Peralatan yang Digunakan .....	62
Bagan 5.3 <i>Appereance Vlogger</i> melalui Video Blog .....	70
Bagan 5.4 Presentasi Diri <i>Vlogger</i> melalui Video Blog .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan <i>Youtube</i> di Indonesia .....	2
Gambar 2.1 Presentase Tipe Video yang Sering Ditonton Oleh <i>Viewers</i> .....	17
Gambar 4.1 Akun <i>Youtube</i> Boss Ferguso .....	30
Gambar 4.2 Akun <i>Youtube</i> Dediboyy .....	31
Gambar 4.3 Akun <i>Youtube</i> Dina Najib .....	32
Gambar 4.4 Akun <i>Youtube</i> Fega Ahmad .....	34
Gambar 4.5 Akun <i>Youtube</i> Fikri Kousei .....	35
Gambar 4.6 Akun <i>Youtube</i> Rah View .....	36
Gambar 4.7 Akun <i>Youtube</i> Rashton .....	37
Gambar 4.8 Akun <i>Youtube</i> OyKarin .....	38
Gambar 5.1 Beranda Judul <i>Click Bait</i> .....	47
Gambar 5.2 Beranda Rah View menggunakan Judul <i>Click Bait</i> .....	48
Gambar 5.3 Komentar <i>Viewers</i> terhadap Video <i>Click Bait</i> FH .....	49
Gambar 5.4 Komentar <i>Viewers</i> terhadap Video <i>Click Bait</i> FH .....	49
Gambar 5.5 Deskripsi Akun <i>Youtube</i> Dina Najib .....	52
Gambar 5.6 Deskripsi Akun <i>Youtube</i> Fikri Kousei .....	53
Gambar 5.7 <i>Appereance Vlogger</i> DN .....	66
Gambar 5.8 <i>Appereance Vlogger</i> KK .....	66
Gambar 5.9 <i>Appereance Vlogger</i> DI .....	67
Gambar 5.10 <i>Appereance Vlogger</i> DP .....	67
Gambar 5.11 <i>Appereance Vlogger</i> FA .....	69
Gambar 5.12 <i>Manner Vlogger</i> RNW Saat Berada Dalam <i>Frame</i> .....	71
Gambar 5.13 Pembukaan .....	72
Gambar 5.14 Ekspresi Sesuai dengan Jenis Lagu .....	73
Gambar 5.15 Ekspresi yang Ditampilkan <i>Vlogger</i> FA .....	74
Gambar 5.16 Gerakan yang Ditampilkan FA Saat Melakukan Tutorial .....	74
Gambar 5.17 Gerakan yang Ditampilkan FA Saat Review Skin Care .....	74
Gambar 5.18 Beranda Rah View .....	75

Gambar 5.19 Kosplay Anime..... 7

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Youtube* merupakan jenis media sosial berbagi video yang mulai populer sejak lima tahun terakhir. *Youtube* adalah video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, dan berbagi video dari segala penjuru dunia melalui suatu *web* (Budiargo dalam Harilama dkk, 2017). Menurut riset pada Januari 2017 yang dilakukan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* bahwa *youtube* merupakan *platform* yang paling sering digunakan mengalahkan *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *whatsapp* di Indonesia (Huda, 2017). Melalui *website youtube* dijelaskan bahwa *youtube* memiliki misi untuk memberi kebebasan dalam menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang. Misi ini memiliki empat nilai yang terkandung di dalamnya yaitu kebebasan berekspresi, kebebasan mendapatkan informasi, kebebasan menggunakan peluang, dan kebebasan memiliki tempat berkarya. Keempat nilai tersebut memberi gambaran bahwa *youtube* merupakan wadah bagi masyarakat untuk berekspresi dan bertukar informasi. Sesuai dengan misinya, akun *youtube* diharapkan bisa menjadi wadah bagi penggunanya untuk bebas berekspresi dan mencari informasi. Melalui *youtube* konten kreator bisa berekspresi tanpa adanya batasan waktu seperti yang diberlakukan oleh media sosial lainnya. *Youtube* juga bisa dijadikan tempat untuk mencari informasi bagi penggunanya.

Riset *Google* menyatakan bahwa 92% populasi *urban* Indonesia menggunakan *youtube*, sedangkan 85% populasi *rural* Indonesia menggunakan *youtube*. Hal ini dikarenakan pengguna internet menggunakan *youtube* untuk mencari hiburan dan informasi. *Youtube* juga memungkinkan pengguna internet untuk melakukan interaksi secara aktif dimana terdapat kolom komentar yang disediakan sehingga pengguna internet bisa memberi umpan balik pada sebuah video yang diposting. Menurut prediksi dari lembaga riset pasar Statista, di tahun 2021 nanti jumlah pengguna *youtube* akan mencapai 1,8 miliar (Diaz, 2018). Berikut adalah grafik yang menunjukkan perkembangan *youtube* di Indonesia:

Gambar 1.1 Perkembangan Youtube di Indonesia



Sumber: web Tirto, 2016

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa popularitas *youtube* di Indonesia cukup tinggi dikarenakan Indonesia memiliki satu kreator "Gold Button", yakni memiliki *subscriber* lebih dari satu juta dan 106 kreator "Silver Button" dengan kategori lebih dari 100.000 *subscriber*. Jenis-jenis video yang ada di *youtube* antara lain adalah film, video klip, serta video blog dan jenis video dari tiga belas akun *youtube* yang ada dalam gambar 1.1 merupakan video blog atau *vlog*. Video blog atau *vlog* merupakan jenis video dengan tema tertentu dan dikemas dengan konsep dokumentasi jurnalistik. *Vlog* banyak diminati dikarenakan individu hanya perlu bermodalkan sebuah kamera untuk bisa membuat video blog dan mengunggahnya kemudian. *Vlogger* berlomba-lomba untuk membuat konten semenarik mungkin agar bisa menjangkau *viewers* dan *subscribers* secara luas. Untuk membuat konten yang menarik *vlogger* memerlukan

teknik tertentu agar bisa menampilkan suatu kesan sesuai dengan apa yang diharapkan. Dalam *website* tirto dijelaskan bahwa para *vlogger* yang berhasil terkenal di *youtube* diketahui meraup keuntungan yang cukup besar dengan mengikuti program *partner youtube* yang kemudian membuat aktivitas *vlogging* jadi semakin digemari (Putri, 2017). Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *youtube* tidak hanya menarik bagi kalangan muda saja, melainkan memiliki daya tarik bagi presiden Indonesia Joko Widodo. Akun *youtube* Presiden Joko Widodo diketahui aktif sejak Mei 2016 dan memiliki 46 ribu *subscriber*.

Sesuai dengan misinya, *youtube* memberikan kebebasan berekspresi bagi setiap penggunanya. Bebas berekspresi diartikan bahwa setiap orang harus punya kebebasan dalam berbicara, kebebasan dalam menyampaikan pendapat serta berkreasi. Peneliti berasumsi bahwa kebebasan inilah yang membuat para *vlogger* bebas berekspresi sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Namun, kebebasan berekspresi yang tidak memiliki batas lama-kelamaan membuat *vlogger* yang awalnya mengisi konten *vlog* mereka dengan kreatifitas berubah menjadi ajang *show up* untuk menunjang eksistensi diri *vlogger* tersebut.

Fenomena *vlogger* juga ditemui di Kota Palembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya komunitas *youtuber* yang bernama komunitas *youtuber* Palembang. Menurut observasi awal, komunitas ini dibentuk saat para *youtuber* di kota Palembang sedang berkumpul di salah satu kafe yang ada di Palembang yaitu Kedai Siru, kemudian mereka menyadari bahwa selama ini mereka hanya membuat *vlog* berdasarkan keputusan diri sendiri tanpa adanya diskusi dengan *vlogger* yang lain. Maka dari itu pada tanggal 21 Maret 2018 para *vlogger* di kota Palembang memutuskan untuk membuat komunitas yang bernama komunitas *youtuber wong kito* sebagai wadah bagi *youtuber* kota Palembang untuk melakukan *sharing* dan diskusi perihal *youtube*. Komunitas ini diketuai oleh Ferdy Ucup, menurut Ferdy setiap *vlogger* memiliki ciri khas tersendiri yang tergambar dalam *vlog* yang mereka buat. Ciri khas inilah yang membuat *vlog* yang mereka buat banyak ditonton oleh masyarakat dan membuat akun *youtube* mereka memiliki banyak *subscriber*. Untuk mendapat ciri khas yang digemari oleh masyarakat, para *vlogger* berlomba-lomba untuk membuat video sekreatif mungkin dengan menggunakan teknik tertentu yang kemudian menghasilkan sebuah presentasi diri. Para *vlogger* terkadang menghabiskan waktunya seharian untuk memikirkan cara agar *vlog* mereka terlihat menarik dimulai dari penentuan tema, *setting* lokasi, pembentukan karakter *vlogger* saat berada dalam *frame*, serta konsep *editing*. Referensi yang digunakan pun beragam, ada yang mencari tips melalui artikel, dan ada juga yang mencari referensi dengan melihat *vlog* milik *vlogger* lain.

Penelitian mengenai presentasi diri *vlogger* melalui video blog *youtube* menarik untuk diteliti karena pada penggunaannya aplikasi *youtube* merupakan *platform* khusus video yang

berbeda dari media sosial lainnya yang menggunakan konten foto atau gambar. Sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian serupa yang menunjukkan bahwa setiap individu melakukan teknik tertentu untuk mencapai suatu kesan yang diharapkan saat melakukan interaksi sosial baik interaksi secara langsung maupun interaksi secara tak langsung, namun penelitian sebelumnya banyak menggunakan media sosial *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *path* dimana penelitian dilakukan dengan mengamati fenomena melalui postingan informan yang berupa foto atau gambar.

Penggunaan *vlog* merupakan salah satu dampak yang ditimbulkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta gaya hidup digital. Seharusnya *vlog* menjadi tempat bagi penggunaannya untuk berkreasi dan bertukar informasi untuk hal yang positif. Namun sejak kemunculan fenomena *vlog*, implikasi yang terjadi pada *vlogger* bahwa seringkali mereka berusaha mencari pembentukan karakter yang baru dan dianggap menarik untuk dijadikan karakter sementara saat mereka berada dalam *frame*. Karakter baru inilah yang kemudian di kenal oleh para *viewers* sebagai karakter *vlogger* yang lama-kelamaan mengaburkan karakter asli *vlogger* dari pandangan publik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah secara umum berupa “bagaimana presentasi diri *vlogger* melalui video blog *youtube*”. Dari rumusan masalah tersebut maka peneliti menurunkan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *setting* yang digunakan dalam pembuatan video blog?
2. Bagaimana penampilan *vlogger* dalam video blog?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman mengenai presentasi diri yang ditampilkan oleh *vlogger* melalui video blog yang mereka buat dan unggah di akun *youtube* mereka.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk:

- a. Memahami alasan *vlogger* dalam pemilihan *setting* tempat untuk ditampilkan dalam *frame* kamera.
- b. Mengetahui pemilihan serta pembentukan karakter *vlogger* yang akan ditampilkan dalam *frame* kamera.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritik**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan bagi kajian Sosiologi khususnya Perubahan Sosial yang merupakan implikasi dari perkembangan IPTEK, serta dapat memberikan sumbangan lebih lanjut untuk penelitian yang akan datang.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan dalam memilih kebijakan bagi pemerintah di bidang Dinas Komunikasi dan Informatika terkait kemunculan gaya hidup *milenial* sebagai dampak dari perkembangan IPTEK.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John, W. (2015). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Neuman, W, Lawrence. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta Barat: Permata Puri Media.

### Jurnal Ilmiah

- Anasari, N., & Handoyo, P. (2015). (Studi Deskriptif Presentasi Diri Pengguna Twitter di Kalangan Mahasiswa Unesa). *Paradigma*, 03(03), 1–5.  
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/12504> diakses pada 12 Oktober 2018 pukul 11:45 WIB
- Ariani, F., & Trigartanti, W. (2016). Impression Management Seorang Selebgram sebagai Eksistensi Diri melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 353–358.  
<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/viewFile/3160/pdf> diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 10:02 WIB
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal "Acta Diurna"*, VI(1), 1–18.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/download/19769/18699> diakses 18 November 2018 pukul 12:33 WIB
- Helvi, Kyngas., Satu Elo. (2007). The Qualitative Content Analysis Process. *Journal Compilation*, 1-10.  
<http://www.semanticscholar.org>paper> diakses pada 8 Februari 2019 pukul 14:00 WIB
- Juditha, C. (2014). Presentasi Diri Dalam Media Sosial Path. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 15(1), 17–32.  
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkp/article/view/1316> diakses pada 2 Desember 2018 pukul 00.09 WIB
- Mala, P. A. (2016). UMS Manajemen Kesan Melalui Foto Selfie dalam Facebook (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi). *Komuniti*, 8(1), 47–52.  
<http://eprints.ums.ac.id/43598/> diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 11:06 WIB
- Mariezka, F. I., & Hafar, H. (2018). Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger melalui Pengalaman Komunikasi. *Nyimak Journal of Communication*, 2(2), 95–111.  
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak/article/download/920/623> diakses pada 12 November 2018 WIB

- Musyawir. (2017). Penyimpangan Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Interaksi; Belajar-Mengajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas Xi Sma Negeri 2 Panca Rijang Sidenreng Rappang. *Jurnal Kesantunan Berbahasa*, 1–16.  
<http://eprints.unm.ac.id/7928/> diakses pada 14 Desember 2018 pukul 00:45 WIB
- Mutia, T. (2017). Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan di Tinjau dari Perspektif Komunikasi Islam. *Jurnal Pemikiran Islam*, 41(2), 240–251.  
<http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Anida/article/view/4656> diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 10:17 WIB
- Petra, U. K., Alim, C. A., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2014). Impression Management Agnes Monica melalui Akun Instagram @agnezmo. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3), 1–10.  
<https://www.neliti.com/id/publications/79686/impressionmanagement-agnes-monica-melalui-akun-instagram-agnezmo> diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 10:48 WIB
- Purnamasari, D. (2013). Strategi Impression Management Pada Komunikasi Interpersonal Sebelum Pernikahan. *Jurnal E-Komunikasi*, 1(2), 1–12.  
<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view/894/794> diakses pada 13 Desember 2018 pukul 16:45 WIB
- Riccio, Jaime R. (2013). All The Web's Stage: The Dramaturgy of Young Adult Social Media Use. *Theses*.  
<surface.syr.edu/cgi/viewcontent/> diakses pada 21 Januari 2019 pukul 17:00 WIB
- Rorong, M. J. (2018). The Presentation Of Self in Everyday Life: Studi Pustaka Dalam Memahami Realitas Dalam Perspektif Erving Goffman. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 119–132.  
<http://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/view/58> diakses pada 2 Desember 2018 pukul 00:21 WIB
- Sari, D. S. (2016). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan. *EJournal Administrasi Negara*, 4(2), 4144–4158.  
[http://ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/eJournal%20Dewi%20Safutri%20Sari%20\(PDF\)%20\(06-21-16-12-10-04\).pdf](http://ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/eJournal%20Dewi%20Safutri%20Sari%20(PDF)%20(06-21-16-12-10-04).pdf) diakses pada 6 Desember 2018 pukul 21:26 WIB
- Siedharta, I., Indrayani, I. I., & Monica, V. (2017). Strategi Impression Management Presiden Joko Widodo Melalui Komunikasi Program Prioritas Pemerintah Dalam Akun Youtube "Presiden Joko Widodo." *Jurnal Scriptura*, 7(1), 17–26.  
<https://doi.org/10.9744/scriptura.7.1.17-26> diakses pada 13 Desember 2018 pukul 17:15 WIB
- Zulfikar, M. H., Supratman, L. P., & Imran, A. I. (2016). Studi Dramaturgi pada Pengelolaan Kesan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 Universitas Telkom dalam Penggunaan Media Sosial Snapchat Dramaturgical Study in Impression Management of Communication Student Telkom University 2015 on Social. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 2441–2446.

[https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116491/jurnal\\_eproc/studi-dramaturgi-pada-pengelolaan-kesan-mahasiswa-program-studi-ilmu-komunikasi-universitas-telkom-angkatan-2015-dalam-penggunaan-media-sosial-snapchat.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/116491/jurnal_eproc/studi-dramaturgi-pada-pengelolaan-kesan-mahasiswa-program-studi-ilmu-komunikasi-universitas-telkom-angkatan-2015-dalam-penggunaan-media-sosial-snapchat.pdf) diakses pada 22 Oktober 2018 pukul 11:18 WIB

### **Website Online**

Huda, Robit Mikrojul. 2017. Youtube Menjadi Aplikasi Sosial Media Paling Populer di Indonesia. [online].  
[Setara.net/youtube-aplikasi-paling-populer-di-indonesia/](http://Setara.net/youtube-aplikasi-paling-populer-di-indonesia/) diakses pada 16 Januari 2019 pukul 19:23 WIB

Mubarok, Ilham. 2018. Panduan Lengkap Sosial Media Marketing 2019. [online].  
[www.niagahoster.co.id/blogsocial-media-marketing](http://www.niagahoster.co.id/blogsocial-media-marketing) diakses pada 16 Januari 2019 pukul 20:00 WIB

Praditya, Diaz. 2018. 3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan Youtube di Indonesia. [online].  
<https://id.techniasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia/amp/> diakses pada 13 Desember 2018 pukul 23:50 WIB)

Putri, Aditya Widya. 2016. Kaya Raya Berkat Youtube. [online]. <https://tirto.id/kaya-raya-berkat-youtube-bL9w> diakses pada 13 Desember 2018 pukul 23:40 WIB

<http://www.e.marketer.com/Chart/YouTube-Users-Indonesia-WhoSubscribe-YouTube-Channels-by-Type-2017-of-respondents/206806> diakses pada 13 November 2018 pukul 20:00 WIB