

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum *Channel Youtube Dhot Design*

Komunikasi merupakan penyampaian pernyataan seseorang kepada orang lain, dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwasanya komunikasi pasti melibatkan sejumlah orang atau manusi, karena itulah komunikasi ini disebut juga *Human Communication* (komunikasi manusia).¹ Definisi komunikasi dapat disimpulkan bahwasanya, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memberikan informasi atau mempengaruhi pandangan, pendapat, serta perilaku, baik komunikasi langsung (komunikasi secara tatap muka) atau komunikasi tidak langsung (komunikasi melalui media). Penyampaian pesan yang dilakukan melalui media massa dan disebar luaskan menggunakan internet disebut juga *Cybermedia*.²

Berdasarkan deskripsi pada *Channel Youtube Dhot Design*, *channel* tersebut di buat pada tanggal 29 Mei 2019. Awal mula dibuatnya *channel youtube Dhot Desgin*, baru ada tiga video yang di unggah. Video pertamanya dengan judul “Kartun lucu-animasi kartun-funny cartoon-FLIPACLIP” dan mendapatkan 461 ribu jumlah penonton, pada video keduanya dengan judul “Animasi kartun lucu-funny cartoon-balapan liar” dan memiliki 188 ribu penonton, dan pada video yang

¹ Zikri Fachrul Nurhadi Dan Achmad Wildan Kurniawan, “Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi” 3, No. 1 (2017): 91.

² Bustanul Arifin, “Dakwah Cybermedia,” *Jurnal Pemikiran Keislaman* 26, no. 1 (28 Mei 2016): 203, <https://doi.org/10.33367/tribakti.v26i1.215>.

ketiga dengan judul “MABAR FREEFIRE-kartun lucu-funny cartoon” hanya memiliki 165 ribu penonton.

Setelah itu *channel* ini sempat vakum dalam artian mati atau lama tidak memproduksi video sampai kurang lebih dua tahun, kemudian setelah itu kreator mulai mengunggah video animasi sekolah yang menceritakan suatu peristiwa-peristiwa yang kerap di alami oleh anak sekolah khususnya di masa SMA.¹ Konten yang di sajikan oleh *Dhot Design* menceritakan masa-masa sekolah yang asik, lucu, menceritakan kisah percintaan dan juga menceritakan tentang sebuah arti kehidupan yang bisa di jadikan pelajaran berharga bagi penonton.

Animasi ini dibuat dengan unsur komedi dan sesekali konten tersebut juga di balut dengan unsur satire dan humor serta memiliki durasi video tiga hingga tujuh menit, dan juga disertai video *full movie* pada setiap cerita yang di angkat. Konten tersebut dibuat berdasarkan inspirasi persahabatan dan pengalaman yang dialami oleh animator *Dhot Design* serta ide-ide kreatif dari kreator baik melalui pengalaman ataupun dari peristiwa yang terjadi di sekitarnya.² Konten yang di sajikan sangat relevan dengan kehidupan nyata anak muda, sehingga penikmat konten ini kebanyakan dari kalangan remaja dan dewasa.

Peneliti mengamati terdapat video yang di produksi oleh *Dhot Design* yang bertujuan untuk mengkritik suatu kejadian atau peristiwa yang terjadi di masyarakat, hal tersebut di tuangkan oleh kreator melalui video animasi yang di

¹ Observasi, Beranda Channel Youtube Dhot Design, 20 Desember 2023

² Aziz. ”mengenal Animasi Sekolah Karya Dhot Design Kreator Lokal Indonesia”,<https://teropongmedia.id/mengenal-animasi-sekolah-karya-dhot-design-creator-lokal-indonesia>. 15 Agustus 2023, diakses tanggal 15 November 2023

unggah media sosial *youtube* dengan menggunakan dialog satire dan humor yang singkat dengan tujuan untuk mengkritik suatu peristiwa atau suatu keadaan dan memberi edukasi terhadap penonton serta mengharapkan adanya perbaikan dari kondisi tersebut agar menjadi lebih baik. Beberapa diantaranya adalah sebuah konten video yang digunakan untuk mengkritik suatu fenomena yang terjadi di masyarakat, baik request dari pengalaman *subscriber* atau yang dialami oleh animator sendiri seperti penipuan jual beli ponsel dengan modus COD.

Hasil pengamatan yang dilakukan penulis pada *channel youtube Dhot Design*, berdasarkan data dari *Social Blade* menunjukkan bahwa pada 21 Desember 2023 jumlah *subcreber* pada *channel youtube Dhot Design* berjumlah 7,17 juta, *Dhot Design* mengalami peningkatan *subscriber* sebanyak 290.000 terhitung dari 30 hari terakhir. Jumlah *views Dhot Design* adalah 992,458,027 juta, kenaikan *views* pada 30 hari terakhir mencapai 80.655 juta, dengan jumlah unggahan 246 video.³ Animasi *Dhot Design* ini juga menduduki peringkat ke-13 kategori film dan animasi dalam kategori *subscriber*, dan menduduki peringkat ke-4 dalam kategori *view*, serta menduduki peringkat ke-3 dalam kategori *NoxScore top 100 youtubers*.⁴

B. Analisis Resepsi Khalayak

Analisis resepsi digunakan untuk menguji hubungan khalayak dengan media massa. Analisis ini berupaya memberikan implikasi atau makna terhadap pemahaman teks media (cetak, elektronik, atau online) dengan memahami

³ https://socialblade.com/youtube/channel/UCA_fIuIBkjjO5IfK50Iqs7w, diakses 23 Desember 2023.

⁴ <https://id.noxinfluencer.com/activation>, diakses 23 Desember 2023.

bagaimana teks media dibaca oleh khalayak. Mereka yang menganalisis media melalui studi resepsi fokus pada pengalaman dan refleksi khalayak (pemisra/pembaca) dan bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut. Media bukanlah institusi yang sangat mempengaruhi khalayak melalui pesan-pesan yang disampaikannya, namun khalayak diposisikan sebagai aktor yang mempunyai kekuatan untuk secara bebas menciptakan makna atas teks media dan bertindak berdasarkan makna tersebut.⁵

Menurut Stuart Hall resepsi adalah bagaimana proses pendekodean yang dilakukan oleh penonton berlangsung pada suatu media.⁶ Stuart Hall mengemukakan bahwa khalayak pada dasarnya mampu memilih dan mengolah informasi yang sesuai dengan kepercayaan, dan menghindari informasi yang tidak sesuai dengan kepercayaan berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka. Menurut Pakawa dan Choiriyati, analisis resepsi merupakan kajian komunikasi massa yang membahas tentang penerimaan serta makna dan peran pesan yang diterima khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis resepsi merupakan suatu pendekatan yang mengkaji bagaimana khalayak menerima pesan dari media pemaknaan khalayak terhadap

⁵ Santoso, "Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online", *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informatika*, 12, 2 (September 2020): 143–144.

⁶ Febrian, "Analisis Resepsi Mahasiswa Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal", <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/articele/view/160/analisis-resepsi-mahasiswa-ilmu-komunikasi-uneversitas-semarang-terhadap-tayangan-iklan-telivisi-layanan-sms-premium-versi-ramalan-paranormal>, juli 2012, diakses tanggal 16 November 2023.

pesan yang diterima berdasarkan latar belakang sosial dan budaya yang berbeda-beda.⁷

Dalam teori resepsi menurut Stuart Hall dalam sebuah pesan harus terdapat dua tahap yang tidak bisa di lewatkan, yaitu tahap *encoding* atau proses dari produksi pesan yang dibuat oleh komunikator, baru setelah itu tahap *decoding* atau proses pemaknaan, penafsiran pesan yang di terima oleh komunikan.⁸ Dalam arti luas *Encoding* adalah proses penciptaan pesan yang dilakukan oleh pembuat pesan dan ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan sesuatu hal yang menarik berdasarkan pengetahuan dan pengalaman pembuat pesan. Sedangkan *decoding* mengacu pada proses pemaknaan dan penafsiran suatu pesan, serta perilaku khalayak terhadap pesan tersebut, berdasarkan kultur dan nilai-nilai budaya khalayak serta berdasarkan pengalaman. Hal ini menyebabkan perbedaan makna dan penafsiran pesan oleh khalayak. Pada penelitian ini peneliti fokus pada proses *decoding* yaitu penerimaan khalayak terhadap pesan.

Dalam hal ini ada tiga jenis atau posisi audiens dalam analisis resepsi.

Stuart Hall menjelaskan bahwa:

1. *Dominant hegemonic position*

Posisi ini terjadi ketika produser acara menggunakan kode yang diterima secara umum dan penonton menafsirkan serta membaca tanda yang

⁷ Abdullah Hafidz,R.F., Ulfa Hidayati,”Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral Dalam Film Doraemon Stand By Me 2”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6, 1 (2023)

⁸ Ayu Wiranti dan Santi Delliana, “Analisis Resepsi Khalayak mengenai Hipnotis dalam Program ‘Garis Tangan (Episode 195)’ ANTV,”. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi* . E 10, no. 1 (Maret 2023): 18.

berisi pesan yang diterima secara umum. Dalam situasi ini, secara hipotetis kita dapat mengatakan bahwa tidak ada perbedaan penafsiran antara produser dan penonton. Dalam artian khalayak menerima penuh pesan secara penuh yang disampaikan produser atau pembuat pesan.

2. *Negotiated code* atau *position*

Posisi keduanya ini, pesan atau kode yang dikirim oleh komunikator ditafsirkan terus menerus oleh komunikan atau penerima pesan. Khalayak tidak memaknai pesan atau kode secara umum, akan tetapi khalayak memaknai pesan dengan menggunakan kepercayaan, budaya, kultur yang dimilikinya. Khalayak akan menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator akan tetapi khalayak akan mempertimbangkan untuk menerapkan pesan tersebut dengan melihat kultur, budaya, dan latar belakang mereka. Dalam artian khalayak menerima pesan yang di bangun oleh komunikator akan tetapi dalam kondisi tertentu khalayak juga menolak terhadap pesan yang di bagun oleh komunikator dengan mempertimbangkan nilai, budaya, dan kultur yang dimiliki setiap khalayak.

3. *Oppositional Code* atau *position*

Pada posisi ini, pemaknaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan komunikator bertolak belakang. Pesan dari komunikator ditafsiri berbeda oleh khalayak, sehingga makna pesan yang diharapkan oleh komunikator tidak tersampaikan kepada khalayak. Penafsiran ini terjadi ketika komunikator atau produser tidak menggunakan kerangka acuan budaya atau keyakinan politik khalayak pembaca, dan khalayak menggunakan kerangka budaya atau

politiknya sendiri.⁹ Dalam artian khalayak mengakui pesan yang di bangun oleh komunikator akan tetapi khalayak menolak secara penuh pesan yang di bangun komunikator dan khalayak memaknai pesan tersebut dengan pemikiran mereka sendiri.

Ketiga posisi ini mencerminkan pentingnya menyaring sebuah pesan atau informasi yang di terima oleh khalayak, karena pada dasarnya penerimaan pesan secara singkat akan terbagi menjadi 3 yaitu: 1) menerima pesan sepenuhnya, 2) menerima sebagian dan menolak sebagian yang lain, 3) menolak secara penuh. Hal ini sesuai sebagaimana firman Allah SWT. Dalam Al-Qur'an surat Al-Hujuraat ayat 6 yang menjelaskan perintah untuk meneliti pesan yang di terima sebelum di ambil atau di terapkan, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahnya: *Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.*¹⁰

Ketiga posisi penerimaan dari analisis resepsi tersebut menjadi dasar klasifikasi analisis penerimaan dalam penelitian ini. menurut Fathurizki dan Malau Faktor-faktor yang mempengaruhi posisi khalayak dalam menerima teks

⁹ Febrian Febrian, "Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal," *Jurnal The Messenger* 4, no. 2 (1 Juli 2012): 53, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v4i2.160>.

¹⁰ QS. Al-Hujuraat: 6

media dapat dijelaskan oleh perbedaan sudut pandang khalayak.¹¹ Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach menyelidiki interaksi penonton dan bagaimana reaksi penonton terhadap konten media. Mereka terbagi dalam tiga perspektif yang menggambarkan penelitian sebagai berikut:

1. Perbedaan perspektif individu. Setiap individu bereaksi berbeda terhadap teks media tergantung pada keadaan psikologis individu akibat pengalaman masa lalu.
2. Perspektif kategori sosial. Perspektif ini mempertimbangkan keadaan sosial suatu masyarakat yang dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri umum seperti jenis kelamin, umur, agama, pendidikan, dan tempat tinggal. Anggota kelompok sosial mana pun cenderung memiliki norma, nilai, dan sikap sosial yang serupa. Dilihat dari perspektif ini, penerimaan pemirsa terhadap teks media akan dipengaruhi oleh opini, minat, dan norma kelompok sosialnya.
3. Perspektif hubungan sosial. Perspektif ini menyatakan bahwa hubungan informal mempengaruhi bagaimana khalayak menanggapi pesan-pesan media. Dampak komunikasi massa sangat bervariasi tergantung pada individu yang mempunyai hubungan sosial yang kuat dengan khalayaknya.¹²

¹¹ Santoso, "Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online", *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informatika*, 12, 2 (September 2020): 144.

¹² Fathurizki dan Malau, "Pornografi Dalam Film: Analisis Resepsi Film Men, Women, dan Children", *Jurnal Kajian Televisi*, 2, 1 (Maret 2018): 25–26.

C. Pesan Satire Humor

1. Pesan

Pesan merupakan salah satu unsur komunikasi¹³, makna pesan adalah apa yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan bisa disampaikan secara langsung atau tidak langsung, dalam artian pesan bisa disampaikan secara tatap muka secara langsung dan bisa juga melalui media komunikasi.¹⁴ Pesan yang disampaikan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat, atau propaganda. Pesan adalah sebuah kata atau kalimat yang diucapkan oleh seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung dan ditujukan kepada orang lain atau penerima pesan.

Pesan adalah sesuatu yang mempunyai bentuk yang dapat diterima dan dirasakan oleh satu orang atau lebih. Seseorang dapat menerima pesan secara langsung atau melalui media dan dapat mempengaruhi lawan bicaranya secara efektif. Menurut Dominick, pesan adalah suatu informasi atau hal yang disampaikan oleh informan kepada penerima pesan.¹⁵ Pesan menjadi produk fisik yang nyata yang wujud yang di sampaikan oleh komunikator dan memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dan

¹³ Tambunan, "Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak," *Jurnal Simbolika*, 4, 1 (April 2018): 25.

¹⁴ Purwasito, "Analisis Pesan Message Analysis", *Jurnal The Messenger*, 9, 1 (Januari 2017): 105.

¹⁵ Dewanti, Ni Komang Tri Purnama, "Pola Komunikasi Antar Aparatur Bidang Pengendalian Dan Ketertiban Transportasi (Pdkt) Dinas Perhubungan Kota Bandung Dalam Koordinasi Penyampaian Pesan", <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5529/> Pola-Komunikasi-Antar-Aparatur-Bidang-Pengendalian-Dan-Ketertiban-Transportasi-(Pdkt)-Dinas-Perhubungan-Kota-Bandung-Dalam-Koordinasi-Penyampaian-Pesan, 2021, diakses tanggal 18 November 2023.

mendapatkan hasil tertentu sesuai dengan apa yang di harapkan atau di rencanakan oleh komunikator. ¹⁶

2. Satire

Satire adalah gaya bahasa sindiran yang digunakan untuk mengkritik atau menertawakan suatu keadaan, peristiwa, kejahatan dengan tujuan adanya perbaikan. Menurut Holbert Ada dua jenis gaya sindiran yang disebut *Horatian* dan *Juvenalian*. Kedua jenis sindirannya tersebut dapat dikemas dalam humornya sehingga membuat pendengar sindirannya tertawa. Namun terdapat perbedaan antara kedua jenis sindiran tersebut. 1) sindiran *Horatian*. Satire *Horatian* menjadi dasar komentar satir terhadap elit yang dianggap melanggar norma sosial. Tujuan dari sindiran *Horatian* adalah menyampaikan kebenaran dengan senyuman agar tidak menyinggung perasaan penerima sindiran.

Sindiran jenis ini disebut juga sindiran lembut karena menggunakan kalimat-kalimat yang pantas saat mengkritik. Sindiran *Horatian* memberikan cermin kepada masyarakat dengan mencerminkan ketidaktahuan, kebodohan, dan kebingungan terhadap nilai-nilai kehidupan yang dijunjung melalui kritik, sehingga memungkinkan masyarakat memperbaiki kelemahannya tanpa merasa terhina. Sindiran jenis ini membuat pendengarnya tertawa atau tersenyum miris. 2) Sindiran *juvenalian*. Satire *Juvenalian* digambarkan sebagai sindiran yang keras dan

¹⁶ purwasito, "Analisis Pesan Message Analysis," *Jurnal The Messenger*, 9, 1 (Januari 2017): 105.

tanpa ampun. Sindiran *juvenalian* adalah sindiran keras yang disampaikan pembuat pesan dengan tujuan untuk menyakiti perasaannya daripada memperbaiki kesalahannya. Gaya bahasa satire seperti ini bersifat kasar karena menggunakan kalimat dingin, kasar, dan marah. Walaupun demikian, khalayak yang mendengarkan juga bisa tertawa.¹⁷

Secara lebih mudah dalam memahami satir lembut dan kasar, Berikut penjelasan satire lembut dan kasar:

- a. Satire lembut: digunakan untuk mengkritik suatu keadaan, peristiwa seperti kejahatan dan kebohongan dengan menggunakan Bahasa yang lembut, sopan dan pantas.
- b. Satir kasar: jenis satir kasar ini menggunakan Bahasa yang kasar, keras sehingga menyebabkan kemarahan sosial dan moral. Dan juga jenis satire keras digunakan untuk menghina, sindiran keras terhadap suatu keadaan atau peristiwa.¹⁸

3. Humor

Humor secara umum dapat diartikan sesuatu yang dapat memancing khalayak tertawa, tersenyum, merasa geli, seperti halnya mendengarkan lawakan, menonton video, animasi lucu, kartun, televisi dan lain sebagainya. Humor juga dapat diartikan segala sesuatu yang identik dengan

¹⁷ Narendra,A.E,”Gaya Bahasa Satire Dalam Film Er Ist Wieder Da Karya David Wnendt”,<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php.indentitaet/article/view/37064/32967/> Gaya-Bahasa-Satire- Dalam-Film-Er-Ist-Wieder-Da-Karya-David-Wnendt,2020, diakses tanggal 18 November 2023.

¹⁸ Rahma Mardiana Kurniasih, “Satire Dan Sarkasme Pada Kanal Youtube Santoon Tv Serta Implikasinya Pada Materi Teks Anekdote Di Kelas X Sma”, (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 2023), 37.

hal lucu yang menyebabkan seseorang tertawa. Pengertian humor dijelaskan dalam Ensiklopedia Indonesia (1982), dikatakan oleh Setiawan:

” humor itu kualitas untuk menghimbau rasa geli atau lucu, karena keganjilannya atau ketidak pantasannya yang menggelikan; paduan antara rasa kelucuan yang halus didalam diri manusia dan kesadaran hidup yang iba dengan sikap simpatik.”¹⁹

menurut Manser, teori humor dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Teori humor *superioritas*, yakni ketika pihak yang tertawa berada di posisi atas. Sebaliknya yang menjadi objek ejekan adalah dalam posisi terhina (diremehkan atau dihina). Plato, Cicero, Aristoteles, dan Francis Bacon mengatakan bahwa orang tertawa ketika terjadi sesuatu yang konyol atau tidak biasa. "Konyol" diartikan sebagai sesuatu yang melanggar aturan atau sangat jelek. Lelucon yang membuat tertawa mengandung banyak kebencian. Lelucon selalu datang dari mengolok-olok kesalahan.
- b. Teori humor *incongruity*, ketidakseimbangan, keputusasaan, dan prasangka. Arthur Koestler berpendapat bahwa yang mendasari semua bentuk humor adalah bisosiasi, artinya menggambarkan dua situasi atau peristiwa yang tidak mungkin terjadi pada waktu yang bersamaan. Ini menyatakan bahwa. Konteks ini memunculkan berbagai asosiasi.
- c. Teori pelepasan ketegangan dan pelepas tekanan. Humor bisa muncul dari kebohongan dan tipu muslihat. Terkadang hal itu datang dalam bentuk simpati dan pengertian. Ini bisa menjadi simbol mengurangi ketegangan dan stres. Tidak peduli apakah itu ekspresi amatir atau ekspresi elit.

¹⁹ Rahmanadji, Didiek, "Teori, Jenis, dan Fungsi Humor", <https://sastra.um.ac.id/wp-content/uploads/2009/10/Sejarah-Teori-Jenis-dan-Fungsi-Humor.pdf>, diakses tanggal 17 November 2023.

terkadang serius seperti sindiran, terkadang murahan seperti humorjalaran.

Humor tidak menghalangi kebenaran.²⁰

Humor dalam komunikasi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Komunikator mengatakan sesuatu dan bermaksud membuat lelucon, serta komunikasi menanggapi dengan tertawa sebagai orang yang menerima terhadap lelucon tersebut.
- b. Komunikator tidak bertujuan untuk membuat lelucon, akan tetapi komunikasi menganggap lucu dan merespon dengan tertawa atau tersenyum.
- c. Komunikator bermaksud untuk membuat lelucon, akan tetapi komunikasi tidak memberi respon tertawa, lucu maupun tersenyum.²¹

D. Youtube

Youtube adalah situs *web* berbagi video yang dibuat oleh 3 mantan karyawan paypal pada bulan Februari 2005 yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada bulan November 2006, *youtube* dibeli oleh *Google* dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*. Konten-konten yang tersebar di *youtube* berupa film Panjang dan pendek, lagu-lagu, video *review*, *vlog*, video edukasi, video kritik, berita, dan lain sebagainya. Masyarakat dapat menggunakan *youtube* untuk hiburan, mencari berita, bahkan juga bisa digunakan untuk

²⁰ Rahmanadji, Didiek, "Teori, Jenis, dan Fungsi Humor", <https://sastra.um.ac.id/wp-content/uploads/2009/10/Sejarah-Teori-Jenis-dan-Fungsi-Humor.pdf>, diakses tanggal 17 November 2023.

²¹ Muniruddin, "Humor dan Komunikasi Dakwah Pengembangan Masyarakat Islam", <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/viewFile/3998/1986.Humor-dan-Komunikasi-Dakwah-Pengembangan-Masyarakat-Islam,2019>, diakses tanggal 20 November 2023.

mendapatkan penghasilan melalui konten-konten yang banyak disukai oleh masyarakat sehingga menjadi *youtubers*.²² Selain itu masyarakat bisa dengan mudah menggunakan *youtube* dengan tanpa mengeluarkan biaya.

Youtube merupakan situs berbagi media, salah satu jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi media video dan audio. *Youtube* telah menjadi salah satu *platform* paling populer untuk menonton video saat ini. Khalayak menggunakan *youtube* untuk menonton berita terkini, mencari informasi, dan menikmati hiburan seperti Untuk menonton film, mendengarkan lagu, dan menonton berbagai tutorial. *Youtube* dirancang untuk menjadi situs berbagi video yang populer, terutama di kalangan generasi muda. Sebagian besar generasi muda menggunakan *youtube* dalam kehidupan sehari-hari.

Saat ini, media sosial *youtube* merupakan penyedia video *online* yang banyak digunakan di Amerika Serikat dan menguasai 43% pasar. Diperkirakan video berdurasi hingga 20 jam ditonton 6 miliar kali di *youtube* setiap menitnya. Dalam hal ini, media sosial *youtube* telah memiliki lebih dari 1 miliar penggunanya, dan hampir 70% pengguna di seluruh dunia pernah melakukan aktivitasnya di *youtube* miliknya dengan ratusan jam penayangan. *Youtube* merupakan salah satu *platform* terpopuler di Indonesia, pengguna *youtube* dimulai dari berusia 16 hingga 64 tahun menunjukkan bahwa penggunaan media sosial *youtube* mencapai 88%.²³

²² Sawasdee, "Resepsi Khalayak Terhadap Pesan Pesan Satir Humor Dalam Video Animasi Youtube Tekotok (Segmen Video: Begal 2022) - E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta," 23, diakses 7 Desember 2023, <http://e-journal.uajy.ac.id/28978/>.

²³ Hendra Junawang, Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b_ulum/article/view/46/ Eksistensi-Media-Sosial-Youtube- Instagram-dan-Whatsapp-Ditengah-Pandemi-Covid-19-Dikalangan-Masyarakat-Virtual-Indonesia, juni 2020, diakses tanggal 18 November 2023.

Youtube adalah *platform* terbuka. *Youtube* mempunyai nilai yang didasarkan pada empat kebebasan yaitu:

- a. kebebasan berekspresi
- b. kebebasan menerima informasi
- c. kebebasan memanfaatkan peluang
- d. kebebasan berkreasi.